

**国民生活審議会消費者政策部会
第16回自主行動基準検討委員会**

平成 14 年 11 月 1 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回自主行動基準検討委員会

平成14年11月1日(金) 13:30~16:30

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 NPO消費者ネット関西からのヒアリング(坂東俊矢委員)
- 3 ヒアリング等に基づく検討課題について
- 4 その他
- 5 閉 会

配布資料

資料1: NPO消費者ネット関西の活動とその理念 - 専門的消費者団体の可能性

資料2: ヒアリング等に基づく検討課題

参考資料

- ・ 消費者に信頼される事業者となるために - 自主行動基準の指針 - (中間報告)
- ・ 消費者に信頼される事業者となるために - 自主行動基準の指針 - (中間報告)に対するパブリックコメントの結果概要
- ・ 消費者の挑戦(消費者ネット関西設立記念誌)
- ・ 公益通報者保護制度に関する企業へのアンケート調査結果
(平成14年10月31日公表)

国民生活審議会消費者政策部会自主行動基準検討委員会委員名簿

委員長	松本恒雄	一橋大学大学院法学研究科教授
委員	池田耕一	松下電器産業株式会社法務本部企業倫理室長
	稲岡稔	株式会社イトーヨーカ堂常務取締役総務本部長
	川本敏	国民生活センター理事
	澤藤統一郎	弁護士
	高巖	麗澤大学国際経済学部教授
	滝川敏明	関西大学法学部教授
	田中宏司	立教大学大学院経済学研究科教授
	ミッシェル タン	帝塚山大学法政策学部助教授
	鍋嶋詢三	社団法人消費者関連専門家会議顧問
	南条俊二	読売新聞論説副委員長
	原早苗	埼玉大学経済学部非常勤講師
	坂東俊矢	京都学園大学法学部教授
	宮部義一	日本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
	山本隆司	東京大学大学院法学政治学研究科助教授
	吉岡初子	主婦連合会事務局長

以上17名

国民生活審議会消費者政策部会第16回自主行動基準検討委員会出席者

委員長	松本恒雄	一橋大学大学院法学研究科教授
委員	池田耕一	松下電器産業株式会社法務本部企業倫理室長
	稲岡稔	株式会社イトーヨーカ堂常務取締役総務本部長
	川本敏	国民生活センター理事
	澤藤統一郎	弁護士
	高巖	麗澤大学国際経済学部教授
	滝川敏明	関西大学法学部教授
	田中宏司	立教大学大学院経済学研究科教授
	ミッシェル タン	帝塚山大学法政策学部助教授
	鍋嶋詢三	社団法人消費者関連専門家会議顧問
	南条俊二	読売新聞論説副委員長
	原早苗	埼玉大学経済学部非常勤講師
	坂東俊矢	京都学園大学法学部教授
	山本豊	上智大学法学部教授
	山本隆司	東京大学大学院法学政治学研究科助教授
	吉岡初子	主婦連合会事務局長

以上16名

〔 松本委員長 〕 それでは、時間も参りましたので、ただいまから国民生活審議会消費者政策部会第16回自主行動基準検討委員会を開催いたします。

お忙しい中をお集まりいただきまして、誠にありがとうございます。

本日は、坂東委員の所属されていますNPO消費者ネット関西から、日頃の活動等についてヒアリングを行い、その後で、これまでの各団体、企業からのヒアリング等に基づいて出てまいりました検討課題についてディスカッションを行いたいと考えております。

では、ヒアリングに先立ちまして、事務局より資料の確認をお願いいたします。

〔 中村消費者企画課長 〕 それでは、資料の確認をさせていただきます。

最初に、右肩に四角囲いで資料1と書いてありますけれども、「NPO消費者ネット関西の活動とその理念」という坂東委員からのペーパーでございます。それから、その下に資料2といたしまして「ヒアリング等に基づく検討課題」という冊子を付けております。それから、以下、参考資料でございますけれども、4月にとりまとまりました「自主行動基準の指針（中間報告）」の冊子がございます。この中間報告に対するパブリックコメントを行いましたけれども、その「パブリックコメントの結果概要」という14年6月7日付の冊子のとりのまとめのものを参考にお配りしております。それから、消費者ネット関西からの「消費者の挑戦」という冊子をお配りしております。最後に、昨日内閣府の方で公表いたしました公益通報者保護制度に関する企業へのアンケート調査結果、これがとりまとまって公表されておりますので、これも参考に付けさせていただきます。

資料は以上でございますので、ご確認をいただければというふうに思います。

〔 松本委員長 〕 ありがとうございます。

では、議題に入りたいと思います。NPO消費者ネット関西の取り組みは、私どもが今後の課題として中間報告でも取り上げました評価組織の育成という観点において、とりわけ参考になろうかと考えております。

それでは、坂東委員、よろしく願いいたします。

〔 坂東委員 〕 私どものNPO消費者ネット関西の活動について報告の機会をいただきましたことを心より感謝したいと思います。また、本来、消費者運動であれば先輩の委員の先生方がおられるにも関わらず、私どもに機会を与えていただいたということは、恐らくNPOという組織で消費者問題に対応してきているという点をご評価いただいたことによるのかなと、そういうふうに思っております。

私自身も常務理事としてこのNPOに関わっておるわけですが、しかしながらすべての活動をきちんと把握できているかどうか、甚だ不安もございますが、せっかくのお時間を

いただきましたのでご報告申し上げたいと思います。

お手元に資料1という3枚のレジユメを用意いたしましたが、その中には委員の方々、言わずもがなの点も多数ございますので、基本的には我々の活動内容を中心にご報告し、今、どういうことを課題として考えているかという点をご理解賜ればと思っております。

その活動内容に入ります前に、このNPOをつくる際に、私が個人的に考えたことも含めて2点ほどお話をしたいと思います。まず、今、消費者法そのものが市場の整備法として、いわば市場のプレーヤーとして消費者が活動していくための基盤整備という観点から様々な法律が考えられているというのは皆様方共通のご理解であろうかと思うのですが、その市場法としての消費者法が機能していくためには、例えば個別事業者の利益を全体として総合して代表する事業者団体がご活動なさっているように、消費者の方もいわゆる取引レベルで消費者の利益や権利をたばねて包括的に代表していけるような消費者団体がやはり必要であるのではないかと考えたわけです。そのことは、例えば消費者契約法を立法化される際の委員会決議で言われている団体訴権を具体化していくためにもそういった消費者団体が必要なのではないかというふうに私どもは考えたわけであります。

さらにもう一点、日頃、この委員会でも、私は消費者からの意見を聞いてくださいとか、あるいはコレギュレーション、いわゆる共同規制を具体的に実現していかなければいけないということを強調させていただくわけですが、なるほど事業者の方々から見れば、消費者というのは大変つかまえていくものではないかと思えます。お客様相談室ということを重視していただくというのは1つの手段ですが、一方で、お客様相談室には様々な消費者からの苦情や問い合わせが来るわけでありまして、その中の一体誰が消費者であるかということ判断するのは大変困難なことかもしれません。もちろん今後はより個別に、例えばインターネットなどを使って、直接消費者とつながっていくことは重要であるとは思いますが、一方で、例えば今申し上げました団体訴権のことを考えたり、消費者政策に関わる協議や個別の紛争解決を超えた取引ルールについて交渉する場面では、その個々の消費者の利益を代表することができる専門的な消費者団体の必要性が出てくるのではないかと思ったわけであります。もちろんこの設立当時にはその考えも及びませんでした。現在では、例えば企業倫理に関連して、社外取締役や企業の倫理委員会などへ消費者が直接参画するということが議論がされるようになりました。こういった問題をいわゆる市井の一人の消費者が対応していくことは決して容易なことではございません。一定のいわば専門的消費者団体といったものの裏付けがあって、その中からこういう活動に参画をしていくということも、考えていく必要も出てくると思っております。もちろん、その流れの

最終的なところには、何度も申し上げますが、団体訴権、訴訟を消費者団体として担っていくという必要があるのは我々の基本的な考え方であります。

今までこういう消費者代表というのを一体誰が果たしてくださったかという、委員としてもお見えになっていますが、例えば国民生活センターや消費生活センターがいわば行政のセクターでありながら、消費者の一種の代表としての機能を果たしてきたのだと思います。あるいは日弁連の消費者保護委員会というのは、いわゆる消費者の利益の擁護のために積極的なご活動をなさってきたということもあります。

ただし、これらは国民生活センターや消費生活センターというのは一応行政の機関でございますし、日弁連というのも、いわば訴訟当事者のどちらかに肩入れをして一定の活動をするという団体ではありません。としますと、やはり消費者がそれを代表する一定の専門的団体を持っていく必要性は重要ではないかと思えます。と申しますのも、例えばイギリスを見ますと、イギリスの行政庁である公正取引庁（OFT）と消費者団体であるコンシューマ・アソシエーション、この2つが一定の緊張関係を持ちながらも相互に連携をして、適切な消費者行政を英国で進めているという現状がありまして、これが私の中の1つのモデルであったということをご否定できません。

以上のような観点から、専門的消費者団体を目指して関西で立ち上げることになったのが「NPO消費者ネット関西」というものであります。

資料2ページのところに「(2) NPO消費者ネット関西の設立とその活動」と書いてございますが、そこに入らせていただいて、以下、ご報告を申し上げたいと思えます。

なお、その前提にa . b . c . と書いてありますのは、今、私の個人的なことを超えた現在の消費者に関連するNPOが必要になってくるとする背景をまとめてみたものでございます。

私どもの消費者ネット関西というのは決して古い組織ではございませんでして、NPO法に基づいたということもございまして、1999年12月24日に大阪府に認証申請をし、2000年3月31日に認証決定をいただき、4月10日に法人登記をしたばかりのまだ新しい消費者団体でございます。その認証申請をしたときに、設立記念講演会を開催しまして、その講演の内容を冊子化したものが、委員の先生方には配布をさせていただきましたが、「消費者の挑戦」と題するこういう小さな冊子でございます。この冊子の中には、本来、私が述べるよりもより詳しく消費者ネット関西の設立記録について、理事でもあります三木弁護士による講演が記載されておりますし、専務理事である片山弁護士から、その後の活動の目的についても説明をされた講演録が付いております。また、定款の抜粋、設立趣意書な

どもこの冊子の中に入っておりますので、基本的にはこの冊子を見ていただければ、我々のNPOがどういうものであるかということをご理解を賜れるのではないかと思います。

もともとは、実は大阪弁護士会の中にあります一会派である「有心会」という団体が消費者問題に対応する弁護士の先生方が非常に多かったということもあって、その創立100周年の際に、消費者問題に対応する何らかの別組織をつくっていけないだろうかということをご議論なされたのがそもそものNPOの初めであります。

と申しますのも、先ほども申し上げたように弁護士会のご努力は大変なものがありますが、一方で弁護士会としての限界もあります。あるいはそこに現在NPO消費者ネット関西には、もちろん少数ながら、全くの個人の方や企業の方もお入りいただいておりますが、主として構成は、学者、弁護士、相談員の方々、アドバイザー、コンサルタント、いわゆるNACSの方々といった消費者問題の専門家が入っているわけでありまして。

しかし、今申し上げたように、弁護士であれば弁護士としての限界がありますし、私どものような学者であっても、いわゆる大学の中でこういった活動をしていくというところの限界がございます。また、相談員の方々でも行政の窓口で相談をされている場合には、一定の、その行政の窓口でやっていることについての守らなければいけないルールもございますから、したがって、それぞれがそれぞれのバリアといたしましうか、限界を抱えて、今まで消費者問題についての交流をしてきたわけです。

関西では比較的消費者問題の専門家が自由に交流をする土台があったことはあったのですが、しかしながら、そのことをまとめてどこかでやっていくという形ではありませんでした。そこでそれらのバリアを、いわゆるNPOという法人を立ち上げることで乗り越えることができないうかという観点から、まさしくNPO消費者ネットが始まったわけです。したがって、設立目的のところを見ていただきますと、もちろん各種団体の連携も考えておりますが、基本的には個人の立場で消費者問題の専門家が参画をするというのがこのNPO消費者ネット関西であります。

設立目的に関してはいろいろ申し上げるよりも定款3条を書いた方が早いだろうと思われましたので、そこに定款3条を打たせていただきました。なお、この「消費者の挑戦」の中には73ページ以下に私どもの定款の抜粋が記載されております。定款3条を読みますと、「この法人は、各種消費者問題に関して、弁護士会・消費者行政機関・研究機関・企業その他の機関並びに個別の消費者・消費者問題専門家・研究者・弁護士などとの連携・連絡・助言・相互援助を図りつつ、各種消費者被害の実態調査・研究・啓発・情報提供・個別救済活動及びその支援や消費者問題関連の情報公開並びに団体訴権制度の確立とその遂

行を行い、各個別機関での活動では救済されにくい消費者被害の防止・救済を実現し、もって消費者の人権擁護及び社会教育の推進に寄与することを目的とする」というのが設立目的であります。

先ほど私が理念的にご説明した意図と、ここで設立目的と具体的に書かれている部分について、やや差を感じられる方もおられるかと思うのですが、その事情はNPO法に基づいて法人化をする際に、その詳しいことはこの冊子の64ページの三木弁護士の講演の中にも書かれておりますが、NPO法でNPO法人になるためには、当時は12項目の主たる活動の要件のいずれかに該当させなければいけませんでした。したがって、私どもは消費者に関する活動が、当時のNPO法人の主たる目的の中になかったために、この12項目の中の人権擁護と社会教育という点に私どもの活動の基本を据えて、いわば設立目的を記載したわけです。

この設立目的についても、消費者の人権擁護というのが、いわゆる人権擁護であるのかどうかについては随分審査をされる際にご議論いただいたわけです。そのご理解を得るためにはかなりの時間を要したのも事実です。しかし最終的にはご理解をいただいて、2000年3月31日に認証決定をいただいたという経緯になっております。

「具体的な活動」として何をやっているか。その次に書きましたのは、実は2001年度の事業報告の中の項目を簡単に並べさせていただいたわけです。具体的には1～5まで挙がっておりまして、1が主たる活動になります。「消費者被害の実態に関する調査・研究並びに啓発事業」ということで、各種消費者被害の調査・研究が1つの大きな柱になっております。

では何を2001年にはやったのかということが問題になりますが、それは原先輩のまさしく十八番であります。金融機関における勧誘方針についての実態調査をNPOとしてやりました。2001年8月27日に企画をしましてから、9月～10月にかけて実態調査をやりまして、11月の半ばにはそれを総括し文書としてのまとめもしております。最終的にはそれを具体的な冊子化するところまでもっていきかけたのですが、現在冊子化のところとまっております。

また、具体的な事件名で恐縮ですが、ココ山岡事件に関する研究会を継続的に行い、その成果はココ山岡弁護団の方々にも入っていただく形で実施をいたしまして、ココ山岡弁護団が書籍を出されております。これはNPOと共同というわけにはいかなかったのですが、その書籍の作成について、我々の方も随分協力をしたという経緯があります。

事例研究会も継続的に行っています。とりわけ相談員やNACSの方々から悩んでいる

様々な問題をご提示いただいて、それをざっくばらんに検討をすることも行ってきております。

次のページに行きまして2ですが、消費者関連法等の普及・検討を目的とした研究会・セミナー・シンポジウムの開催であります。この消費者法ゼミというのがいわば我々の中心的な活動でございまして、大体1年間で2つのテーマについて研究会を継続的に開催をしています。今年の前半は、この国政審の委員の先生方にも大変なご協力をいただいて、自主行動基準とその評価の在り方についての研究会をずっと開催をしてまいりました。全体で5回の研究会を開催し、最終的な5回目は、公開ゼミという形でNPO会員以外の方にも開く形で行っております。

その他、「ネットワーク事業」との関係でいきますと、ここには十分書けておりませんが、いわゆるパブコメをメーリングリストなどを使って会員間で作り上げ、そこで作り上げたパブコメを行政庁などに提出をする努力もしております。

4番目の「NPO基金の運用」でございしますが、これは実はもともと立ち上げの際、先ほど弁護士会の会派が中心になったというお話を申し上げましたけれども、消費者裁判を担当していたいくつかの弁護団が、そこで寄附をいただいたお金とか訴訟の中で得ることができたお金をプールをして、今後の消費者訴訟にそれぞれがためていたという経緯がございます。しかしながら、なかなか個別の弁護団ではそれを効率的に運用することができませんでした。そこで個々の弁護団からNPOの方に基金としてそれらのお金を提出していただいた上で、消費者訴訟の立ち上げを支援するという趣旨で、このNPO基金というものを運用しております。

ただし、このNPO基金は、我々の消費者ネット関西とは別個に基金の規約をつくりまして、審査員及び審査会を置いて、その審査委員会による決定に基づいて支出をするということになっています。これがいわゆる「NPO基金の運用」という形で、これも何らかの形で消費者訴訟の具体化に我々が関与していこうという努力の1つであります。

その他、会員情報誌の発行やホームページの記載をしています。

先ほど松本委員長からもお話がありましたように、とりわけこの自主行動基準との関係でいけば、先ほど申し上げましたが、2002年度の前半の消費者法ゼミが、「自主行動基準が創る未来」という共通テーマに基づいて、5回にわたり研究会を開催してきたということがあります。

もっとも、率直に申し上げますと、我々の方もこういうテーマについて考え始めたのは最近でございます。正直申し上げますと、コンプライアンスの問題が中心的な活動課題になると

いうことを理解したのはここ半年のことです。したがって、まだ勉強しているというのが現実であって、評価というところまで、私どもが進んでいるわけではありません。ただし、この間の研究会を通しまして、NPOとして事業者の方々に、消費者に関わる自主行動基準が今どのようなになっているかということ进行调查し、その研究をするということを開始しています。今、アンケート項目がほぼ固まりまして、それを実施する準備をしているところであります。

その後、私どもの周りでは、私どもが想定していたよりもはるかに早く社会が動いておりますから、社外取締役であるとか、あるいは社外取締役として消費者の代表を送る場合であるとか、あるいは倫理委員会などに消費者の代表が入る場合などのバックアップ体制をどのようにしたらいいか、あるいは公益通報者による情報提供を我々のような消費者団体がどのように支援ができていくのかといった点についても今検討を開始しているところであります。

以上が、私どもの基本的な活動でありますけれども、この間、一番大きな成果といえますと、多様な消費者問題、消費者法を担当している専門家のコラボレーションといいたいでしょうか、協調といったものが少しずつではありますが、できつつあるということだと思います。

2点目は、従来の消費者苦情解決だけにとどまらない、そこから発生する個別解決ももちろん大切ですが、個別解決にとどまらない、いわゆる政策提言的な活動が少しずつですが、実現できつつあるというのが、私どもの今の段階かと思えます。

しかしながら、先ほども申し上げたとおり、その政策提言的な活動も、現在段階は研究・調査にとどまっていて、具体的な文書としてそれがまとめられるところまではその議論が進んでいないという現実もあります。

また、先ほどの実は設立目的の定款3条の中にありましたが、私どもは決して企業を排除しておりません。「研究機関・企業その他機関」と書いてありまして、企業との情報交換を設立のときから考えておりますが、率直にそれが今まで十分できていたかという反省をしなければいけない点が多々あると思えます。ただ、それに対する1つのきっかけが、今回の自主行動基準の検討及びその消費者団体による評価や社外取締役に関する今後の活動といったものを通して実現できるのではないかと。それが1つの試金石になっていくのではないかと現在考えております。

十分な報告となったかどうか分かりませんが、以上で、私の報告としたいと思えます。ありがとうございました。

〔 松本委員長 〕ありがとうございました。関西では企業倫理の問題については、従来から「株主オンブズマン」という組織が活動しておりましたし、つい先月末にも「公益通報支援センター」というのが弁護士中心に立ち上げられているということで、非常にクリエイティブな運動がなされているという印象を受けます。

以上の関西での取り組みにつきまして、どうぞご質問ございましたらお出してください。吉岡委員。

〔 吉岡委員 〕関西には同じようなNPOがもう一つあって2つあると伺っております。それぞれに特徴のある立場で、特徴のある活動をなさろうとしていらっしゃる。そこには今までの枠組みと違った考え方が入ってきて大変結構なことだと敬意を表したいと思えます。

ただ、今、坂東委員のご説明の中で、消費者団体としてお挙げになりましたのが、ちょっと私からすると納得できるものではないということも申し上げなければいけないと思えます。国民生活センター、消費生活センターあるいは弁護士会、これらを消費者団体と言うべきかどうか、そのところは考えなければいけないのではないかと思います。消費者問題の専門家という考え方でいえば、NACS、相談員協会、これは専門家集団ということが言えますけれども、消費者団体としての活動といえますか、私たち「運動」とよく申しますけれども、そういうことを具体的にどこまでやっているのか、そういうこともお考えいただいて、「消費者団体」という場合には、消費者問題の専門家だけをもってするという、その辺のところは再考していただきたいと思えます。

私は主婦連合会に属しているわけですがけれども、消費者団体は主婦連合会だけではなくてたくさんの消費者団体があります。その中でいろいろな活動がありますし、訴訟まで持っていていっている、そういうものもたくさんあります。この場合にはもちろん弁護士さんのご協力を得てやっておりますし、それから専門的な学識をお持ちの学者のご協力も得ております。

そういうことの積み上げの上に消費者行政はでき上がっているわけです。その辺のことをぜひ念頭に置いていただきたい。それから、これから団体訴権を始めとして消費者行政を大きく見直そうということで、方向性とかそういうことはありますけれども、やはりいい消費者行政を考えるのであれば、そういう専門ではない消費者、それが消費者の主体なのだ、そのところを基本に据えてお考えいただきたいと思えます。専門家だけで組織したものが消費者団体だというふうなお考えをお持ちになるとすると少し問題が出てきそうな気がいたしますし、原さんも前は消費者団体のメンバーだったわけで、今は学者とい

うことかもしれませんが、原さんもこのところは活動をしてきた立場で異論があるところではないかと思えます。その辺のところをぜひお考えいただいて、従来型の消費者団体とも連携しながら、いい消費者行政をつくっていく、そういう基本に持っていければ幸いだと思えます。

〔 原委員 〕吉岡さんから「学者」と言われてびっくりしちゃって、ちょっと気恥ずかしい話なのですが、私はとてもユニークな活動、座長のおっしゃるようにクリエイティブな活動と、できたときからおもしろいなと思って見ておりました。

私も、吉岡委員がおっしゃられるところ同感なのですが、私としてはいろんな形での消費者問題の取り上げ方とか消費者問題を考えるグループが存在しているのだろうというふうに思っています。これまで既存の消費者団体、本当に個々の消費者をどんなふうにグループ化していくか、問題意識を持って、例えば食品の安全なら食品の安全でやってみようとか、環境でやってみようという形での個々の消費者のグループ化というものもあったと思いますし、こういった学者とか弁護士の方を中心にした、ある程度消費者問題を専門的に考えていくような活動もあっていいのだろう。それはいろいろかなというふうに考えています。

ただ、吉岡委員がおっしゃったところももっともだと思うのは、個々の消費者はすごく多面的で多様で、どこをとらえて消費者というのかなかなか難しいという話が前段でもあったのですが、確かにそのとおりではあるのですが、基本は個々の消費者がふだんの生活の中で何をどう考えていっているのか、何に大変さを感じているのかというところにあるように思います。そのあたりが、坂東先生がおやりになっていらっしゃるグループの中ではどういう討議をなさったのか、本当に専門家集団でやっていこうという話で、そこは割り切った形でやっていらっしゃるのか、それとも個々の消費者の声をどんな形で取り上げていこうかということもある程度検討なさったのかということころは、私としてはぜひお聞きしたいと思っております。

私も金融オンブズネットという活動をしていて、ちょっと似たようなところがあって、これを一般の人にも広げたいと思いつつ、でもどんなふうにしたらできるかなと、自分でもちょっと悩んでいます。

それから、財政の面を全然お話にならなかったのも、そこも含めてお話しいただけたらと思います。

〔 吉岡委員 〕すいません、ちょっと誤解があるといけないので申し上げますけれども、私は多様な活動をする団体があることはいいことだと最初に申し上げまして、それを否定

するつもりは全然ありません。ただ、多様な中には、今までの消費者問題をつくり上げてきた、そういう草の根の活動があったと、その辺のところを無視してはいけないということをお願いしたかったのと、ここは国民生活審議会です。国民生活審議会の中で、そういう多様な形の中の1つとしてNPOがあって、こういう坂東先生のようなグループがある、これは非常にいいことなんですけれども、それとお挙げになったのだけが消費者団体であり、消費者運動であると誤解されると、これは非常に困るという意味で、多様性を否定しているつもりはありませんので、そこは誤解のないようお願いいたします。

〔坂東委員〕私どもも、決して私どもだけが消費者団体だとはちっとも思っていませんので、むしろ今までの様々なご活動があった上で、問題についての議論ができるのはまさしくご指摘のとおりであります。したがって、これは認識は同じだと思いますが、決して専門的消費者団体がすべてだとは思っていません。

先ほど専門家の限界もあるのだというお話を実はさせていただいたつもりなんです。それはなぜかということ、学者が消費者の個々の具体的な苦情について理解をして消費者問題に関する対応ができていくかということ、必ずしもそうではない。あるいは弁護士の先生方のところに行く消費者問題の訴訟が、本当に消費者問題のすべてかということもちろんそうではないわけです。例えば、先ほどのココ山岡事件にしても、一番最初に議論が出てきたのはセンターであったり、あるいは個々の相談業務をしている人の場所であったり、あるいはそういう消費者問題について地域でいろんな活動をなさっている場所であったりしたわけです。

したがって、そこの具体的な連携を考えて、その中で法的にも制度的にも議論ができるものをきちんと取り上げていくネットワークをつくろうというのがNPOの主たる趣旨でございます。決して個々の消費者の方々の様々な活動を否定したり、そこから学ぶつもりは何もないというような姿勢は基本的にはないということをご理解賜りたいということです。

ただし、一方で、先ほどイギリスの例も言いましたが、それまでいわゆるNACSや相談員協会の方々も含めてですが、消費者問題の専門家という組織がきちんとした情報交換を地域の中でできてきていたかということ、その努力をなさってきたのは事実だし、私自身も微力ながらその努力をしてきたつもりでありますけれども、組織としてそれをやるのはなかなか簡単なことではなかった。そこでいわばNPOという1つの組織をつくることで、その困難さを乗り越えることができないだろうかというのが私どもの基本的な考え方なわけです。

したがって、消費者の声をどう取り上げていくかという観点でいけば、1つは、先ほど申し上げたように、財政とも絡みますが、私ども、今、二百数十名の会員がいます、そのうちのかなりの部分は、いわゆる一般の興味や関心を持っていただいた消費者の方々に入っているのも事実であります。その方には様々な情報をメーリングリストやニュースを通じて流しながら、実際の研究会などに参加をしていただいて、私どもが本来ならば気づかない様々な点についてご指摘をいただく、あるいは私どもが議論をしている内容が十分に伝わるものになっていないという指摘もいただいたりしているわけですし、そういう中から何とか我々の議論が消費者の意識から離れないということを意識しつつ対応していると考えていただければ大変ありがたいと思います。

財政的なところですが、本日実はコンピュータの中に財政に関する予算書も持ってきたつもりだったのですが、先ほど来、なかなか出てこなくて困っておりますが、基本的には会員からの年会費、当初、先ほど申し上げましたように、弁護士会のある一定の、消費者ネット関西設立記録の中に恐らく記載があると思うのですが、有心会の百周年記念事業の中から生まれたものでありまして、一番最初の立ち上げの費用については弁護士会の組織の中から一定の支出をいただいた。その二本柱が我々の活動の資金であります。

一方に、先ほど申し上げた基金というのを持っていて、その基金で具体的な訴訟の支援等については行っている。もちろん訴訟が終わりましたら、お貸ししたお金はお返しいただくということになっておりますから、基金の方の運用も今適切に行われていると理解しております。以上です。

〔 松本委員長 〕ほかにご質問ございますか、南条委員どうぞ。

〔 南条委員 〕今のご説明など、私はこういうふうに理解するとすごく明確だと思ったのは、坂東さんのご説明、趣意書、定款を見て、役員などのメンバー構成を見ますと、要するに目的は消費者団体訴権の確立と遂行と受け皿、ここではないかと思うんですね。そういうことを明確にうたえば、別にほかの消費者団体とどうのこうのとか、差別されることは全くないので、そうやっていただけるとすごくはっきりすると。したがって、こういう弁護士先生と学校の先生が大半を占めているというのもわかる。そういうことでもいいのか、理解するとすれば。

だから、そこへ機能を集中していけば、すごくわかりよいし、それはすごく意味のあることだと思ったのですが、どうなんですか、ご当事者として。

〔 坂東委員 〕団体訴権が一番大きな柱の1つであるのは事実だと思います。ただ、団体訴権のためだけに、むしろ消費者問題が裁判や紛争解決の中に組み入れていくためには、

もう少し掘り下げた現実の問題を上げてくる努力も必要でしょうし、一方で全体に裁判や紛争解決制度の中に消費者の意識を向けていく努力も必要でしょうから、そういうことも含めて団体訴権が1つの柱にあるのは事実だと思います。

〔 山本（豊）委員 〕 団体訴権の話が出ましたけれども、団体訴権を今後どういうふうに制度設計していくか大変な課題なのですけれども、そのこととの関連で、個別の消費者との接点といいますか、例えば何か電話で相談に応ずるとか、もめごとの助言をするとか、そういうようなことが日常的になされている団体であると。したがって、そういうところには消費者あるいは国民全体の代表として公共的な役割を果たしていただくことが期待できる。したがって、団体訴権もやっていただくと、こういう1つのイメージがあると思うんです。

その関連で、いきなり訴訟という以前の日常的な個別消費者への助言活動、啓発活動、ADR、そういうようなことをどの程度なさっておられるか、あるいは今後そういった分野にも進出していくと、そういうようなお考えがあるかどうか、これを1つお聞きしたいということです。

もう一つは、先ほど伝統的な消費者組織とこういう新しいNPO型の団体という関係が出ましたけれども、例えば伝統的な消費者組織の代表の方に、こういう役員の中に入れていただくとか、そういうような組織的な連携、あるいはそれ以外のいろんな連携、そういうようなことを現在どの程度やっておられて、今後考えられるか、そういった点についてもお考えをお聞かせいただければということです。

〔 坂東委員 〕 具体的な相談業務を私どもがやっているかということ言えばやっておりません。むしろ相談業務については、今、関西でも一体どういう主体が相談業務を担うのが一番いいのかという点についても議論がありますから、したがって、私どもの方が、今、それを積極的に相談業務を行うことは考えておりません。ただし、先ほど申し上げましたように、その時どきのトピックにつきましては、あるいは現実に問題となってきた事案については事例研究会で検討会を行っておりますから、私どもの方でこの問題を解決していくためにはこういう観点が必要ではないか、法的にはこういう点が必要ではないかということについての協議は、1カ月に1回ぐらいのペースで行っております。

その場に、現場で相談員をなさっている方も参加をしておられますし、あるいはそういう事例検討会を会員外の相談員をなさっている方々にも開いていますから、ある種の情報提供はできているのではないかと考えています。

それから、従来の消費者団体との関係をどう理解しているか、あるいは具体的にしてい

くために何か考えがあるかということですが、大変申し訳ないことに、私自身はそれについての考えは十分ありませんでした。先ほど構成員のところでも申し上げましたが、学者、弁護士、NACSの方々、大阪の消費者団体の方ももちろん何人か入っていただいています。それと相談員協会の方々も主たるメンバーでありまして、それ以外には一般の消費者の方が何十人か入っていただいているというのが現実ですので、したがって、従来の消費者団体ということとの連携は、定款上もそう書いてありますし、今後考えていかなければいけないのですが、組織的に何かの話をするというよりは、結局組織を出て個人でここに関係するという形で想定しておりましたので、十分なお答えになってないと思いますが、今まではそういう対応をしてきました。

〔 田中委員 〕坂東委員のペーパーで、3ページのところに「自主行動基準と消費者ネット関西の活動」、それから最後に課題がありますのですが、このところに両方、社外取締役のことをお触れになっているのですが、そこでお尋ねです。社外取締役の場合に経営全体を見るので、消費者の代表というふうに位置づけるのはなかなか難しいのではないかと思われるのですが、その辺はどのようにお考えでしょうか。

2点目、同じように、企業倫理委員会の場合、これは消費者の代表の位置づけがはっきりできますから、いろいろと支援することも考えられると思うのですが、社外取締役と企業倫理委員会の委員というときに、どういうふうに坂東委員としてはお考えなのでしょうか。

〔 坂東委員 〕これはネット関西として具体的にこのことについて完全に理事会として決定をしているとかそういうことはございません。私の個人的な感覚でお話しすることをお許しいただきたいと思いますが、1つの現実として、この間、自主行動基準の検討を重ねている中で、企業といわゆる消費者団体との接点の在り方として、社外取締役の議論が現実に問題になったり、あるいは企業倫理委員会への参画も問題になってきたわけです。私どもの委員の名簿もそこにはございますが、そこで活動している委員の方々の中には、専門的に消費者問題をずっとやってきたという視点からいっても、そういう活動を今後担うかもしれないという方もおられるかと思うんです。

そのときに、果たして個人の資質をお願いをして、コーポレートガバナンス全体に関わるような社外取締役や企業倫理委員会もそうだろうと思いますので、そういう枠組みの中に個人として単に送り出すだけで、果たして適切な役目を果たしていけるのだろうかという点は大きな課題があって、いわばその前提として、法制度の在り方や関与の在り方も含めて議論を始めなければいけないというのが、恐らく私どもの共通認識だと思います。結

論が出ているというわけではなくて、今、まさしくそれが突きつけられている1つの課題になっているなという認識をしているとご理解いただければと思います。

〔鍋嶋委員〕大変おもしろい企画でいいと思うんですけども、前々から私が思っているのは、消費者団体と称するものが内閣府の調査によると3,000、4,000と日本国にあるわけですけども、中には動いてないところも含めて活動を実際やっているところだといくつかという数でしょうし、いずれにせよ、例えば団体訴権という話になると、今、ある団体も含めて、これが本当の消費者の代表かというところが問題になってくると思います。団体訴権を与える場合に、それに対して、ある程度どういうふうに認定を与えるか、会員数とかいろんな問題があると思うんですけども、NPOの問題として、その辺が、今からNPOが消費者の代表という形をとれるのかどうかというのが非常に問題になるような気がするのですが、その辺はいかがでしょうか。

〔坂東委員〕もちろん団体訴権を付与するときに、消費者の代表の要件を法的にどう定めるのかというのは今後の議論を待たなければいけないのですが、基本的には諸外国の例を見てみますと、定款に、消費者の具体的な利益のために活動する、という目的が挙げられていることと、何よりもそこで継続的な取り組みがなされているということに対する評価が重要であって、もちろんどんな消費者団体でも、100%の消費者の意識を代表できるかといえば、それは無理なわけですから、したがって、そこで継続的な活動に対する社会的信頼をどれだけ得ることができるかがキーポイントではないかと考えています。

したがって、NPOという法人格を取得するというのは、まさしくそのための1つの大きな手段になるだろうと思っておりまして、NPOという法人格を取得すること、規約の中にそういったものをきちんと置いていること、消費者の活動に関する研究活動、支援活動を基本的にきちんとしていることという3点は、私どものNPOでも十分胸を張って言えるのではないかと考えております。

〔松本委員長〕ほかにございませぬようでしたら、引き続きまして、これまでのヒアリング等について明らかになりましたいくつかの課題について検討を行いたいと思います。それでは、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2に基づきまして簡単にご説明をいたします。

資料2の一番最後の10ページに、参考としてこれまでの実施経緯を付けてございまして、第10回から第15回にわたります、そこに書いてありますようなところからのヒアリングを行ったわけでございます。これまでのいろいろなヒアリングの議論等をざっとサーベイをいたしまして、いろんな議論がされておりますが、その中でどのようなことがポイント

として浮かび上がってくるのかということを経験するときの頭の整理という趣旨でこの資料をとりまとめた次第でございます。

恐縮ですが、頭にまた返らせていただきまして、まず、個別企業に関する問題、業界団体において自主行動基準をつくっておられて、それをめぐる問題、その他ということで、大きく3つに分けてございます。

として、個別企業における自主行動基準をめぐる問題・課題でございまして、「論点」と書いてありますが、個別企業でのいろいろな自主行動基準への取り組みといったものを促進していくに当たりいくつか問題点が挙げられてきておりまして、そういったものについて、今後どのような方策なり手当てをしていく必要があるか、1つの論点かと思えます。

その中身は大きく分けて2つ掲げておりますが、は、自主行動基準というものがどういうものなのかということとも関連をしてきますけれども、現在多くの企業で倫理綱領、あるいはそれに類するようなものをいろいろおつくりになっていて、そういったものについての説明もいろいろお聞きしましたけれども、物にもよりますが、比較的特に消費者向けというよりは、ある意味では当然ですが、包括的なものになっていたり、基本的には社内向けのマニュアルであったりというものでありまして、この委員会でご議論いただいている自主行動基準と比べますと、中身がもっと消費者との関係といったものをより軸に置いているかどうか、あるいはつくっているものを外に対してオープンになっているかどうかといった面で若干距離がある面も見られるのではないかとこともあります。したがって、各企業における努力ももちろん期待されるわけですが、自主行動基準がどういうものなのかということについての位置づけといったことももう少し明確に示しておくことも必要なかなという論点でございます。

2番目は、これもいろんなところで議論が出ましたけれども、自主行動基準のような何らかの形を整えるということは比較的容易でございますけれども、それが実際に実効性あるためには、企業の文化そのものが変わっていかないと実効性が伴っていかないだろう。その際に、経営のトップの意識改革が非常に重要であると、このヒアリングの中でもいろいろとご指摘がございましたので、この辺が1つのポイントなのかなということで掲げさせていただきます。

なお、下に参考1、参考2と以下載っておりますが、これはこれまでのいろいろなヒアリングの中で、既に公表しております議事録の中で、今、上で掲げたようなことを考える際に少し参考になると思われるようなご発言をいくつかピックアップをさせていただいて

おりますので、個々にご紹介はいたしませんけれども、全体の中で、今申し上げました論点1としてはこの2つぐらいが大きなポイントかなということで整理をさせていただいております。個別のご発言は1ページ、2ページとわたくしてありますが、こちらについては、個々の説明は省かせていただきます。

3ページ目でございますけれども、ただいま申し上げましたのが個別の企業の話ですが、こちらは ということで、業界団体における自主行動基準をめぐるいろいろなヒアリング及び議論の中でいくつか浮かび上がってきたと思われるものを整理をいたしました。そこには実効性を上げるためにどのような方策が必要なのだろうかということで、～の3点を書いてございます。

は、業界団体が何か自主行動基準をつくって推進しようというときに、個別の会員企業から見たときに、若干手かせ足かせをはめられるというような意識が一部であるといったようなご指摘もありまして、そういう中で各会員企業の意識改革といったものをどう図っていく必要があるかという論点が1つあるかと思っております。

は、主に中小企業及び零細企業の問題でございまして、なかなか業界団体が指針なり手引きなりを策定をいたしましても、それを独自に自主行動基準といったものを策定・運用していくときに、特に中小企業、零細ではなかなかそこまで余裕がないというご指摘がいろいろありまして、その辺のところも1つの問題点といたしましうか、課題として浮かび上がってきているのかなということでございます。

最後の は、業界団体としての何らかの自主行動基準をつくった場合に、それがあ意味で各会員企業を縛る形にもなりますので、その際に独占禁止法との関係がどうなのかということで、これについても過去の委員会の中でパブリックコメントも含めまして、いろいろご意見があり、また当時の議事録等を見ましても、公取からもここについては説明をいただいておりますが、なかなかケース・バイ・ケースというようなことも多いこともありまして、若干各業界団体で自主行動基準をつくる際に独禁法との関係が少し懸念されているようでして、この辺をどう考えていくべきかということがまた浮かび上がってきたのかと思っております。

以下、3ページ以降は、今、申し上げました3点に関連する、これまでのヒアリングでの委員からのご発言やヒアリングを行いましたヒアリング対象団体からのご意見、ご発言といったものを参考3、参考4、参考5ということで、5ページにわたりまして付けさせていただきます。

それから、ちょっと飛びまして恐縮ですが、6ページ目、業界団体でつくっておられる

自主行動基準に関する問題の、すいません、先ほど申し遅れましたけれども、先ほど申し上げた3点は、それを構成している会員企業に関する問題点でございますが、6ページは、会員企業でないアウトサイダーとの関係をどういうふうに考えるのかということございまして、業界団体で自主基準のようなものをつくっておっても、それが業界全体には及ばない場合がある。その結果として、これは当然団体、業界にもよりますが、アウトサイダーによる問題が出てきて、業界全体として必ずしもレベルアップを図るのが難しい面もあるといったようなお話がございました。

そういった中で、その各業界団体の組織率がどうなのか、あるいはその組織に属している会員とアウトサイダーの間の差別化をどうしていくのかということについていろいろご議論がございましたので、このアウトサイダーに関する課題・問題点があるかどうかということで掲げてございます。

以下、6ページ、7ページに参考6として、アウトサイダーに関するこれまでのヒアリングにおけるいくつかのご発言を付けさせていただきます。

少し飛びますが、8ページ目でございますけれども、でその他、論点4ということで3つ書いてございますが、として書いておりますのは、コンプライアンスといったものを高めていこうということ考えたときに、ビジネスとしては川上から川下までつながっているわけでありまして、その一部だけではなかなか難しいということがあるということで、例えば製造、販売とかいろんな段階がございますけれども、全体の流れを一体的なコンプライアンスの推進というようなことを推進していかないとトータルとしてなかなかうまくいかないのではないかとご議論がございました。

それから、は、これは自主行動基準の中間レポートにも書いてありますが、各企業なり団体なりがつくった自主行動基準を消費者なりがそれを評価をして、それに基づいているんなものを買ったり契約をしたりという行動に反映されると。それによって、そのマーケットの中で、より立派な自主行動基準をつくってやっているようなところが自然と競争力を持って残っていく、そういう循環になるということが望まれるわけですが、そういった中で、今つくられている自主行動基準が消費者等からうまく判断の材料として活用していただくにはどのようにしていったらいいのだろうかというのがでございます。

でございますが、これは情報の問題でございまして、いろいろな消費者の苦情、要望を自主行動基準に反映をさせていきたいということがございますけれども、そのときにどうしても協会や会員企業に入る情報が中心になりがちであって、消費生活センター等も含めて幅広い情報、苦情をそういうところに活用していくことが必要ではないかといった議

論がありましたので、その点を整理をさせていただいております。それに関するヒアリングの際のご議論についていくつかピックアップさせていただいたのが8ページ、9ページに付いておりますので、参考にご覧をいただければということでございます。

ヒアリングは、全体としてこれとこれというのが非常に難しいのですが、大きく主なものをピックアップしてみると、概要、以上のようなことがあるのではないかと思いますので、整理をさせていただきました。

それから、4月の中間とりまとめの後、これについて各方面で説明会等々を内閣府としてもやっておりますので、その状況及び自主行動基準に関する各省での状況等につきまして、簡単に補足の説明をさせます。

〔 高橋補佐 〕私の方からご報告させていただきます。

ヒアリングを行った先に、取り組みの途中段階でお聞きした業界とかがありましたので、その後の状況をまずご紹介しておきます。

まず6月28日にヒアリングをさせていただきましたJ A全中ですが、その後、6月に中間とりまとめをして、J Aグループ全体の行動基準を作成しております。来週の11月7日に理事会で承認される予定ということです。これは承認後、ホームページで公表されることになっていると聞いております。

それから、第11回の7月12日にヒアリングを行いました全国食肉公正取引協議会ですが、10月8日公正競争規約の見直しが公取から承認されたということになっております。

同じく11回目の7月12日にヒアリングを行いました日本チェーンストア協会ですが、9月1日よりご報告いただいた「食品表示に係る自主的取り組みについて」の適用を開始しているということです。

第12回の7月29日にヒアリングを行いました日本百貨店協会ですが、こちらヒアリング後、ご紹介があった危機管理マニュアルと表示についてのガイドラインというものの作成をしております。こちら来週11月8日、理事会にて承認される予定ということです。こちらは残念ながらホームページでは分量の関係で公表ができないということですが、紙媒体では配布予定で、ご入り用の方は連絡くださいということでありました。

それから、しるあり対策協議会を第13回で行いましたが、ヒアリング後に会員全員に部会中間報告を配布し、会員への会議の場でヒアリングにお越しいただきました副会長から、ヒアリング概要を報告しておるといった状況を聞いております。

それから、中間報告後、内閣府で説明会等を行いましたので、それについても多少ご紹介させていただければと思います。4月の段階で経団連の方の経済法規委員会、A C A P

関西支部等を皮切りに国民生活センター、田中先生のところの経営倫理実践研究センター、損害保険協会、それから学会の方ですけれども、日本経営倫理学会、関西の方では、大阪商工会議所、関西消費者協会、今日発表していただきました消費者ネット関西というのを6月頃に行っております。それから、日本自動車工業会消費者部会、JAARO、全国発酵乳酸菌飲料協会、それから東京都の方で、こちらは吉岡さんがコーディネーターでやられましたけれども、消費者団体情報交流会というところでもやらせていただきました。それから、経済同友会についても9月に行いまして、来週には東京商工会議所、12月ぐらいには関経連というところでも説明会を行うことにしております。

それから、我々の取り組みを参考にして、各省庁でも取り組みをしていただいておりますので、そちらについても少しご紹介しておきます。

総務省の方で、電気通信分野における消費者支援策に関する研究会というものをやっておりますが、こちらで5月に報告書が出ておりまして、この中でコンプライアンス経営の重要性ということで、この審議会の議論が紹介されるとともに、電気通信事業者においても、自主的に消費者支援のための取引をルール化して遵守していくということが消費者利益の増進につながるというだけでなく、事業者自体のサービスの選択を通じて事業者の発展につながるということで、こういうことを踏まえて、「各電気通信事業者が消費者対応に関する自主行動基準の策定を増進することが必要である」とうたわれております。これに基づいて自主行動基準の策定を推進していただく方向になるかと思っております。

それから、食品表示制度に関する懇談会を農水省と厚生労働省が行ってりましたが、こちらの方の中間とりまとめが8月に出ておりますけれども、その中で、事業者の自主的な取り組みというところがありまして、こちらにおいて「各事業者において、自主的に自らの行動を律するための行動規範の作成が進められているが、これらの取り組みを一層促進するよう啓発する必要がある」とうたわれておりまして、我々の部会の報告でもうたわれました「企業トップがその重要性を認識する」とか「消費者の意見の反映等により可能な限り透明性を高めることが重要」ということがうたわれております。

それから、先月ですけれども、産業構造審議会の方の経済部会において、消費者政策小委員会というのが設置されましたが、そちらにおいても、「消費者信用向上への企業活動促進のための環境整備」が取り上げられることになっております。

ちょっと前後しますが、農水省から、食品産業センターに対して、倫理綱領の手引きというものの作成を通じて、各企業の取り組みを強化するように指導されまして、我々の方のヒアリングにも来ていただきましたが、その中で国民生活審議会のこの検討委員会の説

明、部会の報告書が参考にされたということです。

以上、私からの報告は終わります。

〔 中村消費者企画課長 〕 それでは、もう一点、参考資料の中に、先ほどもちょっと申し上げましたが、「公益通報者保護制度に関する企業へのアンケート調査」というのをお配りしております、この自主行動検討委員会の中でも今後の課題の1つとして、公益通報者保護制度の議論がございました。昨日、公表したのですが、せっかくの機会でございますので、ご参考にポイントだけ簡単にご紹介をこの場を借りてさせていただければと思います。

アンケート調査結果の冊子の最初の2ページ、3ページの見開きのところで主なポイントが載っておりますので、これに基づきまして、ポイントのみご説明させていただきたいと思います。

大きく分けて3つのパートに分かれておりまして、最初のパートは、倫理規範でありますとか行動規範といった何らかの社内規程といったものをそもそもつくっているかどうかというのがこの問いでございまして、 に書いてありますように、「何らかの社内規程を既に作成している」といった企業が全体の61%になっております。

にありますように、「既に作成している」といった企業のうち、従業員などが、「相談、通報することができる」といったような規程を既に設けているところが61%。逆算いたしますと、トータルの企業のうちの37%がそのような規程を設けています。

それから、そのような でありますように、「相談、通報がすることができる規程がある」といった企業のうち、何か通報者が通報したことを理由として、不利益を被らないような保護の規程をさらに設けているかどうかということ聞いたところでは、「設けている」と回答した企業が47%。これも逆算をいたしまして、全部トータル企業のうちの率でいきますと、全体のうちの17%がそういった規程を設けているということでした。

でございますが、これは規程だけではなくて、実際の体制としてヘルプラインというものをどのくらい整備をしているかということ聞いた問いでございまして、 にありますように、「ヘルプラインを整備している」と回答した企業は、全体の企業のうちの40%、「今はないが、今後整備を検討したい」と回答したところが51%、こういうことございました。

にありますように、「ヘルプラインを整備している」という企業に対して、「どういう受け付け体制なのか」と聞いたところ、「企業倫理室などの専門部署に通報を受け付ける体制を整備している」といったところが56%、既にある「人事、総務で受け付け体制を整備し

ている」ところが51%でございました。

そのようなものを整備しているといった企業に対して、「具体的にどのようなやり方で受付けているのか」が できて、これはいろいろでございましたが、「専用の電子メール」、「専用の直通電話」、あるいはその他としては、「面談による」、「専用私書箱」といったようなものが挙げられております。

それから、「実際に上がってきた通報内容をどのように処理しているか」というのが できて、「重要な事項については経営トップにも報告している」というような回答が全体の75%でした。

最後の ですが、今度は「公益通報者を保護するような何らかの国としての法整備が必要かどうか」ということを聞いたのが できて、「必要である」と回答した企業が全体の40%、「場合によっては必要である」と回答した企業が52%、「必要ない」と回答したところが8%ということでした。

その中で、「法整備が必要」、「場合によっては必要」とポジティブに答えた企業に対して、それが必要である理由を聞いたところでは、「従業員が安心して社内の窓口へ相談・通報がしてもらえるようになる」、「社内の問題が早期に発見・解決され消費者との関係がうまくいく」といったような理由が挙げられております。

それから、「何らかの法整備が必要」、「場合によっては必要」と回答した企業に、「どういう場合に、どういう範囲のものについて通報者を保護する仕組みが必要か」、これも複数回答ですが、聞きましたところ「人の健康又は安全が危険にさらされる場合」というものについては82%のところを対象になるだろうということで、これは多くのところがこの回答を挙げておまして、以下、「環境に悪影響を及ぼす場合」、「消費者法令に違反する場合」といったもの、あるいはそれに関わらず、「もっと広く法令全般に違反する場合」といったもの、それぞれがここに書いてあるような数字になっております。

これは複数回答でございますので、今、申し上げた4つの順列、組み合わせがいろいろございますので、なかなか全体像がわかりにくいのですが、「人の健康、安全」というのは最低限必要で、それをプラスして、どこまで外縁を広げていくのかということで、比較的幅広くやってもらいたいといったようなことがうかがえるのではないかと思います。

それから、その場合に、そういった通報制度を整備した場合の通報先についてどう思いますかというのが ございまして、「社内の担当部署にまず通報してもらいたい」というところが83%、「社外の中立的な第三者機関」と回答したところが47%でございまして、規制あるいは監督官庁といったところは16%という数字でございました。

それから、そもそもこのような「法整備は必要ない」といった企業に対して、その要らない理由を聞いたところでは、「社内で基本的に体制を整備するのが原則であり、法的にわざわざ保護する必要がない」といったものが反対の主な理由でした。

最後に自由意見ということで、いろいろご自由に書いていただきまして、冊子の後ろの方にひとわり付いておりますけれども、大ざっぱに言いますと、1つは通報者の保護は、法律なり何なりの裏付けがあってこそうまくいくので、早期に何かやってもらいたい、という意見がある一方で、 にありますように、そうかといって、それがいわゆる内部告発を奨励をするといった制度になるのは困る、といった意見が出ております。

また、それとも関連しますが、 にありますように、悪意の通報者による制度の悪用であるとか、誹謗中傷といったことに対する懸念が非常にありまして、そういったことがないような基本的なルールを明確にしてもらいたい。あるいは通報意図が純粋なものでない悪意のようなものについては、それがきちんと排除されるような制度を設けてもらいたい、こういう意見がございました。

それから、法制度上の通報先としても、まず社内への通報を前提としてもらいたい、こういう意見が多数出てございました。

詳細のものについては、4ページ以降に付いておりますけれども、大体主なポイントは、今申し上げたようなことでございますので、また、今後の参考にさせていただければと思います。

ちょっと長くなりまして恐縮でございますが、以上でございます。

〔 松本委員長 〕ありがとうございました。

これから、ここで挙げていただきました検討課題としての4つの論点についてご議論いただくわけですが、最終報告に向けての論点整理ということでありまして、中間報告書が配られておると思いますから、その目次と対比しながら見ていただきますと、恐らく本日の検討課題の論点1の問題は、中間報告でいきますと、 と の(1)のトップの責任のあたりに絡んでくる論点かと思えます。

その次の論点2及び論点3は、業界団体による自主行動基準策定の問題ということですから、中間報告では の(2)になります。

それから、本日の論点4、その他の問題は、大体中間報告では の実効性確保のことに関連しておりますし、最後にご紹介いただきました公益通報者保護制度についてのアンケートの問題も、この のところに絡む、すなわち論点4に絡んでくるかと思えます。

ということで、最終報告に向けて、どのように中間報告を書き直すか、ブラッシュアップ

プしていくのかという観点からいろいろご議論をいただきたいと思います。まず論点1につきまして、どうぞご意見をお出してください。

〔 澤藤委員 〕その前に、議論の進め方といいますか、最終報告をまとめるスケジュールのようなものを、もし座長なり事務局でお考えになっていたらお聞かせください。といいますのは、今、4点で議論すると言われましたけれども、中間報告の議論はこれに尽きるものではなからうと思うのです。これをどういうスケジュールで、いつ頃までにどういうふうにまとめられるご予定になっておられるのか、その辺を先にお伺いしたいのですが。

〔 中村消費者企画課長 〕今、ヒアリングに基づく検討課題ということでいくつか掲げておりますけれども、これは今後最終報告をつくっていく際のすべてということでは当然ございませんので、ほかにもいろいろと最終的な報告とりまとめに当たっての論点はあろうかと思えます。

本日は、これまで行ってきましたヒアリングに基づく全体のサーベイをして、その中で、こういったところを今後の最終報告に反映できるかということを中心にご議論いただこうかと思っておりますけれども、それとはまた別途、次の会までに最終的なとりまとめをするに当たってこういったことをさらにつけ加えるのか、どういうものにするのかということについて、改めてご議論をいただこうかと思っております。

このスケジュール調整を今しておりますので、また、詳細については、ご相談させていただきますけれども、今日ですべて中間報告を最終報告にとりまとめるに当たっての新たな論点は、今日申し上げるものですべてということではございませんでして、今回は、これまで行ってきたヒアリングに基づいて、こういったことを最終報告に反映させていくかという観点からの議論をお願いします。

〔 澤藤委員 〕了解いたしました。

〔 池田委員 〕全体に絡むことでありますので、今の意見に関連して感じていることを申し上げます。私も参画をさせていただいたのでありますけれども、この4月段階での中間報告は、より信頼感を事業者、消費者間に構築する、あるいはそういう社会の在り方を目指すという意味で、非常にインパクトのあったものだと実感しております。そういう意味では、非常に社会の役に立った中間報告ではないかなと、こういうふうに思っておりますけれども、いいか悪いか別としまして、社会の変化は非常に急激であります。ひょっとすれば、この委員会の審議をはるかに追い越して、社会が変化をし、いろんな企業サイド、消費者団体も含めて大いにスピードを上げて進んでおるように、私どもだけでなく、いろんな会社、いろんな方々とお話をすると実感で感じておるわけでありま

す。

そうしたときに何が大事かという、いわゆるマネジメント・サイクル、これは企業としてのマネジメント・サイクルだけではなくて、組織としてのマネジメント・サイクル、これは大学も行政機関も国家も同じだと思うのでありますが、プラン・ドゥ・チェック・アクションをきちんと回していくことだと思います。こういう中で、行動基準というのは、ドゥの中の主要なものではありますが、しかしそのうちの1つなんです。

この論点を拝見いたしましたときに、これを中心にされるか、あと何かつけ加わるか、これはあると思うのでありますけれども、もし、これを中心に最終報告がなされるとすれば、非常に誤解のある言い方をしますと、この委員会の最終報告は、矮小化された、あるいは古色蒼然とした、そういう報告になってしまうのではないかと、世の中の変化、いろいろな企業、産業、消費者の取り組みは非常に急激でありますから、そのような懸念を感じております。

既に4月段階で、この「実効性確保・策定促進の方策」というところで言及がされておりますけれども、まさにプラン・ドゥ・チェック・アクションのドゥ、そのうちの1つであるスタンダードの策定を、そのうちの1つとして、チェック・アクションも含めた非常に広範な、社会としてのあるべき方向を目指す提起がされておったと思います。したがって、最終報告に向けては、そのあたりにも重点を置いた進行をいただければ、せっかく今までいろんなところにインパクトを与えてきたことが、さらに社会のためになるのではないかと、こんなふうなことを感じておりますので、意見として申し上げます。以上です。

〔 稲岡委員 〕今、事務局からご説明いただきました検討課題としての4つの論点、よく整理されていると思います。しかし、この4つの論点は、いわば中間報告が社会の中で既に与えられたものとして、それがそれぞれの企業、業界団体にアウトサイダーにどう受け入れられるか、どう受け入れられるようにすべきかということを行っているように私には思えます。

私が思いますには、その前に、自主行動基準、つまりこの国のすべての業種、業態の大小を問わずすべての産業に受け入れられる自主行動基準があり得るのかどうなのか。あり得るとすれば、どういうものなのか。それはどういうふうであるべきなのか。そういう議論がこの委員会が始まったときにはあったと思うんですが、そのところをもっと議論しておきませんか、せっかくの報告が社会から受け入れられないものになってしまうのではないかと、という危惧を持っております。私はぜひすべての産業から受け入れられるものにな

っていただきたいと思っているわけでありませぬ。

パブリックコメントの中でも、まず日本経済団体連合会は大きく言って3つ言っているわけでありませぬ。まず第1に、自主行動基準の策定、運用体制の整備は、本来事業者が自主的に対応すべきものである。行政の関与は事実上の規制となり、事業者としての自主的判断能力・意欲を削ぎ、かえって健全化を妨げることになると思っております。

2番目に、指針において例示する基準の項目については絞るべきであるということをおっしゃっております。

3番目に、ここにも出ています独禁法上の考え方を明確にすべきであると、してほしいということをおっしゃっています。

私が読みましても、ここに今いただいております中間報告、A4版で34ページであります。しかも結構小さな活字でたくさん書いてございませぬ。私、行政の世界のことはビジネスマンですから存じませぬが、ビジネスの世界で言いますと、一言で言えば長過ぎる。例えば上場企業の取締役は、これを読んで、自分の会社の消費者に対する行動基準を考えると申しても、大抵の人は全部読むだけの時間を持っておりませぬ。

したがいまして、すべての企業人に受け入れられるためには、もっとわかりやすく、簡潔で、しかもあるべき姿とは何かという理念が含まれたものであってもらいたい。日本経済団体連合会というのは、文字どおり、日本の経済団体の連合会であります。もし日本経済団体に支持されなければ、自主行動基準が日本の産業に支持されないということになるわけでありませぬ。ぜひ支持されるものになってもらいたいと思っております。もう少し、4つの論点の前に、自主行動基準の理念について、委員会の立ち上げのときにあったような議論を詰めて受け入れられるものにしていただきたいと思っております。ありがとうございました。

〔原委員〕私もこの論点4に入る前に全体的なところで3点なのですが、1つは、この自主行動基準、12月いっぱい最終報告になると思っておりますけれども、一方で、21世紀の消費者政策の見直し作業、消費者保護基本法の見直しの作業を並行してやっておりますけれども、こちらの方で事業者の責務というところがどのように書かれてくるのかということも大変絡んでいて、そちらの事業者の責務とここで議論している自主行動基準策定の議論とどういうふうに関係をして最終的な形になっていくのかということですが、今、ちょっと切り離されているように思っております、それが第1の質問です。

2つ目の質問は、今、稲岡委員が出されたところと共通をしております、この自主行動基準の位置づけと申しますか、理念のようなものをもう少し明確にしておくべきではな

いかと考えております。こういった行動基準は恐らく各社さん持っていらっしゃると思うんですね。明文規定になっているかどうかは様々だと思いますし、社是・社訓のようなものもあるかもしれませんが、恐らく各社さん、事業活動をおやりになる中では当然やっておられるようなことだと思います。ただ、ここがこういった国民生活審議会の1つの検討会で、自主行動基準をなぜ出すのかという理念みたいなものはもうちょっと、メッセージ性としても議論をしておく必要があるのではないかと。

3つ目なのですが、今日も4つの論点を示されたのですけれども、私としてはこの4つの論点を活かす仕組みのようなことについて議論をしなくていいのかというのがあって、例えばこういった自主行動基準の開示の話ですとか、公益通報者保護の話は議論としてスタートしていますけれども、こういった行動基準を活かす仕組み、そういう情報とか公益通報者という話と、そして担い手としてのNPOとか、消費者行政の果たす役割ということ。それから、3つ目としては、例えば苦情相談とかADRとかの機能みたいなことを活用してこの自主行動基準を活かしていくというような、こういう中身を活かすための仕組みづくりみたいなものも最終的な報告書の中には私は当然入ってくるべきではないかと考えております。

以上の3点です。

〔 鍋嶋委員 〕

今、原委員がおっしゃった点もあるのですけれども、理念的になぜ出すかということを確認にすることです。次に、言葉自体が非常に混乱してしまっていて、倫理綱領、コンプライアンス、自主行動基準と色々出てくる。一般の企業で考えると、自主行動基準というと、恐らく企業としては、今、この委員会で検討しているものでなく、経団連が示した行動憲章みたいなことを考えているところが多いのではないのでしょうか。

この委員会の中間報告には、この前も言いましたが、内容が消費者部門に特化されているものです。この言葉の定義をはっきりしておかないと、非常に混乱を招くし、企業としても喜んでつくっていくという話にならないのではないかと思います。

現実には、ヒアリングした皆さんのところがつくっているのは、皆さん「コンプライアンス」と言っている。要は憲章みたいなものであって、我々の中間報告の出した自主行動基準的なものはほとんどなかったわけです。整理して最初の理念のあたりからはっきり伝えていくという形が必要なのではないかと思います。

〔 高委員 〕 今、鍋嶋委員に言っていたこととほとんど同じなんですけれども、論点の1の問題に関わってまいりますけれども、自主行動基準と倫理綱領あるいは行動憲

章の関係をきちんと整理しておく必要があると思うんです。中間報告で提起していただいた20ページからの基準の策定・運用のための留意点ということで、社内体制の在り方、こういった内容が展開されているわけですがけれども、恐らく私はここの部分が一番最初に来るのかなと思うんですね。つまり、プラン・ドゥ・チェック・アクトということで、先ほど池田委員から指摘ありましたけれども、まずプランのところでは何をやるのか、ドゥ・チェック・アクトで一体何をやっていくのか、この全体の流れを示して、これも随分前から言っておるのですけれども、他省庁の問題だということでは言及できないというのですけれども、もう省庁間の壁は乗り越えてもいいのではないかなと思うんですね。

先ほど高橋さんの方から紹介ありましたけれども、他省庁でも同じような動きがあるので、一回、コンプライアンスの体制というのはこういうものだというのをちゃんと整理する。その中のプランの中では、倫理綱領、行動憲章、何と呼んでもいいのですが、まず包括的なものがあるのだということを最初にきちんと整理しておく。その中身については余り言及しなくて私はいいと思うんですね。

それから、自主行動基準ですけれども、あえて消費者との問題において何らかの提案をしたい。そこにここの審議会の意義があるのでしょうかけれども、そこを強調されるということであるならば、消費者との約束ということで、こういう基準をさらにつくられる会社さんはつくって公表してくださいと呼びかける。それをつくって、実際にそれが実践できるかどうかというのは、コンプライアンスの体制ができ上がっているかどうかにかかってくる。その意味で、実効性を担保できるものがあるかどうか重要となる。そんな形で整理すれば、自主行動基準という概念と倫理綱領という概念とコンプライアンス体制という概念が整理できるのではないかと思います。

〔 滝川委員 〕 今の高委員のご説明と別に、私が考えている総論的なことですが、これを整理しますと、コンプライアンスとかいろんな言葉で言われているのですが、基本は消費者保護ですので、消費者保護に関する施策だということです。これまでは、トップダウンということで政府が規則をつくってやってきたのだけれども、トップダウンに比べてボトムアップ的なアプローチ、これが必要だというのは、例えば環境問題と同じなので、共通する問題だと思います。ボトムアップというところで企業の自主性を活かしていくことだと思います。

基本は、個別の企業です。団体でやる場合はどうするかというのは、論点3になりますので、後で述べるとして、個別の企業でやる場合、ボトムアップは本来企業が自主的にやるべきものなので、ボトムアップでやるところに、内閣府、政府がどういう役割をするの

か、これを押さえておかないと。基本はボトムアップすると言っておきながら、また政府の規制をここで持ち出していくとおかしなことになる。政府の役割は企業に対するアドバイザー役です。もし、これで強制的なことをやるということだったら、もとに戻ってトップダウンになる。そうするのなら、はっきり法律でやれと、こういうことだと思いますね。

そういう整理をする必要があると思います。以上です。

〔 澤藤委員 〕まさに私の関心もそこにありまして、つまり全体的な消費者政策の中で自主行動基準による誘導という、こういう手法がどういう位置づけをされるかということなんです。これはきちんと議論をしておく必要があるのだろうと思います。これは「第三のアプローチ」というような言葉で語られていましたけれども、消費者政策全体の中で、この第三のアプローチを推進することが本当に消費者の利益にかなうことになるのかどうか。これだけの局面を見ておきますと、中間報告もよく練られた言葉で積み上げられていると思うんですけれども、仮にこの第三のアプローチをとるということで、それ以外の「消費者保護規制」というふうに言われているものが後退をする、あるいは後退をさせるエクスキューズになるということであれば、私はこれは大変大きな問題だと思います。

いくつかの消費者政策の手段がある。つまり労働法制などにならって言えば、労働団合法として労働団体に行動をする権利、団結する権利を与えているように、消費者団体に権利を付与するような、そういう手法もある。それから労働保護法制が労働者一人一人の労働最低基準を画しているように、一人一人の個別の消費者を保護する法制も必要だし、特に食品安全の面などからいえば、個別の事前の規制が絶対に必要だと思うわけですが、これが自主規制基準をつくって、各企業の自主性に任せればうまくいくのだというだけで、全体の消費者政策が仮に後退するようなエクスキューズに使われるとすれば、ゆゆしき問題だと考えるわけで、その辺の位置づけをきちんとしていただきたいと考えているわけです。

〔 川本委員 〕全体的には、この中間報告をつくる時に大分議論をして、特に全体のそういうコンプライアンスと自主行動基準と、それから消費者に向けた自主行動基準というので分けて整理して、それでこういう消費者に向けた自主行動基準からはこういうことを重視してということでもかなり議論されたし、現時点でまだ不十分なところはもう少し丁寧にしていけば、かなりわかるようにさらになるのではないかなと思うんです。

この中間報告が4月に出て、ずっとヒアリングをやってきたわけですが、これは私の感じでは、各事業者とか各業界に、こういう自主行動基準をつくることに対する環境づくりというか、そういうのを醸成したことにおいてすごく意義があるし、現在どういうこと

になっているのかということにおいては大変現状がわかったわけですがけれども、今日の資料で論点を整理していただいていますけれども、正直言って、そんなに新しい論点が出てきたとは余り思えないので、ここに既に中間報告で書かれている、あるいは我々がある程度考えていたようなことが再確認されたみたいなことが多いような気が私はしています。

中間報告、最終報告できっと多くの人は、その後、半年以上たって、どれだけ論点が深められたかということを楽しんでいるのだと思うんですけれども、そういう意味では実効性の確保とか、そういうところが、本当は一番関心があるところなのだと思うんですけれども、必ずしも私の感じでは余りその議論は特に多く進んだとは思えないので、もし年内にまとめるのであるとすれば、現状を踏まえてどこまで整理して、次の課題はほかの部会なんかでなさっているのでしょうかから、どういうプロセスでどうなっていくのかというのがある程度わかるような形になれば、報告としてはある程度どういうようにつながっていくのかと。

例えば自主行動基準というのは、現在の消費者保護法でも、事業者の責務とか事業者のことが書いてあると思いますけれども、例えば自主行動基準のようなものをつくって何とかなるかとか、そういう例示的に自主行動基準をプレイアップというか、出していくとか、いろんなやり方があるのでしょうかけれども、この委員会の自主行動基準をできるだけつくった方がいいという趣旨でこういういろんな中身も検討したわけですがけれども、それをどういうふうさらに持っていか。それは基本は企業の自主的な取り組みなんだろうけれども、それに加えて何かもう少し位置づけをはっきりさせる。基本的にはせつかく議論しているわけですから、もう少し何らかの形できちんと位置づけられれば非常にいいのではないかと思うわけです。

それから、あと1つだけ質問なんですけれども、先ほどパブリックコメントを配られて、今見ていたら、一応それに対する答えも書いてあるわけですがけれども、これは春の時点ですね。例えば日本経団連の答えも書いてあるわけで、今、稲岡委員も言われていましたけれど、この前、ヒアリングで聞いたときにはもう少し踏み込んでいろいろお考えになっているような印象を受けたのですがけれども、これだともかく法的に考えるのはいかがなものかという、従来言っているようなことが書いているわけですね。

片や、先ほどのアンケートだと、個別企業に聞いてみると、多くの企業は、法律上ある程度、その点、内部通報制度にしてもきちんとすることについては、大方の企業がかなり賛成になっていると。そうすると日本経団連は会員の企業も多いわけでしょうけれども、草の根というかボトムの方の個々の企業にとってはそういうこともある程度受け入れると

いうか、それはやむを得ないというか、その方が適切ではないかというふうに考えている企業が多いということになりますね。

そういう意味で、まだ議論が必ずしも、聞いていても余り整理されてないような気がして、先ほど池田委員が言われたように、物すごい速いスピードで変化していると。全くそのとおりだと思うんですね。そのスピードを踏まえて、この中間報告をもう少し実効性のところも含めてわかりやすく、なおかつ、スピードの速い6カ月以上の変化を十分踏まえて出さないと、何か受け手は物足りないし、実効性において、もう少し委員会として、なぜ詰めなかったかみたいな議論が出てくるのではないかと懸念します。

〔 田中委員 〕 各委員のお話は、最終的な報告に集約するためにどういうふうにするべきかということなのですね。もちろんもう一度きちんとそういうところを検討するのはよろしいのですが、最終的な着地点はある程度議論してきたのでわかっているのではないかとthinkます。

1点目は、例えば消費者保護基本法にきちんと自主行動基準を策定して、それを守ってくださいますという内容を何かできちんと根拠を置くというのがありますね。

また、2点目、自主行動基準をつくることを進め、組織的に担保するのであれば、例えばマーケットに上場するときの基準にそういうことを織り込むような方向で検討することがよいと考えます。上場基準に自主行動基準をきちんとつくって交渉するというのが入れれば、企業は当然これはやることになりますね。内容は企業の自主的なものに任せられるということですから、1つの促進策になるのではないかと。

3点目に、今、ほかの省庁でもやっておりますが、例えば内閣府もホームページ「消費者の窓」というのがある。そういうところに、我々がこの前までずっと議論していた4つの基準という形で、よい自主行動基準というのはどういうものかというのを議論したわけですね。例えば明確性、具体性、透明性、信頼性というふうにやりました。そうするとヒアリングで聞きましたように、また、各企業も相当今いい行動基準をつくっているんですね。そういうのを見て、なるほど、これはなかなかいいぞというように、一定の基準にあったものがあれば、そういうのは内閣府のホームページにきちんと公開して、それでこういうのは1つの見本になりますという形で奨励する。そういうふうないくつかの手段をとれば、自主行動基準をつくってきちんとやるという方向に流れるのではないかと。

今の池田委員のお話がありました。世の中で自主行動基準をつくらなくていいというふうには言ってないんですね。やはり自主行動基準をつくってほしい、守ってほしいという流れですから、そちらの方向に加速するようにした方がいいのではないかと私は考えます。

〔 山本（豊）委員 〕各委員のご意見を伺ってしまして、実は私の印象では、8割くらいのご意見は、この委員会の1回目と2回目に議論したお話がまた出てきているような気がするのです。委員はもちろん様々なご意見をお持ちで、しかし何とか中間報告にまとめ上げられたということだと思ふのです。どの部分が自主的であり、場合によって義務づけが生ずるのかという問題につきましては、この中間報告書自体は全く自由であるとの前提で記述されているのではないかと、少なくとも法的にはそうであると私は理解します。

さらにこれを踏まえて、消費者保護基本法の責務規定として置くかどうかというのは、これはここでさらにそういう論点を詰める必要があるということであれば、そういうことも考えられますが、一応現在は上部委員会の消費者政策部会で論点になる部分だと思われまふ。ですから、そういう問題があるから、この自主行動基準のとりまとめはよくないということには恐らくならないのではないかと認識をしております。

それから、長過ぎるということも確かにごもっともだと思いますが、他方において、どこをどういうふうに削るかという問題が出てきますので、場合によってはよりコンパクトにしたダイジェスト版を工夫されるとか、そういうふうな対応も考えられるのではないかと思います。また、倫理綱領等との関係がなかなかわかりにくいのではないかと、あるいは様々なステークホルダーがある中で、消費者対応の部分だけを抜き出すというのが現実的でない。これも第1回、第2回目で相当議論した点で、そういった点を踏まえて中間報告をまとめたわけでありまふ。

したがって、今日は総論的議論の機会だということで、その程度にとどまっているかと思いますが、議論の進め方としては、これを一旦白紙に戻して、もう一回、最終報告を新たにつくり上げるというよりは、一応これだけのベースがあるわけですから、より具体的に、ここの書きぶりはまだ不十分であるから、ここをこういうふうに改めるべきであるとか、わかりやすくするという趣旨で、表現を差し替えるとか、個別に議論をしていくことが大切ではないかと私は考えまふ。

〔 吉岡委員 〕私も基本的には山本（豊）委員の考え方に近いのかなと思ひますけれども、確かに自主行動基準を検討するに当たって、消費者保護基本法を含めて、21世紀の消費者政策をどうするのかと、そういうことがありますし、その背景として考えなければいけないのは規制緩和、自己責任、構造改革、そういう流れを考えながら消費者政策を考えていく、そういうことであると思ひます。その辺の大きなところは、消費者政策部会で多分議論されていることだろうと思ひます。

その中で、自己責任をとる、あるいはそういう土壌をつくっていくためにどうしたらいい

いのか、そういうことを考えると企業倫理ではなくて、自主行動基準が必要だと、そういう視点でヒアリング等を進めてきたと、そのように思います。この論点4つ挙げていただいているのですけれども、ヒアリング等に基づく検討課題ということで挙げてございますので、具体化するために論点として議論する、そういう必要性があるのではないかと、そのように考えます。

それから、田中委員がおっしゃった消費者保護基本法、これは保護がとれるかどうかというのはもう一つ大きな問題としてありますけれども、とりあえずは消費者保護基本法の中にどう位置づけるのか、明記するのか、その辺のところはきちっとここで提言をしていかなければ、実効性を上げるという面でも効果が上げにくくなるという、そういうことがありますので、基本法への位置づけ、これはしっかりとこの委員会から提言しなければいけない問題ではないかと思えます。

〔 高委員 〕せっかくこの最終報告書をつくって公表していくわけですから、私は浸透・普及を考えたい。ただ、このままでは、誤解が生じてくるのではと思っております。というのは、「自主行動基準」という言葉ですけど、この言葉を聞いてイメージするのはやはり倫理綱領なんです。ずっとヒアリングやりましたけれども、ほとんどの報告者が提起してくるものは、別に消費者志向の問題に限定した内容ではなかったと思えます。もちろんこちらが「自主行動基準」という言葉を最初に使ったので、その意味を一方的に決める権利があるかもしれませんが、内容からして、私はこれを「消費者志向行動基準」として発信する方が企業の誤解を招かないと思えます。

ですから内容的に自主行動基準というのがいるんなところで出てきて、どういう意味で使われているのかよくわからないという意味で、1つの方法として、大幅な改定を避けるという意味では、こちらで使っているのは、この用語がいいかどうかわかりませんが、「消費者志向を実現するための行動基準」としてもらえれば、不毛な議論は少なくとも避けられるのではないかと思えます。

〔 松本委員長 〕ほかにご意見ございませんか。いろいろなご意見が出たと思えますが、1つは理念について、もう少しはっきりとわかりやすく書いた方がいいのではないかと、ご意見何人かの方から出されました。これは恐らく理念の中に、今、高委員がおっしゃって、ほかの方との間で少し議論があったような、倫理綱領と自主行動基準との関係が必ずしもクリアーではないとか、企業で実際に動いている人にとってその辺が分かりにくいとか、あるいは池田委員がおっしゃったように、この半年間の様々な動きの中で、各企業が実践してきたのは一体何だったのかということ振り返って考えてみると、もう少しそ

こをクリアーにして、本当に我々が企業に求めたいこと、そして、実際に実現してもらえることが何であるか、そういうメッセージですか、この審議会の小委員会としてのメッセージが一番クリアーになることをはっきりと打ち出していかなければならないのではないかという印象であります、それが何かについては、皆さん少しずつお考えが違うと思いますので、さらに詰めていく必要があると思います。

あと、長過ぎるかどうとか、文章が難しいとか、意味が多義的なものがあるという点は、確かにそれはそのとおりだろうし、これは一体誰に向けたものなのかというところが、経営者の人にこれを読んで実践してもらおうためのテキストかというところと必ずしもそうではなくて、行政のいわばマニフェストのような行政の宣言的な文章であるというふうに理解するのが一番正しいのだと思うんですが、それでは、実際に使ってもらうようにするためにはどのような工夫が必要かというのはもう一つ考える必要があるかと思えます。

ということで、ここは余り議論が詰まらないというか、山本（豊）委員の話だと、もとに戻った、一番重要だからこそ、いつもこの議論に戻ってくるのだと思うわけですが、ここはまた引き続き次回に向けていろいろ考えを深めていただきたいと思えます。

次の論点に移ります前に、2時間たちましたから、ここで5分ほど休憩したいと思います。

（ 休 憩 ）

〔 松本委員長 〕 それでは、再開をしたいと思います。

次に論点2と3、事業者団体として取り組みをやる場合の論点につきましてご意見をお出しいただきたいと思えます。坂東委員、どうぞ。

〔 坂東委員 〕 事業者団体に関する部分については、まだ、これも大きな議論が、独禁法の問題も含めてもありますので、また、後ほどご意見がきっとあると思えますが、先ほどこの間の検討についてまとめたこの課題の文章の後ろを改めて見てみますと、この間、ヒアリングをしたいくつもの業者の方がいるんですが、結局ヒアリングをした多くのところが事業者団体でもあるわけですね。

そうしてみますと、私どものこの中間報告でいけば、事業者団体に関する部分は25ページの（2）の先ほどご指摘があった部分でして、言葉で言えば、1ページに満たない部分しかそれに関する記載がないわけです。

ところが実際ヒアリングを行ってみると、事業者団体の方が出てこられて、それなりの意義を持った対応についてのご報告をしたということは、この間のヒアリングの成果を反

映させるという意味では、事業者団体に係る部分についてももう少し議論を深めておく必要があるのではないかと私は思っています。

そこで、いつものワンパターンで大変恐縮なのですが、この間、事業者団体の方々のヒアリングの中で、一貫して私がお願いしてきたことは、事業者団体が様々な対応をされる場合においても消費者の関与をぜひ考えていただきたい。あるいは独禁法との関係でも、これは私よりタン先生からお話しいただいた方がずっといいのだと思うのですが、例えばオーストラリアの経験で、消費者が関与することで独禁法との関係を整理したり、あるいは、これは前回のNPOの研究会でタン先生から教えていただきましたが、自主行動基準等に関わるようなものに対応する場合には、事業者団体が別個の組織をつくった上で対応するという努力をオーストラリアなどでされているということも聞いておりますから、例えばそういう観点も含めて消費者の参画を考え、透明性を確保する中から事業者団体のいわばモデル自主行動基準みたいなものを持っている意味を最終報告書の中には反映させていかなければいけないのではないかなとも思っています。

そのことは、例えばこれも大きな課題ですけれども、公正競争規約などの議論の際に、消費者をどのように位置づけて今後議論していくのかという点も、ここの補足的な論点としてはあり得るのかなと、そういうふうに考えております。以上です。

〔 タン委員 〕 坂東先生のおっしゃるとおりですが、以前、私、オーストラリアについてちょっと報告させていただいたとき、「事業者団体」という言葉を使ったんですけど、今日は、消費者団体とは何かとか、いろんな言葉の定義の問題が出てきまして、やっぱり反省していますね。そのときはもしかして共同規制団体かなんか全然違う名前を使った方がよかったかもしれないですね。それでいろいろ誤解があったように思います。

オーストラリアの場合は業界団体運営のコード・オブ・コンダクト、完璧ではないのですけど、うまくいっている例がいくつかありまして、必ず業界団体とは別の組織をつくって、取締役の中に消費者の代表を入れたり、もちろん業界の加盟企業の代表を入れるのですけど、その場合は同数の代表、例えば消費者の代表3人、企業の代表3人という感じで、企業寄りにならないように物すごく気をつけています。

たびたび問題として挙げられるのは、競争制限、特に反競争的なものができ上がるのではないかという話がありますが、オーストラリアの場合は認定の手続きがありまして、そういう可能性があった場合はオーストラリアの消費者競争委員会（ACCC）に対してコード・オブ・コンダクトの認定を申請して、そこでACCCは競争制限の可能性と公益を考えて、どちらの方にウエイトがあるか、多少競争制限的な要素があっても公益を考えた場

合には、そういうコード・オブ・コンダクトがあった方がいいということなら認定をする、そういう手続が法律の中に定められています。

ですから日本もこれから独禁法の改正、そういう議論も含めて、ぜひこういうやり方についても議論していただきたいですね。コード・オブ・コンダクトのそもそもの目的は、消費者の被害が起こらないための予防的制度ですから、そういう観点からも、ぜひオーストラリアだけではなくて、例えばカナダやイギリスといったコード・オブ・コンダクトやスタンダードという新しい規制方法を取り入れている国を参考にさせていただきたいです。

それから、追加になりますが、独禁法の問題と関連して、さっき言っていた競争制限的な要素があったらいけないということですが、既に公正競争規約の認定のプロセスができているから、そういう既に日本にあるものを参考に、これからいろいろ考えていただきたいと思っております。以上です。

〔 滝川委員 〕この問題は、既に中間報告でも議論しまして、25ページに妥当な表現がされておりまして、しかし、その後、今、坂東委員がおっしゃいましたように、ヒアリングを重ねました。対象の多くが業界団体なので、私もかなり聞いていましたけれども、独禁法に触れるようなことは報告を聞いた限りではありませんでした。ということは、業界団体あるいは団体で消費者保護のためにかなり有益な役割を果たしている場合があるということが言えると思います。特に情報提供とかいろんな基準を作成するコストの面で個別でやるよりも業界団体でやる方がコストが削減できる、そういうことがある。

今回のヒアリングでも公取の考え方を知りたいということがかなり出てきて、公取がかなり心配されているということですね。ただ、公取の方も、今、安全規制よりもむしろ環境問題の方が先行してしまっていて、環境で、例えば家電などのリサイクル、そういうところで業界協調が必要になる場合があるわけですね。そこで昨年は公取のガイドラインがそれに関して出ています。だから業界でやったらすべていけないというような態度は公取はとっていません。環境問題と安全、消費者保護は共通性がありますので、公取の態度はかなり柔軟になっているということです。

ただ、日本だけではなくて、アメリカ、EU共通なのですけども、安全性を理由にして業界団体が競争制限をやる深刻な事例が多いのです。これには注意しなければいけない。例えば、歯医者団体などが広告規制をやる。こういう場合、常に消費者保護のために広告はやってはいけないということでやる場合が多いです。具体的な事件もいくつか出ています。

その場合、既存の企業だけ見ていたらいけないので、イノベーター、新規参入者、革新

的な企業を排除する場合があります。特に業界団体がボランタリーでなくてペナルティーをもって規約に従わない者を排除する場合は、これは独禁法で規制すべき場合が生じやすい。

そこら辺のところは既に25ページに出ているのですけれども、さらに言うとなると、ここを具体的な修文で考えていったらいいと思うのです。業界団体が競争制限のおそれがあるのではないかと考えるときに業界の人はわかるはずですが、企業は常に競争していますから感覚がわかるはずなんです。その場合には危ないなと考えれば、必ず公取に相談に行くこと。公取に柔軟な相談システムがありますので。ここの具体的修文としては、そういう競争制限のおそれがあるようなことが考えられる場合には、公正取引委員会に相談に行くべきである。公取には柔軟に相談に応じるシステムができ上がっている、そのようなことを書いたらいいと思います。以上です。

〔 松本委員長 〕アウトサイダーの問題についても、どうぞご発言ください。原委員どうぞ。

〔 原委員 〕アウトサイダーではなくて、今の発言に引き続いてなんですが、2点なのですが、1つは、昨日公正取引協議会の連合会の会合があって出かけたのですけれども、一応公正取引協議会が今80いくつあるのですけれども、その連合体ということですね。この連合体で、いろいろと不祥事もありましたし、特に食肉の表示関連とかあったものですから、これから連合会としてどういう役割を果たしていこうかということの検討会の第1回目だったんです。

ところが、第1回目なんですが、私は基本的にはここでやられている自主行動基準のような話を少しベースにしていくといいのではないかと思ったのですが、ほとんど情報が入っていらっやらない。そこは取引課長も見えていたのですけれども、私に対しては理事会でADRの報告をしてほしいと言われたので、いや、ADRの報告より、先にここでやっている自主行動基準との関係性の方が非常に深いので、そちらの報告をさせてほしいと依頼をして、そちらの報告を先にすることにしたのですが、こちら側で一生懸命公取の話をしているのですが、向こうにほとんど伝わってないのがどうしたものだろうか。今もこういうふうに書き込みましようとか言われたのですが、書き込まれても向こうは何も知らなかったということにならないのかなと思ひまして、次回の会の前に、ぜひ公取とか協議会の連合会と連絡をとって見ていただけないか。それで、どういうことだったらできるか。

連合会も今やっている公正競争規約は表示、広告に偏っているというところですね。そうではなくて、考え方を取引や契約とか全部にもう少し広げたいとか、それから規約をつ

くっている業界団体だけではなくて、規約をつくってきても、協議会にはまたアウトサイダーという存在がありますから、そこをどうするか。それから、80しか協議会はありませんけれども、それ以外の事業体に何らかの働きかけというのでしょうか、やれることがないだろうかというようなことを検討したいというふうにはおっしゃっているので、非常にここと重なっている話をしようとしているのですが、リンクがないというところを大変気にしております。それが1つです。

2つ目ですが、中間報告とりまとめのときにも、私意見を言って、うまくおさまらなかったのが、先ほど25ページに事業者団体の話があるのですが、ここで事業者団体が雛型をつくるということを非常に推奨していらっしゃるんですね。2カ所ぐらいで雛型をつくってやるのが望ましいと書かれているのですが、私はこれは両論があると思っております、1つは、そのときも議論が出たのは、中小の事業者にとっては、ある程度業界団体の雛型をつくってあげる方が、どういう項目を入れたらいいということもわかってメリットがあるという形で入ったのですが、実際に金融関係で、こういった勧誘方針の策定の部分をチェックしてみると、業界団体がつくったものをベースにして、丸写しとまではいきませんが、自分のところの実態から積み上げたものではなくてそのままを引写してきているのではないかとさえ思えるようなものがあるわけですね。

そうすると、デメリットの部分というのもあるわけで、前回のときにも日本経団連の方にちょっと厳しく言いましたけれども、もちろん事業者団体が熱心におやりになるのはいいのですけれども、基本は個々の事業者の努力であるというところを私はもう少し強調すべきだというふうに考えております。

以上の2点です。

〔山本（豊）委員〕事業者団体の取り組みということで、ただいま原委員のご指摘がありました。私は半々といいますが、事業者団体の役割も我が国の現状では非常に重要ではないかというふうに考えておまして、ご指摘の点は、分野による検証が必要だろうと。つまり個社でつくればもっといいものができたのか、あるいはそのことは、業界団体がつくっている雛型自体の内容の問題ではないか、そこを総合的に議論すべきではないかと考えます。

もう一点は、先ほど途中で話題に出た、業界団体とは別組織での自主行動基準の取り組みということでちょっと思い出したのですが、この委員会のヒアリングでお呼びしました日本信販さんが出された個人情報保護の自主ルール、あれは日本信販でつくられたものではなくて、業界団体とは別組織でつくられたものだったように記憶しております。で

すから、そういう取り組みは我が国でも若干は具体例が出てきています。

ただし、タン委員がおっしゃったようなものと非常に落差を感じますのは、別組織という場合のヒト、カネの関係、それがオーストラリアではうまく行っているようですが、日本ではまだそこまではいかない。別組織で消費者参加で第三者的にうまくやれというのは絵としてはきれいにかけますけど、そこを誰が動かしていったって、どう財政的に支えていくのか、そこに非常に課題があるなということを感じております。

もう一点は、そういうことが現に動いておりますのは、法律制度の影が重要なファクターになっておりますね。個人情報情報保護法案というものができると言われてなかなかできないのですが、それができたあかつきにはということで非常な危機感を持って対応されている。それが大きなインパクトになり、かつ主管官庁が相当プッシュしている。そういうことがあって、初めてまだ不十分な点はありながら、日本でもそういうものが出てきているということです。

そのような中で、報告書で先ほどのような取り組みについてうたわれることは私賛成ですけれども、それこそ実効性確保の観点からは、相当いろんな条件が整わないと一気にはいかない、そういう課題も抱えているなということを感じましたので指摘させていただきます。

〔 タン委員 〕オーストラリアの場合は、お金は全部企業が出しています。消費者団体の代表の分まで出させられていることもあります。

〔 山本（豊）委員 〕口は出しているんですか。

〔 タン委員 〕その理由についてはいろいろあるのかもしれませんが、基本的にコード・オブ・コンダクトをつくらないと、立法するぞという、最初からそういう脅かしが働いていますから、恐らく法律ができたなら、法律へのコンプライアンスのコストを考えた場合には、コード・オブ・コンダクトにお金を出した方がいいという、多分そういう理由もあると思います。

〔 高委員 〕2点申し上げたいのですが、1点目は、原委員が、先ほど公取の方は、こちらの自主行動基準の部分についてはほとんど情報がないというふうなご指摘があったんですけども、私の勝手な解釈ですけども、公取の最大の関心事というのは競争政策にあって、消費者保護という問題にほとんど注意を払ってないと思うんですね。これは消費者政策部会でも言っているんですけども、公取がこちらに移ってきたわけですから、消費者保護という機能をむしろ与え、補強してあげるべきではないか。

そうすれば、公益という問題と競争制限的な問題が対立したときに、公益の方にもうち

よっとウエイトを置いてもよいという判断ができるようになってくるのではないかと思います。法令を遵守しなさいということを会員に強制したら、それが独禁法違反になるというのなら、例えば独禁法を遵守しろということも強く言えば、これは独禁法違反になってしまうわけですからね。ですからもうちょっと柔軟に考えてもらうために、消費者保護を公取の1つ大きな柱にするという制度的な改革を考えてもらいたい。

それから、業界団体がペナルティーを課すという問題もありますけれども、例えばアウトサイダーがたくさんいる場合にはペナルティーを課しても、どうなんでしょうか、問題ないのではないのでしょうか。それぐらい厳しい団体であれば、その団体に加盟しているということは、その企業にとって競争力にもつながりますし、アウトサイダーの割合がどれぐらいだったら、そういうことが認められるのか、そんな議論も可能ならやったらいいと思います。

〔川本委員〕公取の方の話について言えば、公取の方は、今、消費者取引の研究会をつくって、アメリカ型のFTCをにらんで、もう少し独禁法、競争政策と消費者政策をリンクできないかと。なおかつ、景表法だけではなくてもう少し広い範囲で消費者政策をやっていけないかという問題意識で研究会をやられていて、もうしばらくすると、その趣旨の報告書が出るというふうに承知してしまっていて、問題意識はすごくあるのだと思いますね。ただ、行政の中でどういうふうになっていくのかというのは今後の問題なんだと思うんです。だから、問題意識はかなり共通しているのではないかと私は理解しています。

それから、アウトサイダーとか業界の事業者団体の問題なのですけれども、本筋としては個々の企業がきちんとやるのがあれでしょうけれども、業界団体がそういうのを音頭をとったり、そういう方向に持っていったり、あるいはそういうモデル的なものをつくれるならつくるとか、そういうのは実際問題としては相当有効ではないかと思うんですね。

それで、アウトサイダーの問題は物すごく難しいわけですけど、アウトサイダーとそうではない、一生懸命やっている企業とが一般の人にもわかるような、事業者団体の会員ですとかというのを、それを価値あらしめるものにして、もう少し消費者がいろんなことを判断するときの材料になるようにしていくとか、そういうのを今でも一部はなされているでしょうけど、もっと活用していけば、事業者団体に入ることのメリットが高まってきますし、そういうインセンティブをできるだけ具体的に考えていくのは業界にとっても非常に重要なのではないかと思います。

クレジットの話で言えば、ヒアリングのときに、日本信販がリーディング・カンパニーとして、いろんな内部の規則みたいな厳格なものをつくって、うちはそういうのでしっか

りやっているんですよというようなお話があったわけですが、なれば、それは大変結構なことなので、そういうリーディング・カンパニーというか、業界の中でもトップというか、指導的な企業があるとすれば、そういうところが内部的にしっかりやっているんですよというのではなくて、もう少し同業者にも消費者にもわかるような形で、そういうことをきっちり、なおかつわかりやすくやれば、その企業にもメリットが出てくるし、消費者にも出てくる、そういう工夫が事業者団体の中においてもそうだし、事業者団体と離れても、何かあり得るのかなと思います。

現実には日々に競争で凌ぎを削っているから、なかなか難しいところも一部あるかもしれませんが、また、それは業種とか業界、なかなか置かれている状況は個々の企業、業界によって違うでしょうけれども、一般論として、もう少しその辺が強調できるのかなという感じがしました。

それから、話がずれてしまうのですが、先ほど高委員が、「自主行動基準」という言葉でなくて、「消費者志向の自主行動基準」とか、何かそういう違う名称も考えられるのではないかという話がちょっとあったのですけれども、自主行動基準の中で、この委員会で一応射程に置いているような部分がどのくらいの割合を占めているのかというのが一人一人によってイメージが違うのだと思うんですね。

私は余りよくわからないけど、直感的に言うと、自主行動基準の中に消費者志向というか、消費者のための自主行動基準に当たる部分、あるいは関連する部分が7割か8割ぐらいはあるのではないかと。あと、ほかにプライバシーの問題、それから狭い意味の人権に関わる問題、環境、いろいろあると思いますけれども、自主行動基準のかなりの部分は、消費者に向けたというところでカバーされる部分があって、だから、余り名称を変えるのが、特に中間報告でも「自主行動基準」と言ってきたこともあって、その中でこういう部分をカバーしているという整理になっているんですから、何かもう少し工夫をしなければいけないところもあるかもしれないけれども、この委員会も自主行動基準の委員会であるわけですから、大きな名称は余り変えなくてもいいのかなという印象を持っています。

〔高委員〕もう議論し尽くされたことと言う必要はないと言われますけれども、今、言わなかったらもう戻ってこれないと思いますので申し上げます。自主行動基準といいますが、企業の方に聞いていただいたらいいのですけれども、やはりコード・オブ・コンダクトということで倫理綱領とか行動憲章を思い浮かべます。自主行動基準というと、今度ニューヨークに上場するときに、企業に求められる、策定しなければいけない基準だというイメージになっていくと思うんです。それはここで言う、消費者志向の行動基準とは違

います。

既にそれぞれの会社にある倫理綱領とか行動規範、これについても一回、たしかこの委員会で一覧をつくって紹介していただいたのですが、そのときも消費者志向に関する部分というのはほんのわずかでした。その部分が7割も占めるというようなことはありません。ほとんど別の事項が入っています。

だから、そういう意味で、ここで求める消費者志向行動基準というのは別物だというふうに私は思っているんです。ですから別であるということをごちゃんと明示してあげないと、いや、うちはまだ行動規範があるよとか、こういういらぬ混乱を招いてしまいます。あるいはうちは行動基準があるのだけどといっても、それは内閣府が言っているのとは違うじゃないか、おまえのところは行動基準に当たらないとか、こういう議論も出てくるので、概念を整理しておく必要があると思います。もちろん皆さん方、これには抵抗があると思います。この委員会の名前自身が「自主行動基準検討委員会」という名前で、そこで名前を変えるのは困ると言われるかもしれません。ただ、最終報告に向かってもう一度考えていただければありがたいと思います。

〔 鍋嶋委員 〕 企業で実際つくるといって話になって経験をしたのですが、「自主行動基準」という言葉をそのまま内閣府のこの委員会の気持ちのまま受け取る企業はないと思います。恐らく10分の1です。

経団連の行動憲章の第一項の「社会的な有用な財・サービスを安全性に十分配慮して開発・提供し、消費者・ユーザーの信頼を獲得する」。ここの部分だろうという話になるわけですね。

用語としては、その中で一番使いやすい、はっきりとわかる言葉、先ほど高先生がおっしゃった消費者志向行動基準、そういう言葉のわかりやすいものにした方がいいと思いますね。倫理綱領があって、その中の一部だよということだと思ってしまうのですが、明確に示さないと、企業として喜んで使わない。それでは何のための委員会かよくわかりません。

業界団体のヒアリングでは、皆さんつくっているのは非常にいいものをつくっている。いいものをつくっている団体の企業が悪いことをやっている。各企業に、全然浸透してないという感じを私は受けました。非常に腹立たしかったんですが、食品産業センターもいいものをつくっていますが、同時にハム業界がああいう状況になっている。浸透してないわけですね。それから、商品先物取引でも良いものをつくっている。それが全く浸透してない。それでは困るので、浸透させる方法を考えなくてはなりません。

今の状況では、業界団体の方には作ったものを浸透してほしいということを使うより

しようがないのかなという感じです。

〔 池田委員 〕今、お二人の委員の方が言われたことともう一つ違う側面から申し上げますと、論点1から4まで整理されているのですけれども、課題に対する解決策、社会的な対策という意味では、今のお二人の委員が言われたことをきちんと確定すれば、逆に対策が明確に出てくると思います。

したがって、現下の状況であれば、内閣府国民生活局が思っておられるような消費者との関係だけに限定する。それをまた基準の名称にも変える。あるいは逆にそうなってくると「基準」という言葉を使わずに「指針」というふうに変えてしまう。こう、もし続ければ、社会的な施策というものが自然に確定してくるのではないか。別の側面からそういう点を1点感じます。

あともう一点は、今、これと矛盾することを言うようなんですが、そうしてしまうと、社会的により良い、お互いの信頼をし合う社会をつくるためのせっかくの機会をなくしてしまうというもったいなさもあるなど、ちょっと1点目と違うことを言うってしまうのですけれども、そんな2点を感じています。意見まで。

〔 吉岡委員 〕いくつかあるのですけれども、まず「自主行動基準」という名称がどうかということにつきましては、できるだけ企業にも消費者にも理解できるような文言を使うということは検討しなければいけないと思いますけれども、実効性が上がる、あるいはそういう提言をしたことがかなりのインパクトになる、そういうことを考えて名称をどうするかということが大切だということが1つと。それからどんな名称になったとしても、内容を含めて周知・理解していただくような努力といたしますか、それが今後の問題としては求められるのではないか、そのように考えます。

一方では、「企業の社会的責任」というようなことが言われておりますし、その辺も含めて、文言の表現の仕方は考えれば良いと思うのですけれども、内容的に大きく変えることは無理だと思っております。

それから、雛型につきましては、私はつくった方がいい、あるいは必要だと考えます。と申しますのは、1つは組織率が非常に低い業界があると。そういう中で雛型が参考になる、そういうことも考えられますし、雛型をつくることによって周知をするという役割も果たすことができると思います。ただ、雛型のつくり方の問題はあります。あくまでも雛型なのだということがわかるようなつくり方をする必要があると、そのように考えます。

それから、アウトサイダー対策ですけれど、これにつきましては、1つはインセンティ

ブが働くようにするということがありますし、法的な措置を考えるということが必要になると思います。例えば独禁法絡みの問題ですと、あれは4条3号でしたか、全体の問題として消費者に誤認を与えとか、そういう問題については行政がやることもできるわけですから、その辺も含めてアウトサイダー対策を考えることが必要で、独禁法上、無理に入らなければいけないような形につくることはできないと思いますけれど、別の工夫ができると思います。

それから、もう一つ、例えば消費者政策の、今、検討しているような問題については、経済産業省、公正取引委員会等でもやっているわけですがけれども、私は横の連携がある程度とれているのではないかと思っていたのですけれども、原さんのさっきの話で、公取協が知らないという、そういうようなことだと、これは公正取引委員会自体の問題なのかどうなのか、その辺、わかりませんが、やはり横断的な省庁間の連携をとっていただいて、より良いものにしていく、そういうことが非常に重要だと思いますし、やはり根幹をなすのは、とりあえず消費者保護基本法、それをどう変えていくか、基本法の中にどう盛り込んでいくか、その辺のところは根幹にならなければいけないと考えております。

〔 坂東委員 〕今の吉岡委員と基本的には同じことですが、少なくとも様々なお考えがあるにしても、消費者に対するいわゆる自主的ルール企業の企業による表明が今必要であるという認識については共通なわけですね。問題はそれをどうやって具体化していくかということですが、先ほど来、議論のある「自主行動基準」という言葉そのものがどうかということとはともかくとしても、少なくともそういったもの、消費者法制、とりわけ今議論のあった基本法の中に位置づけていくという視点はとても重要ではないか。

そのことによって、今、我々が議論しているような自主行動基準というものが、消費者政策の中に位置づけられるものですよということをはっきりさせるという点からも、その議論を、これは消費者政策部会での議論であるだろうと思いますが、ぜひご検討いただきたいと思います。

〔 原委員 〕補足が2つと意見が1つなんですが、公正取引委員会が知らなかったかどうかというところは、私も公正取引委員会本体に聞いたわけではないので、ちょっと違っているところがあるかもしれませんが、昨日開かれた会合は、ここが考えているのと同じようなところで、競争政策だけではなくて少し公益とか消費者の観点で、やれることがないか考えてみようというので、すごくオーバーラップしているのでぜひリンクさせていただきたいということです。

もう一つ、雛型の話が出ていますが、私は中間とりまとめでの書きぶりがちょっと

違うのではないかと思うんですね。雛型を策定することが期待されるようになっていて、私としては策定そのものを否定するわけではなくて、策定の仕方、利用のされ方、そういったところまでの言及もすべきであるというのが言いたいところです。それが補足です。

それから、意見なのですが、今日論点4つということで、論点2を見たときに、一番最初の2行分が、会員企業が遵守するためには、どのようなことを考えたらいいか、この2行が最初つくられていたので、私の頭の中には、P - D - C - Aのサイクルを回すシステムをどのように構築したらいいのかとか、それから、社員の研修をどうしたらいいのかということが次の答えとして用意されているのかなと思うと、ここに書いてある、下の ~

というのは、遵守ではなくて策定のためにどうしたらいいかということしか書いてないというふうに思っておりまして、会員企業が策定するためには、この ~ ですけれど、遵守のためという、用意されるべき回答はまた全然別ではないか。システム構築の話ですとか、研修の話ですとか、情報の話になるのではないかなというふうに思って、ちょっと食い違うような印象を持ちましたので、その点も議論としてはつけ加えていただきたいと思います。

〔 タン委員 〕せっかく公正取引委員会の話とか独禁法の話が出てきましたから、恐らく二度とこの場で発言することができないので1つだけ言わせていただきたいのですが、さっき高先生の方から、公取が今までは基本的に競争政策を重要視してきて、余り消費者政策を重要視してこなかったという、誤解だったら申し訳ないですけども、多分そういうことをおっしゃったと思いますが、全くそのとおりだと思います。一方、ほかの委員の方から、公取がこれから消費者政策をやるといわれています。

それを聞く度、何回も聞いたことがあるのですが、実は私非常に不思議だと思います。なぜなら、今の六法、私の目の前にありますが、独禁法の第1条にこう書いてあります。

「独禁法は私的独占、不当な取引制限及び不公正な取引方法を禁止し～一般消費者の利益を確保するとともに国民経済の民主的で健全な発達を促進することを目的とする」、そういう法律ですから、無理に自主行動基準と独禁法の連携をしない方がいいとか、いろいろなご意見がありましたけれども、私は無理かなと正直にそういう疑いを持ちます。むしろ、公正取引委員会は原点に戻って、もう一度この独禁法の第1条の意義、意味について考えていただいて、その上で、本当に難しいのかについてもっと考えていただきたいです。以上です。

〔 田中委員 〕協会とか団体がいろいろやるときに雛型をつくったり、教育研修したり、いろんな手法があると思うんですが、もっとプラスの面を強調すべきではないか。例えば

推奨する、表彰する、褒めるという制度も入れた方がいいのではないかと思います。たまたま私どもの経営倫理実践研究センターも、5年たちましたので、いよいよ来週は5周年をやるときに、経営倫理努力賞で表彰しようということをやったんですね。

これで我々作業してみてもわかったんですが、どういうふうに行ったら非常に客観的にできるか。一定の仕組みがあって担保されてなければいけませんので、そういう仕組みや枠組みを10項目、100点になるようにをつくりました。第一のステップとして、各社に全部、自社で採点をしていただく。2番目、他社がどこの企業がよくやっているか推薦してもらう。3番目は、我々のセンターによりまず選考委員会が、今度自分たちがどこをよくやっているかというのを推薦する。4番目に、推薦された上位の企業の経営トップないしは準トップにインタビューして確認すると。その結果として、委員会として3社を決めて表彰しよう、こうしているわけです。

つまり、いろんな仕組みを協会がやるのであれば、雛型から始まって、体制づくりから何から、一応のことは全部ある程度枠組みを決めてやらないと大小にかかわらずできないと思うんですね。枠組みを決めてやると同時に、その中でよくやっているのは、こういうのをよくやっていますよという形で、褒めるというようなやり方をすれば、より一層インセンティブが上がって、真の意味の実効性上がるのではないかと私は思います。

〔 松本委員長 〕 どうもありがとうございました。論点1の方の議論が3分の1ぐらい入っていたかと思いますが、事業者団体あるいは事業者団体がお金を出した別の団体が自主行動基準を自らつくる、あるいはそれを会員企業につくらせるように雛型をつくったり、田中委員がおっしゃったように表彰したりするというようないろんな形で、我々が考えている、個別企業が自主行動基準に基づいた経営を行うように仕向けるといいますか、そういう点での役割が非常に大きいという点は皆さん一致していると思いますから、事業者団体、あるいは事業者団体が拠出した別の団体がどのような形でうまくこれを機能させることができるかについて、もう少し詳しく書き込みたいと思います。

その場合に、単に雛型をつくって渡すだけではまだ意味がないというのはたくさんの方がおっしゃったとおりで、自主行動基準はつくることに意義があるのではなくて、守ることの方にむしろ意義があると。いわゆるコンプライアンス経営なのだということから、雛型の場合でもそれを各企業が採用して守ってくれるところまで、雛型をつくったところが関与しないと余り意味がなくなってくる。団体がつくるということに意味がなくなってくるので、その辺の役割をきちんさせたいと思います。

時間がオーバーすると思いますけれども、あとその他の論点としまして、論点4に上が

っておりますので、これについてもどうぞご意見をお出してください。

〔 高委員 〕これは、中間報告の最後のところに対応するわけですね。それでいろいろ当面の課題とか、一層の検討が必要な課題ということで残していただいて、具体的に動き始めたのが、公益通報者保護制度と、先ほど板東委員から紹介ありましたけれども、ああいった格付け評価といったものだと思います。

あと、残っているものなのですけれども、ある意味で、ちょっとあきらめていまして、今後、一層の検討が必要な課題というのは、これは検討しないよという意味なのかなと感じております。つまり会が解散すればほとんど検討する人がいなくなるわけで、若干悲観していたんです。ただ、これを担保する意味で、「時代は大きく変わっている」と池田委員の方からも指摘がありました。

この流れの中から考えていけば、企業社会責任という問題を議論する場が内閣府の中にあってもいいのではないかと考えます。これは設置法の問題になりますが、そういったものを検討していただきたい。そうした場を設ければ、例えば、今、CSRの議論がISOなどでやられておりますけれども、そういったところにもコミットしていけるし、それからSRIという動きもございます。国民生活を豊かにするための金融の在り方などを議論する上でも、こういった担当部署が、もちろん、また、いらんことを言うなと言われるかもしれませんが、ひとつ最終報告にその必要性みたいなものを明記していただければありがたいと思います。

それから、もう一点、「連邦量刑ガイドライン」云々というやつですけれども、これは中央省庁のレベルでの行政処分ガイドラインといったものを政府部会で議論していただければと思いますので、もし、そういった文言を盛り込めるようであれば、最終案の方に盛り込んでいただきたいと思います。

〔 原委員 〕論点4ののところは、下に意見として出ているのが、参考8で、余り活用されていないというちょっと否定的なコメントしか出ていないのですが、今日午前中、金融の方で、有価証券報告書のディスクロージャーの検討をしていたのですけれども、今後、いろんな形で、これは商法とか会社法との関係になるので、私も法律は専門家ではないのでよくわからないのですが、できるだけそういう企業の情報を、リスク情報に限らず全体的な経営情報を開示していこうという方向になっていて、そういう中でも、私はかなり活用されていくようになるのではないかというふうに考えております。参考8の否定的な意見だけでは、先がまるでないように見えるので、ぜひ追加として入れていただきたいと思っております。

それから、同じような感じで、 のところも苦情のことだけ書いてありますけれども、苦情だけではなくて、もっと積極的に消費者の意見の反映ということも当然考えられると思います。以上です。

〔 吉岡委員 〕「連邦量刑ガイドライン」のことに関わり合いがあると思いますけれども、事業者の悪質な行動に対しては懲罰的な賠償を考えるという、そういう考え方をぜひ導入するべきだと思います。

〔 松本委員長 〕ほかにご意見ございませんか。あるいは最初の話に戻りますけれども、最終報告に向けて、こういうイメージがいいのではないかというようなものを、今、すぐ思いつくようなことがございましたら、ご指摘いただいても結構ですが、田中委員、どうぞ。

〔 田中委員 〕先ほど来、稲岡委員からもっと短く簡単にというようなことがありました。もちろん、そういう側面もあるかと思いますが、経営者のトップが見るだけでなく、部長クラスの実務家が見て役に立たないとダメなものですから、最終報告というのもある程度のページ数がないといけないと思うんです。しかし、簡単でわかやすいというののもっともな話ですから、例えばこういうのをまとめるときに、いわゆる要約版的なものを上に載せて、それでその中で大分本音がわかるようにする。一方、細かいのは、最終報告に書いてあるというようにしたらいかがと思うんです。

その一例としまして、我々が以前検討しているときに、A3にどういう中間報告の内容が入っているかについて全体像の一覧表を出していただきましたですね。そういうのを1枚添えて、一番上の方にA4、1～2枚の要約があるということでも十分ではないかと私は考えております。

〔 山本（豊）委員 〕ただいまのご意見に関連しまして、わかりやすさで言えばイメージ図ですよね。特に先ほど来、社訓、倫理綱領、自主行動基準、さらに消費者志向行動基準というご提案もありましたが、それらの関係は中間報告でも、ちゃんと書かれているし、我々も議論したはずなのですが、なお、わかりにくいということであれば、そういったイメージ図のようなもの、当委員会の何回目かの会合で示されたピラミッド図のようなものを工夫されてお示しするというのが1つ考えられるのではないかと思います。

〔 鍋嶋委員 〕今のお話に、現実に企業でつくる場合にピラミッドを私は利用させていただいたのですが、あれを示してやっとわかるという感じですね。やはり絵が必要なのかなということと、田中さんがおっしゃったように、私は作り方は項目でいいかもわからないという形の簡単なもの、一目でこれは何だということがわかるものが必要だろうな

と思います。

〔 松本委員長 〕 それでは、大体本日の意見は出尽くしたようで、まだ出尽くしてないかもしれないですが、いろいろなたくさん意見が出されましたので、事務局としてそれを1つにまとめるのはなかなか大変なことかと思えますけれども、次回に向けてきちんと整理をしていただきたいと思います。

それでは、事務局の方からどうぞ。

〔 中村消費者企画課長 〕 それでは、次回の連絡でございます。次回でございますが、1月29日（金曜日）の14時～17時、本日と同じこの会議室での開催を予定しております。今日いただきましたご議論も踏まえまして、また委員長ともいろいろ相談をいたしまして、最終報告に向けての議論をしていただきたいと思います。詳細はまた後ほど事務局からご連絡を申し上げますので、よろしくお願い申し上げます。

〔 松本委員長 〕 それでは、本日も長時間にわたりまして、ご熱心に討議をしていただきまして誠にありがとうございました。これで閉会といたします。