

国民生活審議会消費者政策部会（第18回）

平成 15 年 4 月 11 日

内閣府国民生活局

国民生活審議会第18回消費者政策部会

開催日時：平成15年4月11日（金）10：00～12：00

開催場所：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 国民生活審議会消費者政策部会最終報告「21世紀型の消費者政策の在り方（スケルトン案）」について
- 3 その他
- 4 閉会

配布資料

- 資料1 21世紀型の消費者政策の在り方（スケルトン案）
- 資料2 消費者政策の推移等に関する参考資料
- 資料3 平成14年度国民生活モニター調査（12月実施）調査結果
（新たな消費者政策の在り方に関する意識調査）
- 資料4 国民生活センター等における情報通信関連の苦情相談への対応状況
- 資料5 消費者政策の推進体制に関する意見（田中委員ほか6委員からの御意見）

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18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	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
	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
	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
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
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13名

落合部会長 それでは、時間になりましたので「国民生活審議会」の第18回「消費者政策部会」を開催いたします。非常にお忙しい中、お集まりいただきまして、どうもありがとうございました。

そろそろ本部会もまとめの段階に入りましたので、本日は「21世紀型の消費政策の在り方」に関する当部会報告書のスケルトン案というもの、これはお手元にあります資料1というものであります。これに基づき審議していただくということになります。本日の出席者は13名の委員であります。

それでは、早速審議に移りたいと思いますが、まず最初に事務局より資料について説明をしていただきます。よろしく願いいたします。

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。お手元の中の右肩の資料番号1と書いております「消費者21世紀型の消費者政策の在り方について - (スケルトン案) - 」というものでございます。

なお、この中身でございますけれども、1枚おめくりいただきますと目次で全体像が載っております。これは中間報告のときもそうでございますけれども、基本的に全体としての理念、あるいは考え方を論じた部分と、各施策について論じた部分というふうに大きく2つに、中間報告にも沿って分けておりまして、本日この目次のところに載っております第1章、それから第2章でございますけれども、ここが全体としての基本的な考え方の方向性を述べた部分でございます。本日はこの部分を御議論をいただきたいと考えておりまして、その意味では第1章、第2章は今後御議論いただくための素案ということになります。

それから、下の方で「次回検討予定」と書いてございますけれども、「第3章 消費者政策の展開」。それから、次の1枚おめくりいただきますと次のページに載っておりますが、「第4章 消費者政策の実効性確保」「第5章 消費者保護基本法の見直し」。この辺の部分につきましては、施策編ということでございますので、本日の段階ではこういう全体としての項立ての段階での案をお示しをしております。中身につきましては、次回に御検討をいただこうというふうに思っております。そういう意味で1章、2章は素案、3章以降は項目になっておりますので、現在お配りしております資料1の案を全体としてはスケルトン案と書いてございますけれども、中身としてはそういう構成になっておりますので、本日はその1章、2章の基本的な考え方編というところについて、御審議をいただければと考えております。

まず、1ページ目でございますけれども、まず第1章ということで「21世紀型消

費者政策の検討の背景」、バックグラウンドということでございます。

その中は大きく2つに分けておりますけれども、まず、これまでの経済全体の発展の姿、その中で政策運営というのがどのように進められてきたかという全体のレビューを1.ということ置いております。ここはいろいろと言われていることではございますけれども、最初のパラでは戦後の日本の経済の非常に大きな発展ということを書いておまして、その上で2パラの方では、こういった経済の発展という中で政府の経済政策というのが大きな役割を果たしてきているということ。

特にその際には、やはり復興でありますとか、あるいはキャッチアップといったことを主な目標とし、政府が目指すべき方向というのを提示をして、全体としての企業、消費者に誘導的に政策を展開していくこと。その中で手法としても行政主導でありますとか、規制的な行政といったものが全体としてみれば、主な役割を果たしてきたということを書いてございます。

それで、次の2番のところ「近年の我が国経済社会の変化」でございますけれども、このように戦後ずっと日本の経済が発展してきたわけですが、近年、特に90年代以降かと思っておりますけれども、非常に大きく姿が変わってきておまして、転換期にあるというふうに言われているということでもあります。

中身としまして1つは「我が国経済社会のシステムの変化」ということで、全体としての大きな話を書いておりますけれども、これまでのような先進国へのキャッチアップ型というものが収斂をしていくということによって、これまでのように何か目標を定めて、そこに向かって直接誘導していくといったような政策手法というものは必ずしもマッチしなくなってきた。そういう中で80年代ぐらいから規制緩和といったような構造改革の動きというものが出てきているわけであります。

その中で、特に90年代に入りまして、低成長が続くという中で全体としての方向性としては、これまでのように先進国のようなお手本がある時代ではございませんので、新しいフロンティアというものを自ら開拓をしていって、経済を活性化していった持続的成長を達成すると。そういうのが基本的な流れになってきたということでございます。

その中で、全体としての社会の価値観といったものも大分変わってきておまして、これまでは商品・サービスに対しても物的に足りないものを充足していくというのが主な考え方だったわけですが、そこがある程度充足した段階で今度は質の向上であるとか、あるいはもっとバラエティーの問題であるとかいう方へと二

ーズが変化してきているということが言えるかと思えます。

こういったことの中で、やはり基本的な考え方としては個人、あるいは企業の創造力とか行動力といったものができるだけ自由に最大限に発揮されて、自己責任の下で自由な選択ができる。そのための環境整備をしていくという方向にということが求められるということになってまいりました。

その中で、行政の手法も、いわゆる事前規制型からできるだけ自由な競争を阻害しないようにして、何かあった場合の事後チェック型へということに全体としての流れが動いてきているという、こういう大きな変化が1つあるのではないかと思います。

それから、2つ目といたしまして、これも中間報告でも指摘してございますけれども、IT化、あるいは国際化の進展というものが大きなインパクトがあったということでございます。特にそのインターネットの普及等もありましたIT技術というのは部会でも御議論いただきましたけれども、非常に大きなインパクトを与えておりまして、情報の流通量が非常に増大をする。その中で消費者も扱う情報量というのも非常に増えますし、その中でコミュニケーション手段の発達でありますとか、あるいはそれに伴ったライフスタイルの変化、前回幾つか御紹介いたしましたけれども、そのようなことで多面にわたって経済構造、あるいは消費生活といったものに大きな影響を与えてきているということが書いてございます。

それとも関連して、国際化というのも、それに並んで大きな動きでございまして、海外から入ってくる、特に食品などが顕著ですけれども、消費生活に切っても切れないものになりつつあるということ。

加えて消費者がこれはITの話とも関連いたしますけれども、ダイレクトに海外の事業者とのやりとり、あるいは契約、あるいは輸入といったものをする機会が増えてきているということで、そういう意味でIT化・国際化というのはやや関連する部分が多いわけですがけれども、この2つが相まって経済社会、あるいは消費生活といったものに非常に大きなインパクトを与えていっているということを指摘をしております。

それから、(3)として今度は消費者、あるいは生活している主体の場から見た観点でございまして、家族・ライフスタイルの多様化ということでございまして、これも中間報告でも指摘はしておりますけれども、若干それをもう少し書き込んでございまして、全体として少子・高齢化、あるいは女性の社会進出といったような

こと、あるいは単身世帯の増加といったようなこともありまして、全体として家族形態も大きく変化してきているということ。

それから、消費者の行動、あるいは活動の様子ですけれども、例えば、グリーンコンシューマー運動といったものに見られますように、環境問題を初めとして、消費者の関心、あるいは活動内容、範囲といったものが多様になって活発になってきているということが言えるのではないかと思います。

以上が、消費者を取り巻く全体としての大きな環境の変化を戦後からレビューをした整理としております。

そういったことを基にしまして、恐縮ですが4ページ目からでございますけれども、次の第2節としまして、ここでは今言った経済社会全体の話バックグラウンドに消費者問題、あるいは消費者政策といったものにフォーカスを当てたのが、この第2節でございます。

まず、その1番として高度成長期以降の消費者問題、あるいは消費者政策ということございまして、今後の消費者政策のことを考えるに当たって、これまでどのような展開がなされてきたのかということ、やはりきちんと見ておく必要があるだろうということもございまして、中間報告ではこの辺は余り書き込んでおりませんでしたけれども、新たに全体のこれまでのレビューというものを付け加えております。

この中で、いろいろ書いてございますけれども、60年代に大量生産・大量消費といったような仕組みが広がってくる中で欠陥商品の問題でありますとか、そういったさまざまな事件というものが生じてきて、消費者の意識も高まってきているということがございます。それに対応して消費者問題の取り組みといったものもなされておりました、個別分野の法律の整備が、あるいは薬事法とか割賦販売法とか、そういったものが進められる。あるいは消費者行政の方の体制としても当時の企画庁の国民生活局ができたりとか、あるいはそういうようなことで消費者行政全体の推進体制の整備といったものが進められてきている。それから、同じく61年には国民生活向上対策審議会、そしてそれが65年には当国民生活審議会という形でいろいろな組織が発足をしているということでございます。

その中で、御案内のように68年には消費者保護基本法というものが制定をされ、また、国民生活センターも70年に設立をされております。

このような動きというのは国だけではなくて、地方公共団体においても同じよう

に進んでおりまして、基本法の中で地方の公共団体の責務といったものが書いてあることをごさいますして、これを受けて消費者行政を行う部局ができたり、あるいは消費生活センターの設置が進められるといった形で地方においても消費者政策に対する取り組みというのが進んできたということを書いてございます。

5 ページの方でございますが、70 年代ぐらい以降ですけれども、大衆消費社会化といったことも背景としまして、その製品の安全性の問題に加え、マルチとかさまざまな新しいタイプの消費者問題といったものが発生してくるということが進んでおりまして、いろいろなトラブルも、商品そのものの品質とか安全といったものもさることながら、クレジットとか訪販とかいうような、さまざまな契約取引といったものに対する比重が増えてきているという流れがございます。

80 年代も同じようなことが進みますが、特に情報化とかサービス化、あるいは国際化というような動きが非常に加速をしてきているという中で、例えば、その多重債務問題、あるいはクレジット関連といったような問題も生じてきているという動きがあります。

こういったことに対して、消費者信用取引の適正化であるとか、契約の適正化といったような施策がいろいろ出てきておりますし、また、80 年代後半では、いわゆるバブルの中で資産形成取引に絡む、例えば豊田商事のようなさまざまな資産形成に関するような問題も生じ、それに対する法令整備といったものの取り組みがなされてきたということでございます。

以上がその全体としてのこれまでの流れの整理でございますけれども、こういった中で現在の動向がどういうことかというのが 2 番の近年の消費者問題の変化というところでございます。

ここにつきましては、これも中間報告の中でも少し触れておりますけれども、特に国民生活センター、それから各地の消費生活センターに寄せられる苦情相談件数というのが 2001 年度では 88 万件ということで、非常に数的にも増えてきているということでありまして、また、ここに相談に来ているものというのは、実際には非常に一部でございますして、その数%、2%から3%ぐらいしか一緒に生活センター等に相談に行っていないということをかんがみますと、潜在的にはこれをはるかに上回るさまざまな問題、あるいはトラブルといったものが生じているということが想定をされるわけでございます。

それから、6 ページ目以降でございますが、上の方でございますけれども、この

ようなことに加えて、さまざまな企業不祥事といったものも起こっておりまして、消費者自身にとっても事業者と消費者の信頼関係の回復というのが大きな課題になってきているということでございます。

このように90年代以降、消費者を巡る状況が非常に厳しい状況になってきているわけですが、その背景をどう考えるかということではいろいろな要因があるかと思えますけれども、ここでは前の方で経済社会の大きな変化というところでも述べましたところの、いわゆる規制緩和、あるいは規制改革といったものの推進、あるいはIT化や国際化の進展といった、こういった経済社会の大きな変化がこの90年代のさまざまな消費者問題の背景にあるのではないかなという整理をいたしております。

規制改革の推進というのは、基本的には市場メカニズムをできるだけ働かせようということでございます。それは消費者にとっては選べる商品やサービスの選択の幅が広がるというメリットもございますし、また、IT化や国際化といったものも、これまでになかったような新しい技術をもって、国境といった制約を越えて瞬時に取引を行おうとするといった面で、消費生活というのに非常に利便性を与えるというメリットがあるわけです。その一方でなかなかそういった急激な変化に直ちに対応をしていくというのが難しいという問題もあり、商品・サービスの多様化といったものの中で本当にいいものをきちんと情報を得て選んでいくというのは、なかなか難しい問題もございますし、それから、IT化という新しい技術に伴う問題というのも生じてくるということで、そのメリットがある一方で消費者問題といったものを、より増大させていくと、そういうリスクも高まってきたのではないかなという整理をいたしております。このようなこともあり、90年代以降、さまざまな消費者問題というものが生じてきているという整理をいたしております。

その中で、3. でございますけれども「政策対応の変化」ということで、このように全体で90年代以降、特に大きな変化がある中でそれに対する対応の仕方ということでございますけれども、全体としては消費者が自ら行動していくという、その環境の整備を行うということに全体としての重点がシフトをしてきているという流れがございます。

これまでの前のところでレビューもいたしましたけれども、行政が行政指導とか規制といったもので全体を誘導していくという姿から、例えばPL法、契約法といったようなものに見られますような民事ルールの整備でありますとか、あるいはき

ちんとした消費者教育、あるいは情報提供といったものの充実を図っていった、消費者がきちんと自ら自立できるための環境を整備していくということを政府が重点を置いていく必要がある。こういうふうに全体としての変化があるのではないかと整理をいたしております。

以上、第1節、第2節でこれまでの経済社会全体の話、それから、消費者問題、あるいは消費者政策といったものがどのように展開をされ、変わってきているのかということ踏まえたわけですが、その上で7ページ目でございますけれども、まさにこの部会でやっておりますような消費者政策の抜本的見直しということの必要性を論じたのが第3節でございます。

その1.のところで「経済社会状況への対応」と書いてございますけれども、今まで見てきましたようなことで、日本の消費者政策というのは昭和43年の基本法以降、それぞれさまざまな整備をされてきたわけですが、その後、非常に大きな社会経済状況の変化があり、基本法が想定していた基盤となっているものが大きく変わってきているということがありまして、それが現在の消費者政策全体の見直しを迫るものになってきているのではということでございます。

中間報告では、この見直しの必要性というところも社会が非常に動いていることに対して基本法の見直しもなく、全体が新しい動きにマッチしていないのではないかと非常に一般論に終始していたわけでありまして、もう少しどういったところが特にネックになっている、あるいはどういったところが見直しを迫っているのかということ整理してみてもどうかということでここに少し書き込んでございます。

その1つ目は「市場メカニズムの重視 - 事前規制から市場ルールへのシフト」ということを書いてございます。

消費者問題、これは部会の最初の方でも御議論がございましたけれども、消費者問題に対して政策的な対応が必要であるという根拠ということとしては、消費者と事業者の間の情報力、交渉力の格差というものが存在することございまして、それを少しでも縮小するために相対的に強い立場であったところの事業者に何らかの規制を加え、一方その弱い立場にあった消費者に対しては情報提供、苦情処理等を行って消費者利益の確保を図って、できるだけイコールフットイングするような施策をしてきたということがあるわけでございます。

その中で、これまで前の方でも述べましたようなことで、今その日本経済全体の

方向としては個人や企業の活力、あるいは創造力といったものを最大限に引き出していくということがまず求められていて、そのためには各主体が自己責任の下で自由な選択を行っていく。したがって、消費者政策の手法といったものも一つひとつの規制といったものから、もう少し市場ルールの整備といった方にシフトをしていくということが言われているわけでありまして、この動き全体としては、これは消費者にとっても多様な選択肢を、与えることができるということでのメリットがあるのではないかと考えられるわけでありまして。

こういう全体的な流れがあるわけですがけれども、その一方でということでも7ページの下の方に書いておりますけれども、ここは中間報告の議論の中でも、その後のさまざまな各方面からの意見の中でも、これまでの保護というのをやめてしまって、すべて市場に任せる、あるいはすべて自立してくださいというようなニュアンスが強くなってきているのではないかとということもございましたので、そのところの誤解もないようにということでも書いておりますけれども、やはり市場メカニズムというのは、当然にそれがうまく働く分野と必ずしもそれがワークしない分野というのがあるわけですので、それがうまく働きにくい分野といったものについての配慮が必要だということを書いております。特に安全、健康といった分野でありますとか、あるいは8ページ目の方に少しかかりますけれども、そういった安全の面では一定の事前規制といったものも当然必要でございますし、また、契約といった面においても、例えばいろんな面で判断力とかいった面で若干十分でないという場合においては、それなりにきちんとした配慮というものをしていく必要があるだろうということを書いております。

したがって市場メカニズムが当然働きにくい分野についてはきちんとケアをする必要がありますけれども、そういう前提の中でそれより上の分については、基本的な流れとして、市場メカニズムを重視していくという経済全体の流れがあるということが1つでございます。

2つ目、(2)でございますけれども、「消費者・事業者の役割の増大」ということでもございます。これは消費者の利益を確保していくというときに、今申し上げたようなことで、これだけ経済社会全体が大きく変化もし、商品取引も多様化している中で、すべて行政が一つ一つやっていくということはなかなか現実的には難しいという状況がございます。そういった中で消費者、あるいは事業者といった主体が行政と連携をし、あるいはそれぞれの立場において消費者利益の確保に果たして

いただく役割も非常に大きいだろうということでございます。

その消費者がきちんと権利実現のために市場の中において不正な契約であるとか、あるいは悪質な事業者といったものを排除していく、あるいはウォッチしていくという役割も当然でございますし、また事業者もコンプライアンス経営、あるいは自主行動基準の議論もございましたけれども、そういった自主的な活動を通じることによって、消費者の信頼を勝ち得ていくという御議論も実際にあるわけです。

こういうことで行政のみならず、消費者・事業者といったものすべてが一体になって消費者利益を確保していくという必要性が生まれていくのではないかとということございまして、大きく分けてこの2つくらいが全体として消費者政策への見直しを求める大きな流れなのかなという整理をいたしております

その上で8ページ目の下の方の2.としてグランドデザインの提示ということが書いてございますけれども、消費者保護基本法が制定以後、30年以上が経過しているわけですが、その中で今申し上げたような市場メカニズムをどう扱うのか。あるいは消費者・事業者の役割の増大といった動向に、ただちには今の消費者政策が対応できていないのではないかと。そういった観点の中で、全体を総点検をして、21世紀にふさわしいグランドデザインを提示するということが求められている。その中でこういう検討が進められているという整理ではないかと考えているわけでございます。

以上が全体の基本的な考え方でございまして、それに基づいて10ページ以降、それでは21世紀型の消費者政策の在り型というものはどういうものななんだろうかとというのが第2章でございます。

大きく2つありますけれども、1つ目は「消費者政策の転換」ということで、これも中間報告にも大体沿っておりますけれども、「保護から自立への環境整備へ」という流れがあるだろうということでございます。

最初のパラに書いてございますことは、若干これまでに申し上げたことと重なるわけでございますけれども、基本的に消費者を行政が保護するという展開で政策が進められてきたわけでございます。

一方で、次のパラにも書いてございますけれども、先ほど申し上げたようなことで市場メカニズムの活用といったことが進められておりまして、全体としてそれが自由で競争的な経済活動を促進する。そういったものは消費者の面から見たときに、選択の幅を非常に広げるという意味でのメリットがあるわけございまして、そう

いったものをできるだけ活用していく、活かしていくためには、消費者が市場に重要なプレーヤーとして参画をし、そこで積極的に消費者利益というものを確保するためにポジティブな役割を果たしていただくということが求められているのではないかと考えています。

その中の次のパラにございますけれども、当然その中でもいわゆる弱者と呼ばれる人たち等に対しては、引き続き保護の必要性というのは全く変わるものではないという先ほども申し上げたことでございますけれども、そういうことをきちんと認識をした上で、もう少し市場メカニズムが機能し得るようなところにおいては、従来の保護を中心とした施策から、消費者が自ら活動できるような自立のための環境整備といったところに重点をシフトしていくということが必要なのではないかと考えています。

その中でそういったことがあることによって、マーケットというのが、事業者と消費者と当然その2つの重要な視点があるわけでございますので、消費者が重要なプレーヤーとして参画することによって、それがマーケット全体に対してもいい影響を与えて健全な市場形成にもつながっていくということが期待されるのではないかと考えています。市場としても、これだけ社会が大きく変化して、トラブルも複雑になってきておりますので、事前規制を中心とする行政手法だけではなかなか限界があるということで、事前規制から事後チェックへの重点シフトも必要なんじゃないかという全体としての大きな転換の話を書いております。

それと連動しまして、11ページ目の2．にありますような「消費者の権利と消費者政策」ということでございますけれども、当然消費者がきちんと利益を正当に確保していくというときには、当然幾つか満たされなくてはならないものがあるということで、これは中間報告にほぼ沿ってございますけれども、①から⑥というものは、まずきちんと確保される必要があるだろう。そのときに、こういったものは、これまでのようにすべて保護によって与えられるという考え方ではなくて、こういったものを実現していくというのは消費者の権利である。その権利を行使することによって、消費者がこうした利益を獲得していくという意味で、消費者の権利として位置づけていくということが1つ。

そういった消費者の権利が実現されるように、行政がきちんと消費者政策を強力に展開をして権利の実現を図っていくということが必要であろうという考え方の整理をいたしております。

それから、次の12ページ以降でございますけれども、第2節としまして、今申し

上げたような消費者政策の理念といったことをきちんとやっていくために、各主体がどういう役割、あるいは責務を果たしていく必要があるのかということでございます。ここは基本的に中間報告で書いてございますことを基本的な考え方は踏襲しております。消費者の役割についても、大体前回中間報告にあったことで自ら情報を収集して判断をすとか、あるいは行政の働きかけをきちんとするというところに加えまして、消費者団体についてもその役割があるということを書いてございます。この消費者団体につきましては、中間報告にも書いてございますけれども、年明け以降、今年に入ってから議論の中で消費者団体についての役割といったことについての議論もございましたので、それを踏まえて少し丁寧に書き込んでおまして、消費者、個人ではなかなか限定があるところに対して、消費者団体の果たすべき役割が非常に重要であるということで、具体的にはということで、これも部会で御議論がありましたようなことでございますが、5点ほど、こういった役割を果たすことが非常に期待をされていると書いてございます。これは後ほどの消費者団体訴訟といった方にもつながっていく話かと思っております。

13 ページで「事業者の責務」というのがございますが、こちらもほぼ中間報告を踏襲しておりますけれども、安全なものの商品サービスの提供、あるいは取引の遂行、情報の提供、あるいは苦情処理といったものの責務ということを書くと同時に、自主行動基準といったような自主的な取り組みへの期待も併せて書いてございます。

同様に事業者団体につきましても、こういった事業者の取り組みをより確実に果たしていくように促していただくということと、特に紛争解決、あるいは団体としての自主行動基準といったものの策定運用といったものへの期待を書いてございます。

3 つ目として、行政の責務ということでございまして、国、地方公共団体がそれぞれが消費者の権利の実現のためにきちんとした政策を取る。それをきちんと実際に実施されるような体制、行政の推進体制も含めて、きちんとした効果的な政策の実効を図るということを行政の責務として整理をしております。

最後 14 ページでございまして、第 3 節ということでございまして、これまで述べてきたこと、基本的な理念といったことをふまえて、今後実際の消費者政策というものを考えていくときにどういった方向性を考えるべきであるかということでございまして、1 つは、今まで述べてきたことですが、権利実現のための

政策を展開をしていくんだというのが1つの大きな方向でございまして、一番ベーシックであるところの安全で安心できる消費生活基盤をつくるとか、あるいは自由な経済活動をしていくための基本的なルールになるところの市場ルールの整備、あるいは情報提供、紛争解決といったものを内容とする政策をきちんと講ずる必要がありますし、そういった全体的な政策を展開していくに当たっては、消費政策全体がどういうことを目指しているのかということを示すような何らの戦略、あるいはビジョンといったものも示して実施していく必要があるだろうという方向性を書いてございます。

もう一つの方向性として2番でございしますが、実効性の確保ということでございまして、やはり中間報告にもございましたけれども、個々の施策、ないし体制だけではなくて、それを実際に実効あらしめることが必要でございますので、その実効性を書くことが非常に重要ということで、そのために当然行政の推進体制をきちんと強化するとか、違法、不当行為についてきちんと抑止・監視をする体制を取るとか、あるいは事業者による自主的なチェックといったものが必要であろうということを書いてございます。

それから、こういったことを確保するための制度面の検討ということで、例えば公益通報者保護制度でありますとか、あるいは団体訴権とかいろんなものがございましてけれども、こういう実効性確保のための制度面のケアも必要であろうということでございます。

位置づけとしましては、この基本的な方向性を踏まえて、次回以降御議論いただくように思っております個別の施策のお話につなげていくということでございます。

したがって、第3章以降、次回以降で御議論いただく施策の審議の中身に応じまして、この第3節、あるいは今、御説明しました基本的な辺りも、当然それに連動して見直しを全体として進めていくということになるかと思っております。

以上が資料1でございます。

それから簡単に幾つか補足をさせていただこうと思うんですが、資料2というのがございまして、「消費者政策の推移等に関する参考資料」ということでございますが、これは今御説明いたしました資料1のバックデータでございまして、基本的にはこれまでの部会でお出ししたものを中心に構成をいたしております。1ページ辺りは、これまでの消費者行政の軌跡、あるいは消費者問題の推移というものを1ページから最初の数ページ、年表形式でございましてけれども、少し整理をさせてい

ただいております。それが6ページくらいまで続きまして、7ページ以降消費者トラブルの状況ということで、件数の問題、中身がどのように変わってきたのかというのが7ページ、8ページ辺りでございます。

9ページ、10ページ辺りで、いわゆる訪販等の特殊販売の問題、あるいはインターネット関連、それから相談の主体として都道府県、政令指定都市なりどういふところが集団主体になっているかに関するデータでございます。

11ページ辺りが被害金額の問題、大体どのくらいの平均被害額が出ているかというデータ。

12ページに被害者の年齢構成ということで、弱年層、それから高齢者といった辺りが着目されるというデータを掲げております。

13ページ以降、これも部会で既に使用しましたが、各国における権利、どんなようなものが認められているかというものを13～15ページ辺りに整理をいたし、それから16ページ辺りでは各国の憲法で消費者関連の規定がどのように載っているかというものを整理してございますので、適宜御参照をいただければというものでございます。

それから、もう一つ、資料3というのがございます。こちらは国民生活モニター調査というものの結果でございますけれども、年に何度か内閣府の方で行っておりますり国民生活に関するモニターさんへのアンケートでございますけれども、先般まとまりましたので、御参考に付けさせていただきます。

中身は大きく2つありまして、そもそも消費者政策というのをあなたたちはどう思っていますかという非常に素朴なパートと、それから公益通報者保護制度についてどのようにお考えですかという2つの大きなパートになっております。これについては、時間の関係もございまして、個々に御説明はいたしませんけれども、2ページ目、3ページ目辺りに全体としての概要が載っております。

(1)にありますように、さまざまな消費者政策の分野についてどういうふうにあなたは評価しておりますかということについては、例えば規格・計量とか、あるいは製品サービスの安全といったようなものについては、そこそこの進展という評価のようなんですけれども、消費者金融、特に高利息の融資であるとか、過剰融資、あるいは銀行、証券、保険会社などの金融取引と、そういった金融関係ではあまり進展していないのではないかという厳しい評価が出ております。

公益通報者保護制度につきましては、(6)から(11)でございますけれども、

基本的には内部通報といったものについて、公益確保のためには望ましいといった回答をされる方が全体としては多く、36.9%とございます。

(7)で実際に何か不正があったときに、情報をあなたは通報しますかといったものについては、通報する。あるいは不正なものが重大な場合には通報するといった方が合わせて56.5%ということで、通報しませんという回答をした人7%を大きく上回っているといえます。

一方で、その場になってみないとわからないという回答も36%くらいありました。通報先としては、組織内部に通報するといった人が半数くらいになっていることが出てきておりまして、(10)で、そのための法制度が必要ですかといったことについては、必要という回答が65%、場合によっては必要という人が31%といった回答ぶりになってございます。これは一応今後さまざまな議論にも使えると思えますので、参考としてごらんをいただければと思います。

最後に資料4というのが付いてございまして、これは前回IT関連についての御議論をいただきましたときに、情報通信関連の苦情相談というのが実際にどのように処理されているんだろうかということについてのレビューが必要という御指摘がございましたので、付けさせていただきます。

1ページ目は全体として情報通信関連の相談件数の推移でございますので、これは前回も紹介いたしておりますので、省かせていただきますけれども、2ページ目でございますが、情報通信関連の苦情相談の対応状況ということでございまして、国セン、消センの対応内容を見てもと、いわゆる助言、あるいはアドバイスといったものが全体として約7割。それから、その他の情報提供というのが約2割となっております。実際に相談者と事業者の間に入って交渉を行ったケース、あっせん等でございますけれども、これは全体の約2%くらいとなっております。

そのあっせん等を行った結果がどのようになっているかというのが次の3ページ目でございますが、情報通信関連の苦情相談、約4,000件のうちに、実際にあっせんになった場合には、その9割以上が何らかの形で解決に結び付いているということでございまして、そのあっせんまでいくケースは少なかったわけですが、実際にあっせんになったものについては、何らかの形で解決に結び付いているというデータとなっております。

個別に中身がどのように満足に解決されたかというのは、個々には難しいんですが、その例として、4ページ目以降ですけれども、4.としまして、幾つか代表的

な苦情相談についての事例でどのようなことになったのかということの例を幾つか書いてございます。

例えば国際電話の課金トラブルというのは、これは知らないうちに非常に高額な国際電話に使用料金が請求をされたということでございますけれども、これについては結果としては、勝手に高い国際通話のところにサービスがつながらないようということで、総務省の方でもそういう対策の要請をしたということもあり、そういったところへの通話ができなくなるという対応をなされたようなこともあり、最近では大分改善をしてきていると聞いております。

個々には時間の関係もあり省略させていただきましても、個々に見てみますと、なかなかIT固有のものも勿論ございますが、マルチ販売のようなものをITを使ってやっていたり、オークションといったものも行っていたり、いわゆる通販といったものをネットを使ってネットショッピングという形で行っていたりということで、もともとの消費者問題とITを使っているところの複合しているという側面がございまして、なかなかそれに対する被害が十分にケアできているとも言い切れない状況ではないでしょうか。

ここはいろいろな制度、政策というのが講じられつつあるところでありますので、そういったものがどのくらい実効性が実際に上がっているのかということをよく見た上で対応していく必要があるのかということでございまして、結論としてなかなか全体像がわかりにくいところもあるんですが、私のわかる範囲でIT関連の苦情相談の状況をとりとめてみましたので、今後の御参考にさせていただければと思っております。

資料5は、各委員からいただいた参考資料を併せて添付をさせていただいております。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、この資料1の第1章と第2章について、御議論をいただきたいと思いますが、まず最初に第1章について御議論をいただきたいと思います。

第1章は何で21世紀型の消費者政策、特にグランドデザインというものを描かなきゃいけないのだろうかということに関連した大きな背景ということを説明している部分なり、こういう背景を前提にすると、消費者政策のグランドデザインを提示していく必要があるというのが第3節で結ばれているわけですが、この第1章の部分につきましては、まず御議論をいただきたいと思います。どなたからでも結構で

ございますので、よろしく願いいたします。

山中委員 初めに文章の方につきましてちょっと意見を申し上げたいと思っております。3ページでございますが、「家族、ライフスタイルの多様化」、この内容そのものは納得するわけでございますが、最初からの3行ほどのところが大変重要なことをこの3行で表現するということで大変短縮しているというか、文章が誤解を招くような表現になっているように思われます。特に女性の立場でこれを読んでいますと、ちょっと納得がいかないというか、誤解を招かれるような表現になっておりますので、では、対案というか、どこをどうしたらよいかというのは昨夜遅くこれを見たものでございますので、よく頭の中で整理がまだできておりませんが、もう少し丁寧に、消費者トラブルが増加につながっているという表現をもうちょっと入れていただいて、そこにつなげていただきたいと、そういうふうに思っております。

まず1行にしましても、「少子・高齢化の進行や女性の社会進出を背景に、単身世帯が増加する」、これもいきなり妙でございますして、何をもってこういう言葉につなげてきたのかという、とても妙な気がしております。

以上でございます。もう少し丁寧に表現をしていただきたいというお願いでございます。

加藤委員 今の山中さんのおっしゃったことは、私も実は感じていたんですが、これは恐らくデータの的なものがあるんだろうと思いますけれども、例えば女性の社会進出を背景に単身世帯が増加したというけれども、そんなこともないんで、男性の40代くらいまでの単身世帯というのも結構多いわけでありますので、この辺丁寧にしていただかないと、ちょっとまずいなと思います。

要するに、ここで言いたいことは、家族が核家族したのがまさに、家計が個計になっていく、孤立の孤であり、個人の個であるような財布ですね。家計が個別化して、一人ひとりの消費行動が多くなってきて、家族の連帯で今まで何とか予防できたり、解決をできていたような消費者問題が、非常に解決も予防もしにくくなっているという社会状況があるということなんだろうと思います。

一方、事業者の方はどんどん知恵に長けていって、あの手、この手の商法が出てきている。年代別に、若者向きにも、壮年者向きにもちゃんと消費者問題が起きているわけで、高齢者向けにも起きているといったような丁寧なときほぐしがこのところでは必要ではないか。この3行については、私もそんなふうに感じました。

落合部会長 どうもありがとうございました。ほかに第1章につきまして、野村委員どうぞ。

野村委員 消費者問題の第2節の方なんですけれども、5ページ辺りなんですけれども、サービス取引の拡大多様化とか、商品もそうなんですけれども、多様化だけではなくて、非常に内容が複雑になっているんじゃないかということなんです。例えば海外旅行の保険みたいなものは、どこの会社でやっても基本的に同じ価格で、提供される内容も同じサービスなわけです。ところが、今、インターネットとか電話などですと、いろんなサービスの内容とさまざまな価格のものがあって、消費者からすると、どれが自分の目的にとって一番適切かというのはなかなか判断しにくいという状況になっているということで、これは多様化という言葉だけではうまく説明できなくて、非常に複雑化しているんじゃないか。また、いろんな契約が組み合わせてワンセットになっているということがあるのではないかと。

それは、70年代というより、80年代以降か90年代以降か、比較的最近の現象じゃないかと思っているんですけれども、以上です。

加藤委員 私申し上げるのを忘れたんですけれども、2ページから3ページのところの問題意識の中で、決済の方法が非常に簡便になったと言いますか、借りることとか、支払うことについて、これをただITという言葉ではくくれないのではないかと。大きな消費者を取り巻く環境の変化の中で、非常に決済方法の大変化というものがポイントとして入るべきではないかと思えます。

落合部会長 浅岡委員どうぞ。

浅岡委員 細かくはまた整理して言葉で書かないと時間がかかるので後で申し上げますけれども、先ほどのお話では、中間報告から、今回のところで大きく変わりましたところは、中間報告の2ページの4で消費者政策の抜本の見直しの必要性というところで、43年に制定された消費者保護基本法はこのような変化を想定したものではなく、また、制定後の変化に対応する改正もなされてこなかった。このため、抜本的な見直しをすると書かれた表現がなくなりまして、細かく記述されたということになっているのかなと思えます。そういう説明も少しあったかと思えます。

どのように変わったのかを見ますと、今回の案の6ページのところに、90年代以降のこうした状況の背景には、規制改革やIT化、国際化の進展があるということで、90年代以降の分析をされたことにしていますが、それ以前のものは5ページの前半のところ辺りに、80年代以降までのものは何がしか対応をしてきたとなってい

ます。後ろの方を見ましても、どうも90年代以降のことに問題の対応ができていなくて、それまでのことは一応対応してきたのだという表現にかわったと感じられません。

総合的に見ますと、43年の基本法の制定から今日まで全体として変化に合う対応がなかった、十分じゃなかったという総括がなくなったということになっていると思うんです。そういう中から、今後の対応として、市場メカニズムの重視と消費者の役割というところが焦点になって、そこが解決すれば問題の解決はするとなっていると思うんですけれども、私はパブコメの意見を反映するとすれば、そうではなくて、80年代までの問題を今もずっと引きずっていて、今日の90年代以降も更に飛躍的に紛争も被害も多様化、複雑化し、大きくなっているという背景につながっているということが全然出ていないのは問題だと思うんです。

どうしてこれまでの被害がこんなに対応しているはずなのに増えきているのか、解決になっていないのかという疑問は、パブコメでも出されていましたが、ここでも意見が出されていたと思います。やはりBSE問題の検討委員会が整理をしていたように、ずっと生産者重視、事業者重視の経済政策であり消費者政策であったこと、そこからの転換が必要だということが出てきませんし、十分規制をしてきたといいますが、その部分が不十分であり、安全だけではなくて、取引についても非常に後追いであるだけではなくて、現在においてもそうだとすることが今も続いているわけです。何よりも不法の利益がそのまま事業者に残る仕組みというものに手当てがなされてないできているということが、非常に大きな被害拡大の大きな要因だと思いますし、情報提供という点でも、透明性を図るという点でも、そこがなされていなかったということになるかと思うんです。ここでは市場メカニズムが働く分野、働かない分野で、分けていますが、そこで言う市場メカニズムというのは一体何をいっているのかということをもう少し詳しく説明していただきたいと思うんです。メカニズムが機能するというのはどういう意味なのか。それはどういう要件を前提としていることなのかを説明してもらいたいと思いますし、働かない分野というので高齢者とか障害者とか弱者の場合ということしか浮かんでこないような後ろの記述になっていますけれども、例えば訪問販売のような、さまざまな攻撃的、特殊な販売形態、先ほどの話からいったクレジット、リースだ何だとさまざまに形を変えて被害が拡大しているという部分というのは、市場メカニズムが働く分野だと考えているのかどうかとかいう説明もしてもらった上で、この意見を申し上げた

い。今のままだと意見を申し上げるにもよくわからないことが多いなと思います。

落合部会長 どうもありがとうございました。今、浅岡委員の言われた趣旨も非常にわかるところがあるんですけども、同時に浅岡委員にちょっとお尋ねしたいのは、消費者保護基本法というものを一体どういう根拠で見直さなければいけないのか。この問題に対して浅岡委員のお考えがもし、これはなかなか難しいのですが、ここの第1章は、68年にできた消費者保護基本法、これが消費者政策全般のグランドデザインを68年の段階で描いたものだと思うんです。それを今なぜ変えなきゃいけないのか。変えなきゃいけない根拠というのは、かなり大きな根拠がなければいけないんじゃないかと思うんですけども、そうすると、それは一体何に求めるのか。あるいはそもそも68年の消費者保護基本法のグランドデザインは、今でも妥当していて、それで変える必要はないんだというのであれば別だと思えますけれども、もし変えるということであるとすると、その基本的な根拠をどこに求めていくかという問題を第1章で議論しているのではないかなと私はそう理解しておりまして、そうだとすると、そこは浅岡委員のお考えだとどこに求めるということになるのでしょうか。

浅岡委員 それはかねて議論になっていきますように、そもそも消費者保護基本法が消費者の権利を正面から位置づけて、消費者重視の政策の基本の柱を定めるというものでは全くなかった。事業者に対する最低限の制約、つまり規制をしていくことを中心にして反射的に消費者の利益がある部分図られることで、また苦情に対しては一部事業者や自治体など、苦情処理ができる体力の範囲ですという手当てで終わらせて、被害を根絶するという発想にはならなかった。救済というものは消費者の権利として認めていかないということにも反映している。そこにも由来していると思います。

そこが最大の根本であって、どういう点を消費者の権利として見ていくべきなのかという議論をしないといけないんですが、何が今後の消費者の権利と定めて必要なのかという議論をしていくときに、今申し上げたのは、60年代、70年代、80年代、こうして起こってきた問題というものが、どこに問題があったのかということについての掘り下げがありません。私が思いましたのが、6ページのところで90年代のこうした状況の背景には規制改革やIT化、国際化という社会の大きな変化があると考えられるということがありましたけれども、それ以前の問題については、こういうことが起こっているということだけであって、なぜそれが起こったのかと

ということについての掘り下げがないので、消費者の権利を整備する上でも、何が不十分であったのかの整理の上でも、今後何が必要かを考える上でも、消費者の自己責任と自立、そして、消費者の役割の拡大というところだけが今後必要な対応として強調されてくることになっていると感じられるわけです。

その点からざっと読みましたときに、90年代以降のこうした状況の背景として、非常に限定的に書かれ、前はどうなっていたのかと改めて見ますと、2ページでは43年以降こうした変化に対応する改正がなされてこなかったとなっています。どうしてこういうふうになってしまったんだろうと不思議に思いながらいろいろ見比べていたというところなんです。

落合部会長 浅岡委員のお考えはわかりましたので、ほかの委員、どうぞ。

高委員 私も大体浅岡委員の御指摘に賛同しておるんですけども、今日のところを読ましていただいて感じたところなんですけども、まず最初に3章、4章のところを今日は議論しなかったわけですけども、何回か欠席したために議論についておりませんで申し訳なく思っています。恐らく3章、4章の中身を議論することで前の部分の内容も大分変わってくるんじゃないかと思えます。今日説明いただいたところの印象なんですけれども、例えば2ページのところで行政手法というのは事前の規制型から事後監視型、チェック型に移行するという説明がありました。しかし今日読んだところを見る限りでは、行政側が事後チェックとか事後監視型に対してどういう対応を取っていくのかというのはほとんど説明はされなかったと思います。抽象的な説明はありますけれども、全体的に言えることは消費者が自立して自分で民事ルールにのっとなって対抗していきなさい。市場メカニズムに任せて、ある意味では、市場を通して事後チェック機能を消費者が自分で働かせないというように私は読み取れてしまいます。6ページのところで、政策対応の変化ということで、ここにも民事ルールを整備して対抗していきなさいという意味の記述があるんでしょうけれども、例えば団体訴権の内容でもこれから説明いただくんですが、どれだけの権利が消費者団体に与えられるのか。例えば不当な利益の没収、損害賠償請求権まで認められるのか。それはないとすれば、ある意味で十分な権利も与えないで市場で対抗しなさいという、ちょっと無理な議論になってしまうのではないかという印象を持ちます。

それから、7ページのところは、事前規制から市場ルールという話になって、行政の事後監視、そういった機能についてはほとんど言及されていない。言及されて

いるとすれば7ページの下の2行目辺りからですけれども、この文章も一方で市場メカニズムが働きにくい領域については十分な配慮が必要であるという、主語がなくなっていて、配慮が必要であるという説明ばかりが8ページも出てくるだけで、一体だれが配慮して有効な行動をとるのが明確に出てこない。

その下の(2)のところですが、やはり消費者が自分で不正な契約の排除とか、悪質な事業者の淘汰に努力しなさいということが述べられている。つまり、消費者に自分でやりなさいという説明になっているわけです。

その後、事業者はコンプライアンス経営に努めるということですが、そもそもコンプライアンス経営など、最初から努めない事業者が問題だと思います。そういった事業者に対抗していくために、消費者、あなたたちやりなさいと言っても今の段階では非常に難しい。団体訴権をどれだけ充実させるのかという議論と、公正取引委員会等が事後監視、事後チェック機能に関しどういう役割を担ってくれるのか、こういった議論も3章、4章のところで行われると思います。ですからそこを踏まえて前の部分の内容を検討し直す必要があるんじゃないかなと考えます。

落合部会長 今、高委員の御指摘は全くそのとおりであって、本日は1章、2章というのは、ある意味では総論的なところですね。具体的な話は次回以降の3章以降になる。したがって、3章の内容いかんによっては総論が動くというのはまさに御指摘のとおりであって、したがって、全体的な方向としての総論を議論して、今度は各論を議論して、そして今度は総論・各論合わせて議論する必要があると思いますので、そのような形で議論を進めるということは私もそのようにしたいと思っております。

福川委員 これはスケルトンということでございますから、もうちょっと全体の文章は書き込まれるのかもしれないので、今の点で申しますと、私も1つ気になるのは、グランドデザインの提示、これは趣旨としては私も大賛成で必要だと思っておりますが、多分、この報告書自身がグランドデザインになるだろうと思うんです。それは前文になるのかどうか知りませんが、この部会としては、そういうグランドデザインはこういうふうに書いたんだと。それが今非常に必要なんだということ強く出したいという気がするわけです。と申しますのは、8ページのグランドデザインの提示というところは、第3節の見直しの必要性というところに書いてありまして、ですから、見直しの必要性の一つの要因としてグランドデザインの提示があるという書き方になっているものですから、まさに見直しの必要性というのは、

もうちょっと具体的ないろいろな状況、あるいは政策スタンスの問題があって、そして、こういうふうにグランドデザインは考えましたという書き方になって、これだけ見ると、グランドデザインの提示が必要だから見直しをするんだという書き方になっているんですけども、多分、もうちょっと報告書というのは、全体こういうふうにしてほしいかという意欲の表明になって、それが具体的に各論でも展開していくということの方が迫力が出てこないかなという感じがするわけです。

もしここにこのとおり書くと、グランドデザインというのはどういうものか。ただ、グランドデザインが必要だと言われても、一般の人はどういう内容のものができてくるのかというのがわからないと思うので、もしこの書き方をするなら、もうちょっとグランドデザインというもののカバーすべき領域などをこういうふうにしていくというふうになるんだろうと思います。これはスケルトンではなくて、本文に書き込むときにかなりニュアンスは違ってくるように思いますけれども、私はこの報告書自身がグランドデザインであるということで、その根拠をここでも明確に打ち出し、その内容もはっきり打ち出して、先ほど部会長もおっしゃったように、これが消費者保護基本法の改正につながる。あるいはつながらないという結論になることもあり得ると思いますが、つなげるということが明確に出てくるようなトーンで強く書いていただけたらいいかなという気がします。

落合部会長 確かに御指摘のとおり、グランドデザインの部分はそのような感じがいたしますか、全体からしますと、恐らくこの案は第2章というのが、まさにグランドデザインの中身を書いているんじゃないかなと。明示的に「第2章 21世紀型消費者政策の在り方」となっていますけれども、これはまさに基本的な在り方なのであって、細かいことまで書いていないわけですから、基本的な在り方であろうと。そうすると、その基本的な在り方としては、第1節、第2節に書かれているようなことは、これらがグランドデザインの具体的な中身であるというので、どうも全体の構成としては、第1章は何でグランドデザインを出さなきゃいけないのかというところを説明して、そして、第2章でグランドデザインはこんなものですよというを出しているつもりではないか。

確かに御指摘のとおり、そういう感じで明確に表現されているかということ、ちょっとはっきりしない部分があります。それでは、グランドデザインはどこに行ったのかということ、第2章を見ても余りグランドデザイン的な言及がないので、グランドデザインが必要だと言っていて、では、どういう内容のグランドデザインなんで

すかという答えみたいなものの部分が第2章であるということがわかるようなことを書かなきゃいけないかなと思うんですが、事務当局としてはそういう考えで構成されているんじゃないかと私は思いましたけれども、この辺、いかがでしょうか。

中村企画課長 おっしゃるとおりでございまして、全くこれと別にグランドデザインということではなくて、まさに議論いただいているグランドデザインの必要性を、今、部会長が総括されたような趣旨だったんですけれども、確かにおっしゃるとおり書き方がやや誤解を招く感があると思いますが、そこは整理をいたしたいと思います。認識としては、今、部会長のおっしゃられたことと一緒にございます。

落合部会長 それでは、岩田委員、どうぞ。

岩田委員 どこということではないんですけれども、これは第1章か2章がわからないんですが、少し入れておいた方がいいのかなという感じがするんですが、今、消費者政策見直しの必要性というところで、量から質へと移って、消費経済、消費社会が成熟化してくる中で、行政手法も事前規制から事後チェックに来ているところで、6ページにもあるように、消費生活における商品サービスが非常に複雑化、多様化して、これも私も複雑化と入れたおいた方がいいと思うんですけれども、その一方で規制緩和による悪質業者みたいなものが入る可能性も非常に大きくなってきている。規制緩和の影響はそういうところにあると思うんですが、戦後の消費者行政を見てみますと、基本法以後もいろいろな問題が起きたときに、モグラたたきのようにいろんな業法をつくって運営してきている。ところが、それではなかなかこういう社会の変化に付いていけないということで、ある程度網をかぶせるような消費者契約法のようなものもつくってきた。それでも限界があるというところで、行政の方は事前規制から事後チェックで監督チェック機能はこのままやっていたかなきゃいけないと思うんですけれども、そういうものを補完する一番有用なのは、消費者自体に免疫力を付けてもらうという、医学で言えば予防医学みたいなものかもしれませんけれども、1つは、複雑化、あと悪質業者が出てくるという社会の中で健全な消費生活を自ら営むための消費者自身が力を付けてもらう。

それと、行政だけではチェックも限界なんだということはちゃんと打ち出した方が、後にも出てきますけれども、消費者団体とか消費者自体がそういった悪質な業者に対しては退場を迫る。そのパワーを身に付けさせる必要があるんだという、この見直しの流れなのかなというふうに理解していたんですけれども、読むと、そういう市場メカニズムの導入によって利便性が非常に高まったとか、事前規制から事

後チェックは、今後の方向だというのは、出てくるんですけども、何で転換が必要かというところに、今、私が申し上げたような視点も少し強調しておく、今後の消費者政策が、何で転換する必要があるんだということがより一般の人にわかりやすくなるのかなという感じがいたします。

大羽委員 第2節の4ページから5ページにかけて、複雑化、多様化していますよと書いてありまして、当然のことながら近年の消費者問題の変化というのは非常に大事な記述だと思うんですが、この第1行目のところに、消費者が商品やサービスに関連してトラブルに巻き込まれる事例は増加傾向にあると言い切っておりますけれども、これは客観的なデータとして出ているのかという感じがあるわけです。

もう一つは、言うならば、クレーム・コンシャスネスの増加のようなのが、大分拍車をかけているんじゃないかと思うわけです。

しかも、それを実際に行政の窓口に立っていらっしゃる方は随分増えてきたとおっしゃっていらして、ですから、相談とかあっせんとかいう前に、問題提起もかなりおっしゃっているようでございまして、したがって、単にこれを見ると、事業者がトラブルがたくさん作っているように見えますけれども、それだけではなくて、市民がいろんなことを言うような社会になってきたんだということが当然あると思うんです。製造物責任法を制定し、国民生活センターだとか消費生活センターにたくさんな情報が寄せられているというのは、安全性を欠いている製品が市場にたくさん出てきたからかということ、そうではなくて、いろんな問題提起がされてきたからだと思うわけです。こういうふうな記述になりますと、トラブルが随分増えたという感じで取られる方がいると思うので、そこら辺はクレーム・コンシャスネスの増加に伴って、こういった状況になってきて、それをどう対応するかというのが大事なんだということを記載しておいた方がいいんじゃないかと思います。

2点目として、後ろの記述で、2.6倍というのは、先ほどの資料2で88万件に上ってというところが出てまいりましたけれども、前のデータで、たしか10年前に19万なにがしという数値があって、10年後の現在、3.7倍になったというデータがあったんで、記憶していますが、3.7倍なのか2.6倍なのかということです。つまり話なんですけど、これはデータが違うんでしょうか。

どちらのデータを使うにしても、相談件数の増加というデータを使われるときは、どちらか説明のできるデータによる方がいいのかなと思っています。

落合部会長 第1点のクレーム・コンシャスという意味は、クレーム・コンシャ

スであるがゆえに出てきたクレームというのは、これはクレームなんでしょうね。

大羽委員 クレームでしょうね。

落合部会長 ですから、そういう意味ではクレーム・コンシャスであってもクレームだと。ただ、増加の理由がコンシャスに基づく部分もあるとは確かに思うんですけれども。

大羽委員 電話を取ったものが1件でカウントされるはずですから、そうすると、そういう意味で問題提起をされる方も意見を言われているわけですから、必ずしも我々が言っている苦情と言いますか、それから何らかの消費者の被害というものの増加があったというふうには思わないということです。

落合部会長 しかし、被害に巻き込まれると書くと、大羽委員御指摘のとおりなのですが、トラブルに巻き込まれるというのはやや広い表現で、そういう意味では必ずしも大羽委員の御指摘の部分と必ずしも抵触していない表現とも読めるかなという感じがいたします。

事務局の方から、今、大羽委員から2点あったわけですから、いかがでしょうか。

中村企画課長 データの方は、前にお知らせしていたデータというのはパイオネットの数字をそのまま使っておるんです、今回やっておりますのは、パイオで必ずしも拾い切れていないものもございまして、そういったものについて、消費生活センターなどにアンケートなどを通じて広い範囲から集めた、また、別の系列というのがございまして、そちらの方がもう少し全体像が分かるだろうということで、データを使うソースを少し変えたということでございます。いずれにしても、そこはきちんとわかるように、何らかのことをしたいと思います。

福原委員 途中で退席させていただきますので、簡単に2点ほど申し上げます。

1つは、行政と消費者団体の取り組みということばかりではなくて、今後、起こり得る問題として、登録NPOばかりではなくて、登録していない市民組織が単独でこういう機能を持つということも言及しておいてよいのではないかとということが1つ。

第2点は、先ほど野村委員から契約が複雑化したということがございましたが、そうなりますと、今、現実に存在する消費生活コンサルタントみたいな方は勿論重要でありますけれども、更に専門的に特化したコンサルタントみたいな人を市民の間に育てていく必要があるのではないかと感じますので、申し添えます。

宮部委員 2つほど申し上げたい。

第1点は、トラブルが多くなった理由の一つとして、消費者のニーズが技術進歩に裏付けされて非常に高級化していることがいえる。しかし、そういう新しい良い製品が出る反面、消費者の側は依然として昔の製品でいいという人もいるが、製品だけが割と高級化の方向へ動いていることがトラブルを生んでいるのではないか。21世紀の消費者政策の在り方を考える際、ということで今お話があるわけですが、技術進歩ということと、製品の高級化ということをどこかで入れていただけないか。

もう一点は、8ページの(2)で「消費者・事業者の役割の増大」とあるが、13ページの方では「消費者の役割」「事業者の責務」「行政の責務」としている。やはり8ページの方でも、消費者、事業者だけでなしに、行政の役割についても一言あっていいのではないか。

また、12、13ページのところで役割と責務につきましては、消費者は役割だけで責務が書かれていない。事業者と行政は責務だけで役割がないというのもちょっとおかしい感じがするんですが、いかがでしょうか。

落合部会長 それでは、鍋島委員、どうぞ。

鍋島委員 先ほど岩田委員がおっしゃった免疫という話もありましたけれども、私はこれを読んで感じたのが、消費者教育については、言葉として少ししか出てきていない。今までどういう状況であったのかというのは入れておいた方がいいのではないのでしょうか。特に3ページの先ほどの国の業務のところなども含めて、その辺も少し入れた方がいい。消費者教育というのは今までどのように行われてきたかということを加えた方がいいのではないかなと思います。

これは言葉ですが、7ページの(2)の5行目のところに、苦情処理という言葉がありますが、実は私ども企業、事業者の方としては、できる限り苦情処理という言葉はやめよう。苦情対応、あるいは相談苦情対応という言葉にしようとしています。

というのは、処理というのは、何となく右から左へやってしまうという形に見えますが、現実には事業者の方では、消費者の意見を聞いて、それをキャッチボールしながら対応していますので、苦情対応、あるいは相談苦情対応という言葉に直しています。実際にやっているのは、JIS Z 9920の場合には苦情対応マネジメントシステムの指针对応という名前にしています。これは7ページだけではなくて、全文、ほかのところでもそうですけれども、できれば、相談苦情対応という言葉に変

えていただきたいと思います。

山本委員 7ページのところに、(1)のタイトルで「市場メカニズムを重視 - 事前規制から市場ルールへのシフト」ということで、市場ルールという言葉が出てまいります。本文の中にも7ページのところで市場ルールの整備と出ておりまして、最後の14ページに市場ルールの整備という、3か所でこの言葉が出てくるわけです。非常に重要なキーワードになっているわけですが、市場ルールとは何なんだということを、少なくとも一般の国民に向けた報告書でまとめ上げていく過程において、もう少しわかりやすく説明する必要はあるであろうと思います。

6ページのところに民事ルールということが出ておりまして、これであれば大体意味的に定着しているのので、そういう心配はないと思うんですけども、市場ルールという言葉は、1つは金融サービス法の議論の過程で出てきた言葉であって、取引ルール、業者ルール、それと市場ルールという形で、3つの分類の中で出てきた。そういう意味でこの市場ルールというのを使っておられるのか。それとも、マーケットでいろいろなプレーヤー、事業者、消費者、その他の団体も含めて行動する。そこに適用されるルール一般という、非常に広い意味で使っておられるのか。しかし、後者だとしますと、業法的なルールも入ってまいります。規制を中心とした手法から市場ルールの整備に重点をシフトするという場合は、恐らく業法的なルールは入ってこないだろう。さらに、業法的なルールの中にも行政ルール、刑事ルール、それからクーリング・オフのような民事ルールがある。どこまでがこの市場ルールという言葉でターゲットにされているのかということをはっきりさせる必要があるだろう。私の理解では金融サービス法の議論の中で出てきたような狭いものではなく、それよりは広いと思うんですけども、マーケットで行動する当事者に適用されるルール一般ということでもないだろうと思います。特に消費者契約法、これは施行5年後の見直しということが国会の付帯決議で出ておりますけれども、消費者契約法のさらなる整備というのは、この市場ルールの整備の中に入ってくるかどうか。その辺がこの文章を見ても必ずしも明確ではない。次回以降出てくるかもしれませんが、その点を明らかにさせる必要があるだろうと思います。

もう一点ですが、先ほど若干関連する指摘が浅岡委員からございましたけれども、市場メカニズムの重視ということがうたわれているわけで、それは私は反対ではありませんけれども、市場メカニズムと申しますと、若干狭いと言いますか、事業者間の競争を維持促進することによって市場メカニズムを有効に機能させる。それで

消費者政策を展開していくというだけの意味にとられかねない面がある。

消費者政策の中ではよりミクロの視点と言いますか、契約当事者の間で情報を提供させるようなルールを立てるとか、あるいは勧誘に関して、こういうことをしてはいけないというルールを立てるとか、そういうミクロの視点も多分必要なんだろうと思います。

先ほど高齢者や障害者などの弱者的な消費者に対しては、契約ルール等において十分な配慮が必要であるという指摘が8ページでなされておりますけれども、それは市場メカニズムが働きにくいからという面も全くないとは思いませんが、契約を結ぶ前提のミクロの契約の世界でこういった人たちには、自己責任を問う側面がある。ですから、こういう配慮が必要であるということになるわけなので、そこは論理的には市場全体の競争促進というよりは、もう少しミクロの視点が入って、始めて説明できるものではないかと思えます。

あと一点だけ、今の点に付け加えて申しますと、市場メカニズムというのは非常に広い意味で使われている可能性もある。要するに、企業間の競争を維持促進することと併せて、消費者の選択が歪められないような環境整備を図るということおとです。これが公取の中に設置されました消費者取引問題研究会で指摘されている視点でありまして、そういうものを含めた意味での広義の競争政策と言いますか、市場メカニズムの活用ということを言われているのであれば、そういうことも少し付け加えられた方が報告書としてはわかりやすくなるかなという感じがいたしました。

以上です。

落合部会長 どうもありがとうございました。

加藤委員 2点発言させていただきます。1点は、今、山本先生がおっしゃったところなんですけど、8ページの上から3行目の「高齢者や障害者」だけではなく、未成年者という言葉も入れていただいた方がいいんじゃないかと思っています。

というのは、米国辺りですと、子ども向けのインターネット上の取引などは別のガイドライン、あるいはテレビについてのガイドラインとか、いろいろあるようですけども、この国ではそういったような特別な配慮というのがなかなか弱いので、今、携帯電話などの契約の場合に、未成年者の場合にどうするかといったような一定のルールはできているようですけども、特別な配慮が必要ではないかと思えますので、ここは未成年者を入れていただきたいと思えます。

もう一つは、大羽先生がおっしゃったところでございますけれども、私は前々から申し上げているし、先回もIT関連のところでは申し上げたんですが、御努力はわかります。本日、資料で改めてITについての別の資料をわざわざまとめられたことは御努力は買いますけれども、この間も申し上げましたけれども、これは総務省の中の電気通信消費者相談センターにもデータがあるわけですし、それから経済産業省の方でもECOMを通して消費者の相談・苦情に対応している部分もあると思います。

例えばITについても、そういうわけで、今出てきている国民生活センターの方でまとめたものに対する定性的な評価も必要ですけれども、それ以前に必要な定量的な問題の把握として、情報通信についてはそういったようなことがあるということと同様に、住宅とかリフォームの問題とか、交通機関関係だとか、ほかの省庁にも消費者トラブルというのは随分入っているわけなんです。

この辺を総括的に総ざらいしないで新たな消費者政策を議論していくということは、私は前々から不満でございました。そのことを是非ほかの省庁の御担当者の皆さんにも考えていただいたり、そして、できればこの議論にも参加していただいて、食品関係だったら農林水産省も随分いろいろなデータを持っているわけです。

そういうことも含めて、私は消費者政策のグランドデザインというものの議論がされるべきではないかと思っています。非常に矮小化されたと言っては失礼ですが、今やれる範囲内で消費者政策を考えていくという形ではなく、大きくいろいろなすべての官庁の中で、先ほど浅岡先生がおっしゃいましたけれども、産業育成をする中での消費者政策を、ここで一度総括される必要があるのではないかと。それを含めた上で21世紀型消費者政策のグランドデザインをつくっていく。その考慮のための材料としての消費者トラブルの数字、あるいは消費者苦情相談ですか、そういった数字であるとなるならば、それはパイオネットだけでは私は足りないのではないかと思っています。

いつも同じことばかり言って何ですけれども、私はこれは何十年に一度の大議論の機会でございますので、みんなが大きく考えていただきたいわけです。

落合部会長 全体の進行ですけれども、大分第1章の議論の中で第2章に関連して言及もございましたので、もう第2章も含めて、そういう意味では第1章、第2章という感じで御議論をいただきたいと思います。

浅岡委員 先ほど御質問した点なんですが、山本先生からも御指摘いただいたん

ですか、この意見書の事務局案を全体としてどう私が理解したらいいかということ
を考える参考として、ここに言います市場メカニズムとワークする領域というのは、
例えば訪問販売のような領域なども考えた上でお使いになっているのかどうかをま
ずお教えいただきたいと思います。それを1つの手がかりとして私の理解を進めたい
と思います。

もう一点ですが、先ほど岩田委員が規制緩和がこういう問題をもたらしているとい
う御指摘がありまして、そういう側面もありますが、かねて申し上げているのは、
規制ができていないところに被害が起きてきたわけですから、規制が緩和されたか
らではない領域がほとんどなんです。取引や契約に関する紛争というのは、ない領
域に工夫をこらし幾つかの類型を組み合わせた新しいものをつくり出している。だ
から、規制の発想の仕方を変えなければいけないということであろうとかねて申し
上げているんですが、とりあえず先ほどの市場メカニズムとか市場ルールというも
のについて、もう少し詳しく考えるよすがを教えいただきたいと思います。

落合部会長 それでは、更に1章、2章を御議論いただきたいと思います。ここ
で考えているのは、基本的には68年にできた消費者保護基本法というのは現在、あ
るいは21世紀というものを考えたときにワークするものとして、依然として手直し
しなくても、あるいは若干の手直し、本当にささいな手直しでワークしていけるの
かどうかという問題を議論しているわけで、そうしますと、理論的に68年のときの
消費者保護基本法というものをつくったときの立法事実、もう少しだけ言葉で
言えば、消費者保護基本法が前提にしていた日本の経済社会、そういう全体がどう
いう状態というものを念頭に置いて法律をつくったのかというのが問題になるわけ
です。

したがって、市場メカニズムというのはそういう文脈で私は使われているんじや
ないかなと。つまり、68年に消費者基本法をつくったときに、政府全体が基本的な
政策として市場メカニズムをより重視して政策をやっていこうということは、68年
の時代には何にも言われていなかったわけであって、むしろ弱い消費者に対しては
行政が積極的に手を差し伸べてどんどん保護していこう。あるいは事業者も、それ
を育成・保護していこうという発想の下にできあがっていた部分と、現在の我々の
経済社会環境、特に21世紀もにらんだ場合の環境と非常に違う点がある。非常に違
うところがあるがゆえに、言わば68年の消費者保護基本法が前提としていた社会は
もう変わっているんだと。だから、変えようというのは私は理論的には非常に筋の

通った議論であろうと思うんです。そのときに一体何を持ち出してくるのかということ。

では、どういう点が大きく社会が変わったんだというときに、明らかに1つ重要な点は、政府自体の基本方針が市場メカニズムをより重視していく方向に変えていくというのを明示的に出して、どんどん政策を進めているというのが1つの大きな相違であるという文脈の中で、恐らくこの中で市場メカニズムという言葉が取り上げられているのではないか。68年の消費者保護基本法が前提にしていた当時の経済社会、消費者生活というものとどこが違うのかという視点から第1章は構成されるべき筋合いであって、そういう角度から取り上げてみたらどういう論点が出てくるかという議論で構成されるべきものだろうと思っております、そういう観点から見たときに、市場メカニズムは勿論重要なポイントとして出てくるでしょうし、あるいはIT化、国際化、家族・ライフスタイルの多様化等も確かに68年、消費者保護基本法をつくるときに考えていたこととは非常に変わっていることなんで。だから、68年当時においても問題になっており、したがって、その部分では何の変化もないという部分は勿論重要な問題なんですけれども、新しく68年で考えていたグランドデザインと違うグランドデザインをとというのは議論のときには重要ではあるけれども、重要性の程度がやや下がるという局面があると思うので、そういう角度からのアプローチで、主として今の第1章、第2章も議論しているのではないかと思います。そういう角度からの方向での御議論も是非していただきたいと思っております。

確かに浅岡委員、あるいは加藤委員が言われたように、今までの消費者政策そのものを総括してという部分がやや稀薄であるという御指摘は確かにそうなんだと私も思います。だけれども、総括するときの視点が68年当時のグランドデザインをなぜ変えなきゃいけないかという角度から見て、取り上げるべきものは取り上げるということが必要なんであって、その辺りに少しコンシャスになっていただいて、御議論いただいた方が、全体の方向としては、そこに応えていくというのがこの消費者政策部会の任務だったんじゃないか。つまり、21世紀の消費者政策のグランドデザインはどのようなものとしてあるべきか。なぜ今この時期に立てなきゃいけないのかという問いに対して、消費者政策部会は2年間、一応我々の任期は2年間ですから、その2年間で全力を上げてその問題に取り組んできて、それを今、6月末に任期が切れるわけで、2年間の検討の成果をまとめなきゃいけないという段階に到達

しているわけです。

我々の議論のまとめを今しようというところで、そういう基本的な問題に対してどう応えていくのかという部分が強く出ていないと、私としては一体何のための議論をしてきたのかという批判が当然出てくるだろう。だから、消費者政策全般的な点検というのでも確かに重要なんですけども、言わば消費者政策全般を点検しましょうという課題で消費者政策部会を立ち上げたわけではないんです。国民生活審議会から消費者政策部会に諮問されているというか、課題は、21世紀の消費者政策というものをどう考えるのかという課題でありますので、それに応えるのは最終報告ということですので、ただ、各論が必ずしも出てきていないので、かなり各論的な御議論が今日は非常にあったんですけども、確かに各論は重要な部分で、肉づけをしなければいけない部分なんで非常に重要なんですけども、そのところは今後、御議論いただいて、ただ、ここはかなり巨視的な視野で議論をするのが第1章、第2章のところでありますので、いろいろ御不満もあろうかと思えますけれども、そういう非常に基本的な部分に絞った形での議論をお願いしたいと思います。

高委員 私は総論的にはここに書かれている内容は間違えた方向ではないと思っています。これまでは保護の対象であった消費者が自分で自分の権利を行使しながら、例えばマーケットから追い出したい業者がいれば追い出せるような事後の機能が働くような仕組みをつくる。それは個々人の消費者だけではなくて、行政においても事後チェックという役割を果たしていく仕組みもつくらなければいけないという意味で、この総論については問題があるとは思っていません。ただ、各論のところ、本当にそういう仕組みをつくるのか。例えば先回かその前か知りませんが、消費者保護会議の機能強化という提案がなされたと聞きますが、やはりこれまで数十年見て、それが機能していたのかということ、機能していないじゃないかということをもう一度問うてもいいんじゃないかと思うんです。本当に淘汰の機能が働くのかどうかということを検討する必要がある。2つ申し上げたいことがあるんですけども、11ページに消費者の権利として6つ並べてあるんですけども、安全が確保されること、何々がされること、何々がされることと。これは同じページの下から4行目のところで、6つのことは、利益という意味で並べているのか、それとも権利という意味で並べているのか、文章を読むとよくわかりません。「これら消費者が確保すべき利益を保護によって与えられるものでなくて、自ら実現していく消費者の権利として位置づける」という書き方をすると、この6つは何か利益のよう

なものということになります。そこでその上の最初の2行を読みますと、「消費者問題において、消費者がその利益を正当に確保していくためには、これらのことが必要になる」と述べています。つまり、「利益が確保されるためには、利益が必要になる」という同語反復に陥ってるわけです。ですからもうちょっとはっきりさせておく必要があるんじゃないでしょうか。

例えばこれが権利だということを明確にすれば消費者がその権利を行使していく主体になれるわけです。その辺のところがあいまいなんじゃないかなと思ってます。

もう一点なんですけれども、これは次回からの具体的な内容になってくるんでしょうけれども、14ページの2のところに関わってくると思います。実効性の確保というところなんですけれども、本日欠席されております田中委員の方から意見書が出されております。7名の連名で出したものなんですけれども、この内容ももう一度御検討いただいて、3章、4章の内容を展開されるときに考慮していただければ幸いです。

浅岡委員 おっしゃること、それはそれで理解を私もしますが、1つ違うのは、今、高先生が言われたように、消費者の権利として、なぜ11ページに明確に書かないんだらうかとか、それから7ページの見直しの必要性というところとで、21世紀型消費者政策を考えるときに、新しい状況もあるけれども、21世紀型に追い付いていない大きな問題、消費者の権利を正面からとらえるということができていないこと、これを抜きに21世紀の消費者政策や市場メカニズムを考えることはできないんだということは、7ページに(1)として消費者の権利を位置づけ、その実現を目指すという方針を明らかにするというのがあって、その後に本日の案の(1)(2)というのが来るということであれば理解できるし、賛同できます。なぜそういうことをしつこく言っているかと言いますと、高先生がおっしゃられたように、この後ろの方に出てくる第3章、第4章として、この今のとりまとめの反映として出てくるものというのは、その辺りがあいまいなのが出てくるのではないかという懸念を持つわけです。だから、おっしゃるとおり、3章、4章をまた拝見した上で、1章、2章に戻ることに私もしたいと思いますけれども、多分、そういうことを申し上げなきゃいけないことになるのではないかと、随所に私も感じるところであります。

例えば14ページのところに「消費者の権利実現のための政策展開」として書かれていますが、ここで消費者への情報提供として③がありまして、「消費者教育・啓

発の充実等」という言葉になっております。消費者が情報を知る権利を中心にして、
どういう実効性のある方法を取るのかというのを、では、具体的に何があるんだら
うと考えたときに、言われているのは、情報提供であり、消費者教育であるという
ことがこれでしょうかわかるわけです。

ということは、消費者が情報を得るという権利、知らせた上で選択をするとい
う形で市場メカニズムに何らか主体的に参加をするという仕組みがここからは想像
が付きにくいものですから、21世紀型であればという将来を語るがゆえに私はその
ことを大きな柱として、強く打ち出すことをお願いをしたいと思うわけです。

落合部会長 私に言われても困るわけなんで、これは部会の皆さんに御決定いた
だかないとどうしようもないですが、確かに浅岡委員御指摘の部分も感じられるの
で、そうすると、14ページの③辺りはもう少し情報を得る権利というか、そういう
情報を獲得して自ら行動していくという面も十分ここに表示するような部分が必要
であるという御趣旨ですね。

浅岡委員 と言いますより、これは一例でありますけれども、こういう発想で施
策が展開される各論とは何だろうという点を心配をしているということなんです。

落合部会長 そういう御意見、承っておきたいと思いますが、ここで権利という、
確かに高委員から御指摘があったんですが、11ページのところで、特に利益、権利
ですね。これが恐らく後で事務局の方にも答えてというか、お書きになった考え方
というものを示してもらいたいと思いますけれども、ただ権利と言ったときに、非
常に広義の権利から狭い狭義の権利までいろんなものがあって、非常に狭義の権利
だと、裁判所を通じてその権利を実現できるようなものというところまでいくわけ
なんでしょうけれども、ここに11ページの①から⑥まで挙がっている部分において、
裁判所を通じて実現できる部分も確かにありますけれども、できない部分もかなり
含んだ、というのは狭い意味での権利に限定してしまうと、消費者問題に対して正
しく対応していくためには、狭い権利ということだけに限定すると不十分ですから、
もっと広い範囲でとらえていく必要があると。そうすると、非常に権利性という
のが薄れてくるんです。そういうものも包含して何とかやろうとする、利益とい
うことでは狭義の権利プラス、それから消費者問題を考えるために必須の消費者
に対して配慮すべき部分というものを盛り込んでいこうとすると、それを合わせて
利益という言葉でここで使ったんじゃないかと思うんです。

しかし、利益を確保しろというのではやはり不十分な面があるので、権利という

ことでここを表現しようということで、これは部会でも議論がたしかあったと思いましたがけれども、消費者の権利を位置づけると言ったときの権利の中身をどういうものとして把握していくんだという問題があって、その問題がこういう形でまとめようかというのが恐らく事務局の原案はそうなっていると思われるので、なかなかこれは悩ましいテーマだと思うんです。という感じがいたしましたけれども、事務局の方、いかがですか。

中村企画課長 大筋は今、落合部会長から総括されたような気持ちでして、実は消費者の権利というのは、ずっとこれを議論している人たちの中では何となく定着をしているんですが、一般の多くの人たちに考えていただくということを考えたときに、なかなか消費者の権利と言っても、ピンとこないというか、わかっていただきにくいというところがありまして、したがって、こういうことがまず消費者の権利なんだとすばっと書くというのも勿論、1つのやり方でありまして、そういうことをずっと議論している専門家の間ではそれである程度わかるんですけども、全くこういう問題は初めて見る一般の方々に向かって、突然安全は確保されることは消費者の権利なんですというふうに言っても、なかなか消費者の権利というのはどういうものなのかというのは、これまでいろいろなところでお話をしていても、なかなかわかりにくいなということを言われることがございました。

そんなこともありまして、中間報告での御議論もそうだったんですが、できるだけどういうものなのかという趣旨をできるだけかみくだいて、ゼロから考えていくと、まず消費者がハッピーに、きちんとした消費生活を送っていくために、やはり満たされるべき要件と言うんでしょうか。そういう基本的なものというのが幾つかあって、それが多分、最低限の安全はきちんと確保されているとか、自分たちの意見が言えるとか、そういうものは幾つか挙がってくるんだらうと。それがここに書いてある①から⑥なわけでございますけれども、消費者の利益というものがいいかどうかという問題もいろいろございますけれども、今、部会長もおっしゃいましたように、ある意味では消費者が当然得なくてはいけない利益、あるいは獲得しなければいけない条件なのだらうと。

こういったものをどういうふうにして消費者が得るのかということ考えたときに、これは消費者がだれかにくださいというものではなくて、消費者が自らこういうものを権利として実現をしていくという考え方の整理をするのが一番わかりやすいのかなということで、そもそも消費者がどういうことを満たされなくてはいけな

いのか。それをどういうふうにして実現していくのかという、そういう頭の中の整理の流れに沿って、権利論を少し展開をした結果、こういう文章になっているわけでありませぬ。

そういう意味で言えば、先ほど部会長も総括されたような意味で非常に狭義な意味での利益、プラス消費者の得るべきものといったものを合わせたものとしての権利という書き方になっていて、若干わかりにくいという御指摘もあるかもしれませんが、頭の整理としては、今申し上げたような整理をしたということでございます。

落合部会長 時間がそろそろ来ましたので、まさに高委員が御指摘のように、各論的な部分が一体どういうものになるかということによって、この総論の議論もまた変えなきゃいけないということもあるかもしれないということですから、ここで余り各論を議論しないままに総論ばかり議論していても、ある意味では未確定なものに対して議論をするということになりますので、今日は非常に活発な御議論をいただいたので、今度は第3章から5章まで、各論的なのは第3章、第4章で、5章は「むすび」のようなものになろうかと思いますが、この部分の原案の作成をお願いして、それを議論をして、また全体を議論するという形で我々の部会の最終報告をまとめていきたいと思っております。

それでは、事務局の方から連絡事項がありましたらお願いいたします。

中村企画課長 次回のスケジュールでございますけれども、次回第19回の消費者政策部会は、4月25日金曜日、10時から12時で場所は同じ場所で開催させていただきまして、今日の御議論も踏まえまして、最終報告の素案について御議論をいただきたいと考えております。詳細は別途事務局から連絡させていただきます。

加藤委員 本日の資料5で、先ほど高先生が御紹介くださいましたけれども、田中委員が分析でまとめてくださったんですが、今日はどうしても御都合が悪いことがありまして、御欠席なんですけど、松本委員もそうですが、私ども7名連名でこのような意見を出させていただいています。この次の議論の中で是非参考にさせていただいて、皆様に御検討いただきたいと思っておりますので、よろしくお願いいたします。

落合部会長 それでは、活発な御議論をいただきまして、どうもありがとうございました。これで終わりにしたいと思います。