

第4期消費者基本計画のあり方に関する検討会
第7回議事録

消費者庁消費者政策課

第7回 第4期消費者基本計画のあり方に関する検討会
議事次第

日時：平成30年5月29日（火）13:00～

場所：中央合同庁舎第4号館 1214会議室

1. 開 会

2. 議 事

（1）有識者等からのプレゼンテーション

（2）その他

3. 閉 会

○河内課長 定刻となりましたので、第7回「第4期消費者基本計画のあり方に関する検討会」を開催いたします。委員の皆様には、御多忙のところ、御出席を賜りまして誠にありがとうございます。本日は、国立研究開発法人理化学研究所革新知能統合研究センターグループディレクターの中川様にお越しいただき、プレゼンテーションいただくこととなっております。御対応くださいます、ありがとうございます。

なお、阿部委員、小島委員、首藤委員は、本日は所用により御欠席、川廷委員につきましては、遅れての御参加との御連絡をいただいております。

それでは、これからの進行を山本座長にお願いいたします。

○山本座長 本日もよろしくお願いたします。

まず、配付資料の確認を事務局からお願いいたします。

○澤野企画調整官 配付資料の確認をさせていただきます。

お手元にお配りしております配付資料一覧とあわせて御確認をお願いいたします。

議事次第がございまして、座席表。

資料1といたしまして、中川様からのプレゼン資料。

資料2は、消費者庁から国際的動向についての御紹介の資料。

資料3は、法政大学の澤先生に御寄稿をお願いいたしまして、御提出いただいた資料でございます。

参考資料として前回の概要がございまして、委員の方々のみへの配布で恐縮でございますけれども、山本座長、中原座長代理から本日、コメントを若干いただくという形になってございまして、その1枚物を頂戴してございます。

落丁等ございましたら都度で結構でございますので、お申し付けいただければと存じます。

以上でございます。

○山本座長 それでは、議事に入りたいと思います。

本日は、資料1について中川様に、資料2及び資料3について事務局にそれぞれ説明をお願いしております。資料1及び資料2については、それぞれ20分程度で御説明いただいた後、10分程度、質疑応答の時間を設けたいと思います。その後、資料3については5分程度で御紹介をいただくことを予定しております。

また、本日の検討会で各委員や金融、AI等の専門家の方々からのプレゼンテーションが一通り終わりますので、最後に第4期消費者基本計画に関して、これまでの検討会を通じてのコメントを座長及び座長代理から述べさせていただきたいと思います。

その後、全体について質疑応答の時間を設けたいと考えております。

それでは、まず中川様から資料1につきまして御説明をお願いいたします。

○中川氏 資料1の下のところは所属が書いてありまして、理化学研究所革新知能統合研究センターという大変長い名前なのですが、人工知能に関する研究をしておりまして、その中で三つグループがあるのですが、私は社会と人工知能の関係に関するグループのグル

ープディレクターをしております。

実は消費者政策という感覚がよくわからなかったので、手前勝手な書き方をしてしまったので、ほかの資料を拝見いたしましてちょっと話す順番を変えたほうがいいかなと思いましたが、資料の22ページ、ちょっと先へ行きますが、この点が重要かと思いましたが、お聞きいただければと思います。

データというものがたくさんの巨大なIT企業に囲い込まれておりますという左側の絵なのです。Google、Facebook、Amazon、Appleがそういうやり方をしておりますが、こういった会社はいずれも個人の消費データを含めまして、個人のデータを自分のところで囲い込み、それを利用してお金をもうける。多くは購買履歴を見て、次にどんなものを売ったらいいかというような宣伝を個人に送りつける、ないしは個人のアクセスしたホームページで見せる。そのようなことでお金をもうけている。お金の収入源は広告ビジネスにあると言ってよいと思います。

Amazonはその他に物流であるとか、あるいはクラウド、Amazonクラウドは世界で一番大きいような感じがしますが、そういったことで行っていますし、Appleは実際にスマホを売ったりしているのですが、かなり消費者からのデータをフィードバックしてそれを使っている。Google、Facebookに至っては、まさに消費者の行動をデータとして利活用する。こういうことでデータがどんどんこういったIT企業に囲い込まれている状況で果たしていいのだろうかという危機感を持つ人は多いのですが、特にEUでは自分たちが、日本も大事なのですけれども、こういったGAFGAのような大きなIT企業を持っていないので、何となく奪われる一方であるというような感覚が強くて、それに対して別のビジネスモデルはないものだろうかということです。自分の個人に関するデータ、購買の履歴あるいは金融データ、医療情報データといったものを自分が管理する。人に管理されるのではなく、自分が管理する。そして、それを使いたい人には契約によって使わせてあげますというようなタイプのMyDataという名前をつけておりますが、そういうビジネスモデルを模索しようという動きがここ3～4年、大分出てきております。

背景なのですが、既に次のページにまいりまして背景のところをお話しした状況ですが、EUはGDPRが25日に発行され、実際にエフェクティブになったのですが、そういう法律的な反撃というのをアメリカに対してしております。GDPRはいろいろなことが言われますが、本音を言うと対Googleの武器の一つであるという感覚は非常に強いようであります。

法律的な反撃はできるのですが、それだけではEUの産業は育ちません。同時にEUのプライバシー、人権とかこういったあたりはEUの得意技なので、それと絡めまして個人情報もきちんと大きな企業に取られ放題というのではなく、ちゃんと管理する。それに、そう言っただけではだめなので、産業を興さないで低落するだけなので、どういう産業を興していったらいいかというようなことを、かなり一生懸命検討しているというのが現状であります。実際にこのMyDataという名前の会議が今年も開かれて、今年で4回目になります。

次のページを見ていただきます。実はこのMyDataを実際にどうやって実装するかという

のがパーソナル・データ・ストレージという24ページのところになります。個人のいろいろなデータ、医療履歴、購買履歴、行動履歴、いろいろなデータがあります。こういったデータを個人が持つということを考えていいのですけれども、今、スマホも非常に強力なので、全部自分のスマホに入れておくこともできます。が、さすがにそれは面倒くさい、あるいはスマホを持っている人ばかりでもない。パーソナル・データ・ストレージと書いてありますが、これはPDSという名前のものでありますが、個人のデータストレージをクラウドですね。これはドロップボックスであったり、Googleドライブであったり、そういった大きな会社がクラウドストレージの提供をしておりますので、そこに乗せましょう。ただし、他人に読まれないように自分の暗号キーで暗号化しておく。そして読みたい人には、許可のもとに暗号キーを教えてあげて読ませる。

これは誰に読ませるかという、この個人データ、消費の履歴であるとか、行動の履歴であるといったことから、ホテルであったり、店であったり、いろいろその人にアクセスしたいという要求が来ると思われまふ。金融機関からも当然来るでしょう。それを仲介してあげて、こんなサービスがありますよということを個人に教えてあげて、個人が納得すれば納得した上、つまり契約に基づいてデータを相手に渡し、そして、サービスを受ける。この仲介業者が必要になります。実は人工知能というのは、恐らくこの仲介IT業者と書いた部分で効果を発揮すると思ひます。

実はこういうサービスはまだほとんどございません。私はこういったサービスについてCOCONというところで3～4年間にわたっていろいろ業界の人と一緒に研究をしました。仕掛けは分かるのだけれども、マネタイズの方法がよく分からないというのが最大の問題で、なかなかいいものが見つかりません。そういったことが問題になりまして、今のところ動いていませんが、私たちのセンターでは医療情報をターゲットにしてやってみてはどうかということで、少し社会的な実装も含めて進めています。こういった形になりますと、個人が自分のデータを自分で管理し、それを使わせてあげてサービスを受けるという、かなり消費者とサービス提供側とが対等な関係で渡り合えるということで、今のようなお仕着せのサービスを嫌なら使わなければいいよという感じで向こうが高飛車に出てくるというようなことを大分緩和できるのではないかと。

そのときに重要になるのは、自分のデータというのを、あるサービスが気に入らなければほかのサービスに移動することができないと、これは寡占化してしまいますので、自分のデータをあるサービスから別のサービスに移動できることが必須です。これがいわゆるデータポータビリティという概念です。データポータビリティについてはいろいろほかの資料にも書いてありますが、実はここの部分でいいサービスをサービス提供側は競うという側面が出てくる。これはデータポータビリティの為せる業です。

こういったシステムが全容なのですが、これに関しては技術的にもいろいろやらなければいけないということを下のほうに書いてありますが、スマホから自動的にアップロードする、あるいは病院から自分のところに戻して個人データとしてアップロードするとか、

病院間でデータをやりとりしてもらおうとか、これはいろいろなやり方があるのですが、自動アップロードに関連、データの移動に関する技術、それから、当然個人のキーで暗号化する暗号化、セキュリティー周りの技術。それから、スマホ会社、PCとかそういったもののベースに個人というものを認識しなければいけないのですが、実はインターネット上での個人のID認証というものが重要になります。それに関してAPIを見る。自分が他に対して自分のデータをオープンにする、API of Meという言い方をしますが、自分独自のAPIをつくらといったような技術。

仲介IT業者に関しては、利用のログをとっておくということが信用を得るために非常に重要であり、何かまずいことが起こったときにトレースができないといけないということで、流通経路のトレース、利用ログ。それから、データの形式が統一されていないと、いろいろな使い方ができない。例えば自分の購買履歴であっても病院も使いたいかもしれない。銀行も使いたいかもしれない。ホテルも使いたいかもしれない。つまり、データの形式が統一されているということが、自分のデータを有効に利用していいサービスを受ける、ないしは事業者側にもビジネスチャンスを広げるという意味で非常に重要で、ここが私の今までいろいろな経験からすると、統一データ形式がとれないためにぼしょっているアイデアがいっぱいあると思うのです。結局、データポータビリティは統一データ形式ができていないと可能ではないわけでありまして、統一データ形式ができた上でデータポータビリティという概念に至るということです。

ちなみに、この点に関してはGDPRではちゃんと触れておりまして、比較的容易なやり方でちゃんと自分のところでダウンロードでき、移すことができる。データポータビリティは20条です。そんなところに既にEUでは先行して法律までつくっているという状況になります。

ということで、大体の技術的なポイントはお話いたしましたけれども、次のページに行きますと、もう少しプラスアルファで書きました。個人のIdentity認証の技術はいろいろございまして、実際に既にスタンダード化されて使われているものもありますが、実は自分のデータがどう流れたか。つまりデータが無限にコピーされてあちこちに出回ってしまっちは、特定の相手に契約して使わせてあげることが有名無実になる可能性があるのです。お金と同じように、お金が2倍になるというのは偽造通貨を半分つくったということになるということで、つまりお金は自動的に増えません。つまり自分の個人データの無限のコピーを許すようなことではなく、ちゃんとその流通量をコントロールすることが必要なのです。そこで実はFintechで使われているブロックチェーンというものは、お金は自動的に殖えないというこのことを確保しておりますが、実はそういう使い方ができるのではないかというようなことを考えております。

ただ、そこまで物を考えてFintechないしはブロックチェーンをかみ砕いている人は余りまだいないのですけれども、もし個人のデータを本気に自分が管理したく、流通まで管理したければ、実はそれをサポートする技術としてブロックチェーンというのは有力になる

かなど。それ以外にはプライバシー保護として暗号化とか、自分のデータや多数の人のデータをいろいろな統計の計算をするというときに、個人のデータを直接見ることなく、統計的な処理だけは暗号化したまま行ってしまうという技術もあるのです。そういった技術がありますから、暗号化されたまま計算ができてしまうということは、中が全然分からない状況でできますので、そういった技術はここ15年くらいの間にかなり成熟してきております。ただ、スピードが余り速くないのが問題です。

それから、あとは公平性と透明性の確保手段。日本の場合は単一民族でありまして、人種が問題にならないのですが、ヨーロッパやアメリカでは公平性は非常にセンシティブな問題でありまして、個人のデータが使われて結果が公平であったかどうかということは、技術的にも非常に研究が進んでいる。日本でもやっと人数的に言って3～4人の研究者が少し始めたかということで、日本はこの分野は非常に遅れている状況です。

ですから、これが個人のデータを個人管理してサービスを受けるというタイプのビジネスでありまして、これがもう少し進むと、最後の26ページになりましたが、Digital Persona、個人データ個人管理をより徹底する。つまり妊娠してから墓場までをカバーするAI代理人が重要になります。先ほど言ったようないろいろな技術的要素は、一般の普通の消費者にはなかなかハードルが高い。したがって、そういったことを自分のかわりにやってくれるAIの代理人、AIエージェントのような概念が導入されざるを得ないというか、MyDataのような形のビジネスモデルが普及するためには、絶対にこのAI代理人が必須だろうということに思い付くわけです。

現実にIEEEという世界最大の工学系の学会で人工知能倫理基準をつくっておりますが、その中でも個人のデータに関しての章があって、そこではAI代理人ということきちんと出しておりまして、出産以前のヘルスケアから市民権の獲得、就学、移動、国境を越える場合もこれは使えないといけません。immigrationするときにも使えなければいけない。あるいは消費行動。IoTとかウェアラブルデバイスがどんどん出てきているので、そういったものも実はちゃんとその傘下におさめていないとまずいなど。それから、SNSやデジタルメディア、職業訓練、社会参加、契約、事故対応、保険、金融、最後に死んだときにデジタルの遺産というものが非常に問題になっておりまして、そういったことまでカバーしてくれるAIの代理人というのができ上がって、初めて実は先ほどお話ししたような理想的な個人データを個人で管理する、消費行動を行うということに関連するということです。非常に理想的な話をしましたが、技術的に可能ではあると思うのですけれども、かつ、研究的にもおもしろいと思うのですが、マネタイズできるお金のもうかるフィールドでうまく作れるかというのが最大の問題点になってくるので、これを消費者という視点からどう捉えていったらいいか。消費者にとって非常に有意である。有意であるためには、面倒くさくないということが大切なので、そのためにAIを使いますというストーリーになっていたのですが、こういったストーリーが学問の世界では考えられているということを御紹介いたします。

これらが一番近いところの話でございまして、その次に近いのは、恐らく法制度とプライバシー保護という13ページからの部分で、これに近い内容のことは国際動向等にも書いてあるのが散見されますので、これについては私の調べた範囲で簡単に説明させていただきます。

個人データ保護の流れなのですけれども、これはインターネットの普及によってデータ主体である個人情報、個人データが氾濫してしまう。プライバシー保護をしなければいけない。EUの動きとしては、かれこれ1983年だったかな。OECD 8原則というものがあって、種々のプライバシー保護法制の基礎になっています。今、GDPRができましたけれども、それ以前のEUのデータ保護指令の段階でも、実はOECD 8原則とかなり似たような感じになっておりまして、日本の一代前の個人情報保護法もOECD 8原則を相当参考にして書いています。

ただ、この時代は1980年代ですから、あまりインターネットがどんなものかわかっていなかったということもあるので、インターネットの時代に即した形で書換えをしましょうというのがGDPR (General Data Protection Regulation) です。これが25日に施行になって、かなり日本の企業は影響があるのではないかと騒がれています。今ごろになってそんなこと騒がないでくれよなど専門家からすると言いたいのですが、日経新聞でも取り上げられたり、課徴金の額が売上高の4%と来ますから、相当大変なことを言っているのですが、これに関しては御存じと思いますが、EUから見て十分にプライバシー保護がきちんとできた国に関しては個人データの国境を越えた、EUから外に出すことができるということになっておりますが、個人データの保護の充分性認定を受けていない国には基本的には出しませんというのがこのGDPRというところです。

日本はどういう状況かといいますと、GDPRから見て充分性認定を受けていません。いろいろと調べるとなかなか難しそうである部分があります。ですからEUで商売している企業がうっかり個人情報を日本に持ち帰ってしまったらすると、うっかり持ち帰るとするのは相当危ないことなので、実はクラウドが日本にあって、そこに通信回線経由で送ったって、これはうっかり持ち帰ったか、意図的に持ち帰ったか、という問題がおきます。いずれにしろEUの規制の対象になるように危険な状況があるので、企業さんは戦々恐々として慌てて弁護士さんに相談に行く。ですが、弁護士さんもこういうことのプロがそういるわけがないので飽和状態で、どこか一つや二つは課徴金を食らうかもしれないという話を仲間内ではしておりますが、アメリカのほうがもっとシビアで、GoogleやFacebookあたりに対してはEUがすごいGDPRをベースに動いて、いろいろな動きをしてけんかを吹っかけている状況に既になっているような感じがあります。そういう政治的な手段としてEUはGDPRを使ってまいります。

よく誤解されているのは、匿名化処理です。匿名化というのは個人の名前であったり、氏名、住所、そういったようなことを消すという程度のことで、個人情報ではなくなってしまうえば自由流通できると思っている人もいるかもしれないのですが、それによっても実

は全然個人情報でなくなったということはない。つまり、医療履歴であれば希少疾患では疾患名が分かっただけで個人に辿り着くことができることがあります。仮に移動履歴があつてSuicaのデータは有名ですけれども、Suicaのデータを2、3日分ちゃんと追いかけると、その人がほとんどユニークになってしまうのです。ですから、こういったところの学校に通っていますとかいうことをストーカーが追いかけられる状況になる可能性があるのです。そういう状況なので、実は名前を消すぐらいでは全然自由流通できるような状況になりません。

基本的にEUの立場は、こういった安易な匿名化处理で個人データを自由に流通させるような形の匿名化手法はございませんと言っています。したがって、個人データの流通というのは二つの方法が考えられて、一つは事業者の説明責任。これをきちんと説明した上でデータ主体である個人が同意をする。ただ、この同意がまた厄介でございます、同意には皆さん御存じと思いますが、暗黙の同意とexplicitと2種類あるのです。暗黙の同意というのは、何もしなければ同意したことになりますよという話。explicitの同意はクリックしたら合意したということになりますよという話。ところが、実はこれ文章を最後まで読み切つてクリックする人はほとんどいないのが実情で、実は最後まで読み切つたらどうなるかと調べてみると、年間二百何十時間を使わなければいけないというような状況だという話でほとんど無意味。同意文書もあちこちからコピーでつくつたらしいとか、いろいろ笑ってしまうような話もある。

いずれにしても、同意というものの有効性が非常に疑われているということがありますので、これを消費者的に見てどう考えるかというのは議論しなければいけないのですが、同意と本当に契約の当事者同士が合意したかということは違うことなのです。この辺が日本では非常にいいかげんになってしまっている。法律家も民法を非常によく御存じの方は、この二つを使い分けるらしいということを最近知ったのですが、なかなかプロでも使い分けにくい言葉らしい。ですから同意というのは言うは易く実態は非常に難しい。

そのあたりをどうサポートしていくかということも、実は個人のデータを先ほど言ったような形で扱う消費者という観点から、非常に重要な問題として出てくるわけです。それ以外に同一の個人のデータを同一業者が囲い込むことを許しません。個人に還元できませんというのはGDPR第20条のデータポータビリティ権に反することになります。

一方、アメリカではプライバシー保護のための連邦法はないのですが、州法としてはカリフォルニア州で非常に先進的な法律がいっぱいあります。オバマ政権のときに消費者プライバシー権利章典というものを2015年に出しているのですが、連邦法にはなっていないし、オバマのやったことはみんな潰すというトランプ政権の状況では、これが連邦法になることはほとんど話題にも出ません。ただ、アメリカの場合はFTC (Federal Trade Commission) を商務省が個別に管轄しておりまして、これは非常に強力でありまして、雰囲気としてはどうも私の聞いている範囲では日本の公正取引委員会くらいのものであります。ただ、人数的にも専門レベルが非常に高いレベルの人がそろっているらしい。

FTCの3要件というものがあまして、御存じと思いますが、要するにこの3要件を満たすと個人のデータを第三者へ移転することができます。ただし、FTC5条というものがあって、これで文句があれば調停や課徴金を課すこともできるという実効性を持ったものを持っていますから、非常に強力でありまして、日本に比べると何も規制がないように言う人が多いのだけれども、実は日本よりは個人情報保護の仕掛けというのは非常にすぐれたものを持っていると言えるようです。ちなみにFTCへ文句を言ってくるのはどのくらいあるかアメリカの人に聞いたら、月1,000件以上あるという話を聞いています。

個人データ保護の流れとしては、日本では2015年に改正されまして、そこで匿名加工情報というのがありました。これは匿名加工情報というある程度特殊な処理をすると、第三者へ移転してよいということで、データの利活用を図りましょうという格好で、単に名前を消すだけではなくて非常に複雑な処理を要求されます。ただ、個人情報保護委員会は処理の大ざっぱなところは決めましたけれども、詳細のアルゴリズムとか技術的な詳細は決めていません。決めていませんというのは、意図的に決めていないというよりは、むしろ決めることができないと思うのです。つまり医療データと購買履歴と移動履歴と全然違う状況ですから、それに対して同じ匿名加工の基準というものを適用することはできないと思うので、分野ごとにきちんと一つ一つやっていかなければいけない。したがって、匿名加工情報は概念としてはよろしいのですが、実際に動くかどうか、まだ予断を許しません。ちなみに約400社ほどの会社が匿名加工情報に興味を持っていて、使いたいということもJIPDECの調査から聞いております。ただ、その人たちが本当に使うかどうかというのはこれからです。

それから、世界的な潮流としては、忘れてはならないのは忘れられる権利でございまして、自分の過去のまずい履歴を検索エンジンで探せないようにしてほしい。これは既にEU司法裁判所でGoogleに対して裁判を起こしたのです。Googleが敗訴となっております。Googleが敗訴になった結果、EUではその後1年間ぐらい、おおよそ100万件ぐらいの忘れてほしいという要望がGoogleに対して出された。EU在住の原告が裁判で勝っていますからGoogleは何とかなければいけないわけなのですが、ただ、忘れられる権利は言われたらみんな消せばいいかということ、そうはいかないわけで、政治家であったら過去の汚職履歴を消していいかと言われたら、これはやばいだろうということで、実は忘れられる権利は忘れていい場合といけない場合と比較衡量が要るのです。したがって、これは法律的な問題になるので、幾らGoogleでもそんなにいっぱい法律家は雇えないでしょうというようなことになるのです。

では、どうしているのだろうかということで、仮に私がGoogleに勤めていたとすれば、恐らくある程度は人間の専門の法律家が裁きますが、それで学習データがたまったら、こういう場合は忘れていい、こういう場合は忘れてはいけないよというような学習をAIにさせて、できるだけ人手を離して機械的に分かる部分はぱっぱとやってしまう。どうしてもわからなくなったところだけ法律家がお出ましになるというようなシステムにするだろうと

いって、Googleの方に聞いたら、そのとおりですよとGoogleが言っていました。つまり、こういう分野は日本は全然経験がないのです。Googleのようなレベルの経験がありませんからこういったようなことがもし仮に日本で起こると、日本のIT産業さんたちはGoogleのような対応を果たしてできるだろうかということは、大変疑問を持っています。

ちなみにYahooでは、Googleよりはるかにきつい個人データについての利用規則みたいなものを打ち上げて逃げようという感じがしていますが、果たしてそれでうまく逃げ切れるかどうかは予断を許しません。つまり、技術的なレベルでいくとやはりこのテーマに関してもGoogleには差をつけられていると思わざるを得ないということです。

次はDo Not Trackですが、これはプロファイリングするときに自分のデータを追跡しないでくれという権利ですが、これはしょっちゅう言われているのですが、全然実現していませんというのは、先ほど言ったITジャイアントのやっていることをだめという言い方をしているのです。だからDNTは言うだけ言ったけれども、全然実現していないということです。

プロファイリングに関してなのですけれども、ここにFacebookの例を出しましたが、Facebookはここで例を出すまでもなく、最近叩かれまくりまして、相当あこぎなことをやっておったことが分かって叩かれて、ただ、あれは黙ってクリックして同意してしまったというところに問題があって、私はFacebookは怪しい雰囲気を感じて最後まで同意文書を読んでみたのです。そうしたら最後の段階で第三者に提供することがありますと書いてあるのです。だから実はFacebookに文句を言うというのは、なかなかそういう意味では難しい。ちゃんと読んでいなかったのでしょうかと言われそうです。

ただ、その先が問題で、それを悪用したという形になってしまったのがアメリカで炎上してしまった理由で、トランプ政権の選挙に使って個人の有権者のプロファイリングから、この人をターゲットにして説得に行けばいいという戸別訪問のターゲットを決めるみたいな話をやっていたという話があって、そのあたりで非常に議論を呼んでしまったというふうに言われています。実際はFacebookの個人プロフィールがロシアに渡ってしまったことが批判されているわけですが、プロファイリングというのはそのようなことができますから非常にある意味、危険な情報だと言えるので、例えばイギリスでは90%ぐらいの人がプロファイリングデータのプライバシーを非常に心配しています。

そういうことに対応して、GDPR22条ではプロファイルされた情報に基づくデータ主体への計算機処理による判断に服さなくてよい権利というものを権利として出しました。ただ、これをどうやって実施するかは非常に難しい問題で、今のところ人間が一応目で見ただけのことしか言っていないのですが、ただ、こういう先ほどの忘れられる権利にしる、プロファイリングに服さなくてよい権利にしる、消費者側がいろいろなことを言い出してきたときに、企業側がどうやって対応していくのだろう。この辺は日本の企業は少し危機意識が甘いかなという気がしないでもないのです。日本の消費者はおとなしいから余りそういうことは言わないだろうと思っているかもしれないのですが、その辺については疑問が

あります。

ということで、あとは最初の方から書いたことは人工知能に関連したことですが、書き過ぎたので、時間も経ちましたしこの辺で大体やめにします。ただ、一つ自動運転という話がちらっと出ていたので4枚目を見てくださいと、自動運転というのはかなり重要な技術で、90歳のおばあさんが人をはねて殺してしまったとかいう話が出ていますけれども、自動運転というのは高齢者がどんどんドライブする状況では、ますます日本ではneededな、本当に必要な技術になってきていると思うのです。

ですが、車メーカー、日本のメーカーに限らずレベル3という、ふだんは自動運転なのだけれども、いざというとき人間が代われますよというようなタイプのレベル3というものがあるのですが、これはかえって危険だということは大体プロはわかっている、危ないなと思ったときに急にハンドルを渡されたってうまくいくわけがないです。これは保険業界もレベル3って危険ではないかということ認識しているのです。レベル3というものを自動車業界がレベル4やレベル5に行く自信がないものだから言っているという状況なのですが、レベル3というのは逃げ口上を与えて引き延ばしを図っていて、かつ、現実的にも危険性がある。

むしろこれは例えば高速道路であるとか非常な僻地であるとか、そういう特区みたいな形で場所を区切って自動運転を少しずつ入れていくほうが、むしろ現実的でしょうということ、消費者の目線から言えばそのほうが使いやすいだろうなということです。それもあちこちで言っておりますが、そんなことですかね。少し時間オーバーをしてしまいましたが、以上、人工知能というより私自身がデータの転移、流通といったこと、あるいはプライバシーに興味があるものですから、そちらの方向からの資料となりました。

以上です。

○山本座長 ありがとうございます。

それでは、ただいまの御説明につきまして御質問等がありましたらお出しただけければと思います。

千葉委員、どうぞ。

○千葉委員 私は民法をやっておりまして、法律家ですが、大変今日は興味深いお話をいただきまして、ありがとうございます。

まず分からないことを2点ほど、私の理解でなかなか理解が追いついていないくて。

○中川氏 私が間違っているかも分からないです。

○千葉委員 いえ、むしろ理解が追いついていないところがございますので、その点についてお教えいただきたいと思います。

24ページになるのですがけれども、先ほどデータポータビリティの考え方について、どこのところでデータポータビリティの問題が出てくるかということについては、ある程度理解ができたように思うのですがけれども、APIとデータポータビリティの関係について、もう一つ理解ができていないものですから、前回、Fintech協会の方が実は今日と同じよう

にプレゼンしていただいたのですが。

○中川氏 銀行APIの話がされたかなという気もしますが。

○千葉委員 APIについてデータポータビリティとの関係性が余り十分に理解されていない御発言だったものですから、この点について専門的な視点からすると、特に日本では今、Fintech関係のところAPIの話が進展しているところですが、APIとデータポータビリティの関係について、1点目としてはもう少し素人にわかりやすく説明していただければありがたいと思います。

○中川氏 例えば銀行のAPIは、銀行がどのようなインターフェースをつくれば、銀行の個人データを引き出せるかというインターフェースの規定をしてくれているのです。それに沿ってプログラムをつくればよいという格好が銀行のAPIです。

このAPIの意味は、自分のデータをどういうふうなデータの出し方をしていますかというインターフェースを決めるのが個人のAPIの意味なのです。そのインターフェースは各個人に共有したような、皆さんが同じ個人APIを使ってくれば、個人のデータを企業なり金融機関なり何なりが使うときにも一つのプログラムで取り出せます。それがばらばらに、個人がばらばらなインターフェースを持っている。つまり個人ごとに別のAPIだと全然取り出すほうの手間がかかり過ぎてしまって、データの利活用もできない。したがって、自分のAPIを余り今まで意識していなかったのですが、他人も、たくさんの人が使うんだというイメージで自分のAPIを設計すべきですよという話です。

○千葉委員 自分のとおっしゃった、自分のというのは。

○中川氏 自分のというのは、自分のパーソナルデータがスマホに入っているものでもいいですし、あるいはどこかクラウドに入っているでもいい。それに対してどういうアクセスをしたら何が出るか。例えばデータの1番目は氏名ですとか、データの2番目はマイナンバーだとか、データの3番目は金融情報で、その下がいろいろまたある。そのような取り決めです。そういう構造をきちんと決めておかないと、プログラムをつくってそれを使いに行くことができない。

○千葉委員 そうすると、素人的に言いますと、APIがばらばらであると困るので、それを包括するような共通項が必要だと理解してよろしいですか。

○中川氏 まさにそういうことです。

○千葉委員 その共通項の理解の上に、各種のサービスのところに入っていくと、アクセスができるという状態のほうが。

○中川氏 企業側から個人にアクセスができます。

○千葉委員 そういうことですね。

○中川氏 個人側から企業にアクセスができますというのが銀行のAPIで、その逆の方向にもAPIが要ります。

○千葉委員 なるほど。業者さんのほうからも同じことですね。理解ができました。

二つ目ですが、同じようにこれは何か所か出てくる話なのですが、問題としてむしろお

伺いたいというところでは25ページのところで、先ほどブロックチェーンによる個人のIdentity認証等の関係で、個人データを無限に利用させるということは、お金の価値を二度利用させるようなものだというお話がありまして、流通を管理するまで考えるのであれば、この二重利用を認めるべきではない。これを回避するためにブロックチェーン技術が有用ではないかという話を伺ったように思うのですけれども、法律家としての理解からいたしますと、データと情報というものをこの議論では余り分けて考えていないのではないかと感じておりまして、多分、法律家的な、特に環境なんかのところ最近言われていることの前提に立ちますと、データというのはかなり生の状態だと思うのですが、それをある種、情報というものにして、さらに知財まで持っていくのだったら、それがさらに知識になるというような展開の過程があると思うのですけれども、ここで問題になっている個人データを無限に利用することを認めるべきではないというのは、情報のレベルの問題であって、個人データの問題ではないのではないかと感じるのですけれども。

○中川氏 個人データと個人情報の定義の問題ですね。

○千葉委員 それは前の今日のEU関係のいろいろな情報をいただいたのですが、そこでもデータの問題と情報の問題、個人情報と個人データというものを区別していると私は思うのですけれども、そういうことは余りお考えではないのでしょうか。

○中川氏 もちろん区別しておりまして、教科書的にはデータというのはゼロイチないしは数字の単なる列です。計算機の中でゼロイチのパターン。それがデータと呼ばれるもの。ただ、それだけでは何も分からないので、それに対して解釈を与えることができ、初めて情報としての意味が出ます。ですから、このゼロイチというのは男性か女性かを示しますよというデータの定義を与える。何番目は何ですよとか、そういった定義を与える部分がペアになって情報という構造を持つわけです。

要するにゼロイチのシーケンスだけであれば、それが個人の情報、個人の単なるデータ列だけであって、何ら個人の情報を、個人に対して何らかのことを言ってくれる情報にはなっていないのだけれども、それをどう解釈したらいいかということを経験の仕方を与えてあげると、個人の情報として使える。何歳であるとか、金融資産が幾らとか、そういうようなことで、個人データと言った場合は個人というところに多分問題があって、ただデータではなくて、個人に関する金融資産なり何なりのデータだから、個人情報と言った方がむしろお話の点からすれば整合はとれるのです。けれども個人情報という言葉の使われ方が今までひどくて、要するに個人情報というと旧来の個人情報保護法の中での個人情報という言い方をしたために、氏名であったり住所であったりというところに非常に形式的に決めてしまった。それを個人情報と言っている傾向が強いので、そうではなくて、その中に入っている中身そのものを個人データと言います。その個人データはですから当然どういう解釈をされているかということを含めていますというのが、我々が個人情報とかプライバシー保護の研究所の仲間では、そういう言葉の使い方をしているということです。

ですからおっしゃるとおりで、データと情報は区別しなければいけない。個人データはむしろ個人情報と言った方がいい。ただ、そういったときに氏名は何となく個人情報とか別の言葉をつけた考えがあって、個人識別子みたいな言い方をしますが、なかなかまだ普及してなくてという状況です。

○千葉委員 わかりました。

そうしますと、日本の個人情報保護法の定義がございませぬ。あれとの関係でいきますと、どの辺が一番まずいとお感じになっているのでしょうか。

○中川氏 個人情報保護法のまずいところですか。プロファイリングに関する規制が入っていない。それは次の個人情報保護法改正でやろうかということのテーマの一つになっています。

○千葉委員 規制の対象のほうはそうだと思うのですが、今のデータと情報、特に個人情報のところの定義自体は。

○中川氏 定義的には実はかなり綿密に議論をして、定義をリストアップし切った感じになっているので、そこがまずいという議論は余り専門家からも聞いていません。

○千葉委員 わかりました。

とりあえず、分からないことだけ聞かせていただきました。

○山本座長 ありがとうございます。

他にいかがでしょうか。拝師委員、どうぞ。

○拝師委員 先ほどパーソナル・データ・ストレージの御説明をいただいて、その中でマネタイズが難しく模索中というお話だったのですけれども、その中でとりあえず病院との関係では取組が進んでいるようなお話をされていたと思うのですが、具体的にどういう情報をどういう形でやりとりしているのか、もう少し詳しく教えていただけると。

○中川氏 まだ本当に現実のものとして動いておりませんが、私どもの研究所で一つ研究としてやっているのが、一つ一つの病院さんとお話し合いをして、その上で患者の医療履歴、医療情報のようなものを自分のところに、患者さんのテリトリーに持ってこられる。パーソナル・データ・ストレージで持ってきて、それを他の病院に対して使ってもいいよという形になる。そのときのデータ形式の統一性であったり、使ってもいいよというときのAPI of Meの立て方とか、そういったことの研究をしています。

これは単に小さな研究としてやっているというだけではなくて、京都大学で千年カルテというプロジェクトがございまして、70程度の病院と協定を結んでカルテ情報を集めているのです。これはカルテの文字情報だけでエックス線画像の写真などはないのですけれども、文字情報でカルテ情報を集めて、それをどう利活用しましょうかということは今、京都大学の千年カルテプロジェクトは吉原先生という人がメインに進められています、そういったところで進めようとしています。

それからうまく動くと、病院間で別の病院に自分が移動したときも、引っ越してしまったりとか、旅先とかでかかるときも自分のカルテが使えますという状況になって、無駄な検

査を避けるとか、経済的な観点でもいいですし、その人にとっても非常に利益になるということで、これは3.11のときに病院が多大な被害に遭ったときに、公立病院と私立病院でレギュレーションの効率が違うのです。御存じと思いますが。ですからデータ移動できなかったりして非常に問題が起こってしまった。その反省があって大分進んだらしいのですが、そういうプロジェクトがあって、そういったプロジェクトで決めたデータフォーマットを使いつつ、もう少し病院を広げていこうということをやって、もう少し大きく持っていった社会的なコンセンサスができるところまでやりたいというのは希望なのですが、なかなかハードルは高いです。

マネタイズはある意味では検査を二重にしないとか、いろいろとやりやすくはあるので、純粹にお金もうけでないところがあるだけ、医療情報はお医者さんが納得していただければ進むのではないかと思っています。

○拝師委員 今のお話は、患者さんが同意した上で病院と契約をして情報提供をします。その情報を患者さんごとのクラウドに乗せて、それを病院が契約したところが見られるようにするのですね。

○中川氏 そうですね。契約し、それに入っている病院はその患者さんのパーソナルクラウドからデータを持ってきて読めますよということで、過去の患者さんの医療履歴が読めて、その上で処置ができます。そういう仕掛けをつくる。

○拝師委員 そのときの患者さん側の情報の管理は、先ほどおっしゃったようなブロックチェーンの仕組みを使っているということですか。

○中川氏 まだそこまではできていなくて、ブロックチェーンは非常に理想的なのですが、重たいのです。それで暗号技術とか署名技術を使うことによって、もう少し軽い技術ができないかということを考えております。ただ、コピーをすとか何とかという問題は紳士協定で病院がコピーをばらまかないとか、そういったことで契約ないしを法律で規制するしかないかなというのがあって、ブロックチェーンは究極の技術的な姿であります、非常に重たいので、これがいいかどうかと言われたら技術としてはありますというお話になります。

○拝師委員 今のところは、患者さん側から自分の情報がどこまで流れているかというのは把握し切れていないのですか。

○中川氏 病院を信頼するしかないという状況になります。

○拝師委員 わかりました。

○山本座長 よろしいでしょうか。ちょっと時間が押しておりますので、また最後に時間がありましたら御質問をいただきたいと思います。

では、これで中川様に対する質疑応答を終了したいと思います。ありがとうございました。

それでは、引き続きまして、資料2につきまして事務局から説明をお願いします。

○岩井政策企画専門官 皆様お世話になっております。消費者庁消費者政策課国際室の岩

井と申します。本日はよろしくお願ひいたします。

当庁が経済協力開発機構消費者政策委員会（OECD-CCP）等の国際会合への出席を通じて得た情報をもとに、近時、議論されている主な政策的事項について御紹介をさせていただきます。

初めに、簡単にOECDの現状について御紹介させていただきます。

OECDは、経済社会分野における世界最大のシンクタンクと言われておりまして、政策分野ごとに30余りの委員会がございますが、現在Going Digitalというデジタル社会における政策立案を見据えた分野横断的プロジェクトが進められておりまして、ここ1、2年で現状分析、課題抽出に関して調査報告が取りまとめられてきております。

例えばこちらにあるものですが、Improving online disclosures with behavioural insightsというのは、行動経済学を応用してオンライン上の情報開示を効率的にできないかという取組です。また、Consumer policy and the smart homeというのはスマートホームをIoTの一例として持ち出しまして、どのような課題があるか課題抽出を行おうとするものでございます。Consumer product safety in the Internet of Thingsも、IoTの観点から製品安全規制が今後どうあるべきかということを検討する導入の部分であるレポートでございます。こちらはTrust in peer platform markets、シェアリングエコノミーといわれるものに関する実態調査に関するレポートでございます。

ただ、まだ新しい問題点が多くて、各国地域のスタンスも様々でありますので、全会一致を旨とするOECDにおいては、一定の方向性を示すベストプラクティスの取りまとめやガイドラインの策定には、まだ少し時間がかかるとおられます。

それでは、現在議論されているものの中から幾つか取り上げて御紹介をさせていただきます。

まず、第三者の推奨表現を利用した事業者の広告でございます。インターネットの普及により、現代の消費者は以前より簡単に情報にアクセスしたり、比較、評価、購入にまつわる口コミなどの情報共有をするようになり、ビジネスの評価に影響を及ぼし、新しいビジネスモデルの登場にもつながることもありまして、現在、アクティブな消費者とよく海外の会合で言われています。また、オンライン取引においては、商品を実際に手にとって見たりすることができないために、ブログや口コミ等を参考にすることが多々あります。このような状況のもとで、最近は特にインターネット上のブログ・口コミ等を利用した事業者の広告の中に、事業者から対価を受け取る等の重大な関係を持つ第三者が、事業者の提供する商品や役務を推奨する方法をとっているものがあり、外観上、その点が不明確なものも存在いたします。

一般に重大な関係を持つ事業者のためにすることが明らかな第三者の推奨表現と、事業者から独立した第三者による推奨表現では、消費者の商品・役務選択の判断に与える影響の程度が大きく異なるものと考えられておりまして、実際に事業者と重大な関係にある第三者の推奨表現であるにもかかわらず、独立した第三者による推奨であるような外観を有

した推奨表現を利用する広告は、消費者の選択の機会や合理的な判断に悪影響を及ぼす不当な表示となり得るとする見方が、先進国を中心に支配的になりつつあります。

例えば米国ではFTC法やガイドラインにおいて、推奨者と推奨を依頼した者との間に対価関係等のつながりがあり、そのことが推奨の信頼性に重大な影響があり得ると考えられる場合には、当該つながりを開示していない広告は、欺瞞的な行為または慣行に当たるものとして禁止されています。

EUでは、不公正取引行為指令において事業者が商品の販売促進を目的とした編集記事の作成を第三者に有償で依頼した場合において、当該記事の中で事業者が第三者に対価を支払っていることを消費者に対して明確に認識できるように示さないことは、不公正な取引行為として禁止されています。

また、OECDの電子商取引における消費者保護に関する理事会勧告においては、使用される推奨表現は、真実で、証明でき、推奨者の意見や実際の経験を反映しているべきであり、消費者が推奨表現に抱く重要性や信頼性に及ぼし得る事業者とオンライン上の推奨者との重要なつながりは明確に、かつ、目立つ形で開示すべきであると規定されております。

我が国においては、商品等を提供する事業者が顧客誘引手段として口コミ情報等、第三者の推奨表現を自らまたは第三者として掲載せしめ、当該表現内容が有利誤認ないし優良誤認に該当されると判断される場合には、景品表示法の定める不当表示として規制対象になりますが、重大な関係に存在する事実を明示するように義務づける法的規制自体はなく、事業者団体の自主的な取組の事例がございます。

次に「2. ネット上で流通するリコール対象製品等に関する対処」に関してお話を申し上げます。

従前、ネット上の販売のトラブルといえば、代金を振り込んだが商品が届かないですとか、にせ物が来たなどといった財産被害について論じられてきましたが、電子商取引の拡大によって販路が多様化し、販売事業者や小売業者は製品の追跡をしてオンライン市場から安全でない製品を取り除くことが困難になってきました。このため、多くの国においてリコール対象製品等がオンライン上で入手可能な状態となっており、その数も増加しております。最近は特にインターネットオークション・フリマサイト等の発達によりまして、ネット上のリコール対象製品等の個人間転売も一層容易になってきているため、安全性に問題のある製品がネット転売市場で取引されることを防ぐための体制のあり方が国際的な検討課題ともなってきました。

この点、EU委員会は2016年に発表したコミュニケの中で、インターネットオークション・フリマサイト等を運営する仲介事業者に対し、リコール対象製品等が自社の運営サイト上で転売されないようにするための努力を求める等、仲介事業者の信頼自体を高めるためにも自主的な活動をすることを奨励しております。

また、OECD勧告では安全でない製品がオンライン取引を行う消費者に提供されないことを求める旨の規定を置き、事業者は消費者の健康や安全に不当なリスクを与える財・サー

ビスの提供、広告または販売を行うべきではなく、販売中の財・サービスに当該リスクがあると判明した場合には、所管官庁と協力すべきであると規定しております。また、今年11月にはOECDでオンライン上の製品安全をテーマに共同啓発キャンペーンを実施予定となっております。

我が国では事業者から製品を購入した者が、購入後にリコール対象製品等であると判明した製品をネット上で個人間転売することを直接的に禁止する法律はありませんが、経済産業省においては仲介事業者と協力しながら、転売の抑制に向けた取組を行っているところでございます。

次に「3. 『個人関連情報』の『データポータビリティ』の促進」についてですが、こちらにつきましては先ほど中川先生からもお話をいただいたところでございます。氏名・住所・メールアドレス等に限らず、閲覧履歴やIPアドレスといった個人に関する情報も含む個人関連情報について、インターネット通販等を通じて事業者において互換性のあるフォーマットで適切に蓄積管理されている個人関連情報を、個人が自己の意思に基づき第三者に提供することを可能にすることにより、個人情報の保護等を十分に確保しつつ、他方で事業者間の競争、技術革新の促進を図り、それにより当該個人も高付加価値サービスを楽しむことを実現する点に実質的な意義、効果を見出したデータポータビリティが提唱され、競争政策や産業政策の観点からも検討されています。

これには主にEU型と米国型の二つのアプローチがございまして、EU型はデータポータビリティを個人の権利、データポータビリティ権といたしまして、その中核とし、一般的に規範定立するところから始めるのに対し、米国型は電力小売等の特定分野において、可能な範囲から情報の移転の実現を目指すアプローチと言えます。

先ほども御案内がございましたように、EUに関しては2018年5月25日から施行された一般データ保護規則（GDPR）に規定がございまして、背景として、よくEU議会から言われておりましたのは、個人データを21世紀における最も重要なコモディティと捉えて、自分自身のデータに対する個々人の所有権を強化するという観点から、デジタルジャイアンツと呼ばれる米国発のGoogle、Facebook、Apple、Amazon等のプラットフォーム企業によるデータ市場寡占化への警戒があると言われております。また、データポータビリティ権は事業者から個人が自らの個人関連情報を使いやすい電子的な形式で受け取る権利と、個人の意思により個人関連情報のある事業者から他の別の事業者に移転させる権利の二つから構成されていくと規定されております。

OECDの勧告に直接的にデータポータビリティを規定したものではございませんが、それを念頭にした規定が幾つかありまして、我が国においても今後、データポータビリティについてさらに検討が進められると思われま。

このデータポータビリティについて、まだわかりにくくて複雑だということにつきましては、EU域内の企業でも同じでございまして、皮肉なことですが、こちらをしっかりと解釈して同意を得るツールをしっかりと用意するなどができるのは、実はデジタルジャイアン

ツと呼ばれたような企業だけではないか。それですと逆にデータの寡占化が進んでしまうのではないかというような声も聞こえております。また、米国はイノベーション促進という観点がございますので、OECDの会合での発言も、事前規制については比較的消極的でございます。

次に、シェアリングエコノミーに移らせていただきます。シェアリングエコノミーについては、既に多くの検討がなされているところですが、7ページの②背景事情に記載した事情等々の他に、シェアリングエコノミーの仲介事業者が実際に果たしている役割も考慮の上、仲介事業者、提供者及び利用者である消費者の適切な権利、義務のあり方を考察するに当たり、特に仲介事業者が負うべき法的義務の範囲をどのように考えていくべきかが国際的にも関心事項となっております。

欧米においても遊休資産の活用や産業政策の観点から、いかなる場合にも仲介事業者が法的責任を一切負わないとする見解や、無条件に仲介事業者と提供者と同じ内容の法的責任を負わせるというような極端な見解は余り支持されておりませんで、さまざまな実態調査や提案が行われているものの、あらゆる仲介事業者に妥当する一般的規範の定立までは至っておりません。

一方、中国におきましては、2013年に改正された消費者権益保護法では、消費者が仲介事業者のサイトを介して商品等を購入し、損害を受けた際に仲介事業者が提供者の連絡先等を提供できない場合や、提供者が消費者の権利利益を侵害している事実につき、悪意または有過失の仲介事業者が必要な措置をとらなかった場合、このような場合には消費者は仲介事業者に対して損害賠償ができるというような規定がございます。

なお、こちらには記載しておりませんが、昨年OECD-CCPでシェアリングエコノミーにおける実態調査をいたしました。我が国におけるシェアリングエコノミーの普及が非常に低いことが話題になっておりました。日本人は一つのことを他人と共有するのが好きではないのではないかとか、中古品は嫌いなのではないかとか、そういった文化的側面なども各国から語られておりました。

最後に「5. 無料サイトを介した『個人に関する情報』の第三者への移転」についてです。最近、検索サービス等の無料サービスを提供するサイトの中には、個人情報には該当しないものの、検索履歴等の個人に関する情報に該当する情報を消費者から取得するものがあることが知られております。このような個人に関する情報はいわゆる個人情報ではないため、無料サイトはその取得や第三者への提供の可能性について、詳細な利用規約等を定めて消費者の承諾を取得していない場合もあると言われております。

また、消費者の側も無料サービスであることから、利用規約の存否やその内容の承諾について特段の注意を払うことなく、無料サイトの利用を行い、その結果、ほぼ無意識のうちに自己の個人に関する情報を無料サイトに提供してしまっている場合もあるとされています。

さらに無料サイトの中には、個人に関する情報を別の事業者の有償で提供しているもの

もあるとされ、検索履歴情報やIPアドレス等の個人に関する情報は、個人識別のできる個人情報ではないものの、インターネット上でターゲット広告等を行う事業者にとって有益な情報を含みますので、係る情報が無料サイトと他の事業者の間で有償で取引されていることの一定の経済的理由があるとされています。

このような無料サイトから他の事業者への個人に関する情報の有償移転が行われている事実があることについて、消費者側は認識を欠いている場合があります。個人に関する情報を買った事業者は、検索履歴等の情報をもとにターゲット広告等の効率的な勧誘活動を行うことができるようになる一方、スマホやPC上でこのようにターゲット広告を見る消費者にとっては、検索の手間が省ける等の利便性を感じることもある反面、私生活の平穏を害されているような煩わしさや、個人的思考が事業者に知られているような心理的抵抗を感じることもあるのではないかとされておりま。

世界的なスマホの普及とも相まって、このような無料サイトを通じた個人に関する情報の第三者への提供が増えていると言われる中で、個人に関する情報の第三者提供も消費者の合理的な判断に悪影響を及ぼす可能性があるという消費者政策上の重要な課題として論じていく必要があるのではないかと、そのような問題提起が国際的な議論でなされておりま。特にデータポータビリティの促進に関する議論を踏まえながら、消費者政策のみならず、競争政策や産業政策の観点からも総合的な考察を加えることも必要とされておりま。

このような状況下で、イギリスでは比較サイトの利用者保護に関し、比較サイトが遵守すべき原則を示し、OECD勧告では政府及び利害関係者は無償の取引に関し、適切な状況において消費者に対して救済を提供する方法を検討すべきであると規定し、今後はベストプラクティスガイドの策定に向けて議論を進める予定となっております。無料サイトがなぜ無料で、どのような収益構造になっているかということも消費者も考えて、その一助となるべく注意喚起等もしていくような方向となっております。

以上でございます。御清聴ありがとうございました。

○山本座長 ありがとうございます。

それでは、ただいまの国際的な動向についての御説明につきまして、御質問等がありましたらお出しいただければと思います。

千葉委員、どうぞ。

○千葉委員 大阪大学の千葉でございます。

まず確認をさせていただきたいのですが、今日のお話でOECD関係を網羅的にお話しいただきまして、非常にわかりやすく御説明いただいたと思うのですが、まず正確かどうか確認させていただきたいことがあって、6ページから7ページにかけてシェアリングエコノミーの問題が提示されているのですが、これは非常に重要な問題だと思うのですが、注10でも触れられているように、シェアリングエコノミーの定義については非常に曖昧で、一番ざっくりと関係がありそうなことは全部それに包含するという趣旨だと理

解したのですが、中国の消費者権益保護法というのは恐らく我々が普通に一番典型として考えられているのは、例えばライドシェアリングとか民泊というものがシェアリングエコノミーの中心的な形態だと言われているのですが、これとの関係でライドシェアリングなんかのところは多分この話に入ってくると思うのですが、例えばアリババの通販サイトとか、テンセントの問題とかいったところは、この問題とは関係ないという理解でよろしいですよということを確認させていただきたいわけです。フリマアプリやネットオークションのほかライドシェアリングとかいっぱい書いてあるのですが、最初の問題提起と中国の消費者権益保護法が適用になる範囲とのずれとかはないのですかねというのが一番最初の質問になります。

○岩井政策企画専門官 御指摘ありがとうございます。

私どももその辺が判然としておりませんで、OECDのほうでもシェアリングエコノミーをpeer platformと呼んでおりまして特段の定義をしていないものですから、その辺はずれ等もございまして、誤解を招く表現もあったかと思えます。

中国の点に関しましては、昨年私どもも委託調査をいたしまして、消費者権益保護法の範囲ですとか実際の運用ですとかアリババ、テンセントに対してどのように執行されるのかされないのかということについて実地の調査もいたしたのですけれども、今のところ明確な答えというのを中国政府からいただいておりませんで、こちらは単なる御参考にそういった意味ではなってしまうかもしれないのですけれども、ここの解釈について当庁としても質問を立てたのですが、明確な答えがなかったというのが現状でございます。

○千葉委員 実は東アジアの中国と韓国と日本では、非常にこの辺のところは重要なところでありまして、消費者庁で韓国の情報がなぜないのですかと。つまり韓国は非常に進んでいることは多分日弁連のほうも御存じだと思うのですが、たしか電子商取引法だったのですかね。名前は忘れてしまったのですけれども、法律を持っていらっしやって、中国はいろいろなことが書いてあるのだけれども、理屈の問題としてどう考えたらいいかなかなか推測がつかないというか、理解しにくい面もあるのですが、韓国のほうはもう少し整った形で普通の法律をつくっていますので、ぜひ韓国についての情報をまず集めていただく必要が国際的な動向ではあるのではないかと思います。

それから、中国は今の企業名でも出てきましたが、アメリカのGAF以外の高度情報化社会のところで非常に重要な役割を果たしていくのは中国の企業なので、中国の企業の動向については今日も日経にアリババの話が出ておりましたけれども、どういう方向で考えているのか。今日の情報としてはアリババが日本に来ている中国人の利用履歴を要するに集めて、今のところは中国国内でデータの利活用を図るという方向でかじを切ったという状況だと思うのですが、御存じのように中国の企業は日本での要するに産業というか、営業を推進すべく動いておりまして、彼らが日本にやってきましたらどうなるのかということは消費者保護政策上、考えておくべき視点だと思いますので、ぜひその点は要望として申し上げたいというところです。

もう一点だけ。これはくくりの問題なのですけれども、シェアリングエコノミーの仲介業者と後のところで出てくる、フリマサイトのところで出てくる事業者とか、電子商取引はその他にインターネット通販業者なんかも出てくるわけですが、電子商取引という観点から一貫して整理をする必要があるのに、なぜそれはされないのですかというのが最後の質問です。

済みません、いっぱいありまして。

○山本座長 お願いします。

○岩井政策企画専門官 貴重な御指摘をいただきまして、ありがとうございます。

確かに御指摘のとおり、電子商取引は電子商取引ということで、特に私ども国際室では電子商取引ガイドラインというOECDのガイドラインをもとに我が国の実態との比較ですとか、どのような検討課題があるのかというのを収集して検討しているところでございますけれども、電子商取引に限らず、国際的にどのようなことが議論されているかという観点で編集をいたしましたので、その辺の整理がうまくできていないところは確かにございますので、その点はおわびを申し上げます。

電子商取引は電子商取引で、国際的な動きと我が国の動きというものを引き続き注視して検討していくことと、それ以外の具体的な動向と、日本がそれについて対応をこれからしなければいけない分野というのはしっかり分けて、先生御指摘のとおりこれから業務をしたいと思っております。ありがとうございます。

○山本座長 ありがとうございます。

他にいかがでしょうか。よろしいでしょうか。

それでは、また何かありましたら最後のところで質疑いただくことといたしまして、とりあえずは資料2についての質疑応答を終わりたいと思います。

引き続きまして、今度は資料3、大澤教授からの提出資料になりますが、これについて事務局から御紹介をお願いいたします。

○澤野企画調整官 それでは、資料3をご覧いただければと思います。

事務局のほうでフランスの消費者法、民事法を専門に御研究をしておられる法政大学法学部の大澤先生に資料の作成をお願いしまして、このような形で御提出をいただいたものでございます。

「フランスの消費者政策」ということでございますけれども、根拠となる消費法典につきまして、ここ数年で大幅な制度改正がなされてございます。特に、ハモン法と称してございますけれども、2014年10月から施行された消費法典改正におきまして、いわゆるグループ訴訟なども導入されているところでございます。

グループ訴訟につきましては、座長の山本先生におかれましては、一橋大学の研究紀要などで関連の論文を御発表と承知してございますけれども、そのような形で我が国の制度との異同などにつきましても複数資料がございますので、今回、大澤先生におかれましては、その後を中心に特に御紹介をいただいているという形になってございます。特に今回

の資料につきましては、消費者行政を担う組織に関する最新の状況、それから、消費者行政におけるADRの2016年から施行された状況の詳細について御紹介をいただいているところでございます。

まず一つ目の柱でございます消費者政策を担う行政機関の関係でございますけれども、2ページをお開きいただければと思います。中核的な組織といたしまして、これまでずっとそうでございますが、競争・消費・詐欺防止総局（DGCCRF）が中央レベル、地方支分部局を通じて3,000名を超える職員が配置されるという形で業務を展開しているという形になってございます。担当大臣のもとで競争法、消費法の規定違反の調査ですとか確認、執行業務を担うというところを中心に、それだけにとどまらず、3ページ以降でございますけれども、細かな任務について書いてございます。3ページにおけるそうした執行に関しての記述の後、4ページでございますけれども、消費者への情報提供であるとか、相談体制の構築というような業務を執行で得た知見を生かして対応をしているところがございます。

それから、③でございますけれども、毎年、国の調査プログラムに基づいて調査を実施するという。それから、消費者安全の分野につきましても権限を持ってございまして、危険な食品を含む消費者向けの財についての警告を発出し、消費者に対する情報提供、注意喚起を行っていくという形になってございます。

本組織を中核といたしまして、そこと関連して調査、情報提供であるとか、諮問を行う機関としてまず調査機関として5ページでございますけれども、国立消費研究所（INC）は70名ほどの職員で構成されている調査研究機関という形になってございまして、ちょっと飛んでいただきまして11ページでございますが、先生の最後の言及で消費者教育がございまして、消費者教育教材の評価についてもこの機関が行っているという形になってございます。

6ページ、下のほうでございますが、国立消費審議会ということで、我が国ですと消費者委員会に相当するような組織かと存じますけれども、いわゆる公的機関の代表者によって構成されて、消費者問題の今後の方向性に対して、あるいは規制の整備においての審議の際にも行政機関から諮問がされて、それに対して答えを出すというようなことをしているところでもあります。

7ページ、大澤先生がフランスの消費者法に関して有斐閣から大著を出しておられるのですけれども、その中に言及がございまして、濫用条項の取り扱いというのがフランスの消費者法における一つの特徴になってございまして、その中核を担っているのが濫用条項委員会という形になってございまして、消費者裁判の判決においても頻繁に先例として参照されるような勧告を、法的拘束力がないものの、専門的知見に基づいて発出するという権限を持ってございます。

8ページでございますが、消費者団体についての記述でございますけれども、先ほど言及いたしました2014年の法改正に基づいてグループ訴訟というものが創設されたところで

ございますけれども、その担い手といたしまして8ページの消費者団体の節の下のほうでございしますが、司法大臣と消費担当大臣の共同の命令によって承認を受けた際に担い手となり得るところでございまして、その要件として少なくとも1年以上、団体が存続しているということ。それから、規模として国レベルの団体であれば1万人以上の会員がいるというような要件が定められて、いわゆる団体の運営の継続性について承認がされると、いわゆるグループ訴訟の担い手になり得るという形になってございます。現状15の団体が認定をされていると承知をしているところでございます。

8ページ以降でございまして、一般的な消費者紛争の解決ということで、消費者がトラブルを抱えた際の解決に向けたアクセスの仕方についても詳細に御記載をいただいているところなのです。9ページ以降でございまして、まずお客様の窓口へのお問い合わせということで、消費法典においても事業者側の義務となっている取組について、大分丁寧に記述がされているということで、こういったアプローチ。それから、真ん中のあたりでございまして、我が国においては188という3桁の番号に相当するかと思いますが、フランスにおいても3939という全国共通の電話番号が設けられていて、消費者問題に関する内容であれば、DGCCRFの職員が電話対応を行っているという形になってございます。こうしたところによって相談を受けて知見を得るという形で対応、解決を図っていくというもの。

それから、さらにその下に2016年に導入されたあっせん制度が消費法典に設けられて、2016年1月1日から施行されたという形になってございまして、こちらについて相当程度の分量で書いていただいているところでございます。あっせん制度については事業者に対する苦情の申し立てを前置するという形になってございまして、消費者からも無料であっせんを求めることができるという形になってございます。

10ページに入りますけれども、真ん中辺でございまして、あっせんの質を確保するためのマネジメントあるいは制度の運用の継続性に関する規律といたしまして、消費者あっせん統制委員会というものが設けられてございまして、あっせんの担い手であるあっせん員の働きぶりの評価であるとか、そういった仕組みについても設けられているという形になっているところでございます。

最後でございまして、オンライン上の紛争解決窓口などにつきましても、実際に紹介がされているという形になってございます。

以上でございます。

○山本座長 ありがとうございます。

それでは、今の御説明につきまして御質問といっても大澤さんがいないので、どの程度お答えできるかわかりませんが、もし何かお気づきの点があれば、伊藤委員、どうぞ。

○伊藤委員 愛知県の伊藤でございます。

フランスの消費者政策について御説明ありがとうございます。

DGCCRFのところ、ホームページで消費者への情報提供・相談という御説明の中で、3939

という電話番号での問い合わせ窓口を開設して、1年間で7万1,333件の実績があるという御説明でしたけれども、そもそもこのDGCCRFというのは国の機関ということでよろしかったですね。日本の場合ですと消費生活相談ということになりますと、国民生活センターと地方公共団体が設置している消費生活センターということになるわけですが、3939でいろいろな行政機関の共通番号、電話番号と書いてあるのですが、行政機関共通というのがわかりにくくて、いろいろな行政機関があるということだと思いますが、それについてお分かりになればどういった行政機関があるのか教えていただきたいのですが。

○澤野企画調整官 この部分なのですけれども、9ページに書いてあるとおりだと理解していたところでした、実際に要はエリアごとで特段番号が変わっているわけではないという意味合いにおいて全国共通の番号であるということと、いろいろな分野を横断してここにはDGCCRFの職員が対応するという意味合いにおいて、全機関共通という意味合いであると理解していたところでありました。前半のほうでたしか書いてあったかと思うのですが、一定の時間に基づく経費によってつながっているというような形で、4ページに全ての行政機関共通の電話番号で1分当たり0.15ユーロの利用料金と、別途、通話料がかかるという形で、費用の負担をいただいているという形で運用されていると理解していたところでした。

○山本座長 よろしいですか。

○伊藤委員 ありがとうございます。

○山本座長 他にいかがでしょうか。よろしいでしょうか。ありがとうございます。

それでは、本日、最後でございますけれども、座長及び座長代理、これまで委員の皆様にはそれぞれ御発表、御報告をいただいていたところですが、我々2人はまだ何もやっていないということだと思っておりますが、何かやれということだと思いますが、報告という形ではありませんけれども、この第4次消費者基本計画のあり方に関しまして、これまでの検討会を通じてコメントという形で少し自由なお話をさせていただければという趣旨で、まずは中原座長代理からお話をお願いしたいと思います。

○中原座長代理 それでは、私からはこれまでの御議論の全体についてお話ししようかとも思ったのですが、時間の関係もございますので、主に私の専門であります行政法の観点からコメントをさせていただきます。

消費者保護におきましては、行政規制と民事ルールとの役割分担が重要であると思われまます。規制緩和という観点からは民事ルールが重要であると考えられますが、他方で高齢者や未成年といった脆弱な消費者の保護がますます重要になってきていることもございますし、また、特に悪質な事業者につきましては、返金や損害賠償のような事後的な救済では不十分であると考えられますので、あらかじめ悪質な事業活動を抑止する、あるいは行われても抑止することによって、被害を未然に防ぐという行政規制が重要になってくると考えられます。

もつとも、行政規制の限界もございまして、一つは業法が業種ごとに縦割りになってお

り、それぞれ所管している行政組織も縦割りになっていることから、社会の変化によって新しい事業活動が生まれたり、あるいはこの検討会でもよく取り上げられております新たな技術革新によって、既存の枠組みに当てはまらないものが出てきたりした場合の対応が問題になります。

行政組織の縦割りに関しては、まさにそこから抜け落ちてしまうものについては消費者行政の司令塔である消費者庁や消費者委員会の役割が大きいと考えられますが、縦割りの問題というのは結局、組織の中で役割分担で仕事をやっていく以上はどうしても起きてしまう問題ですので、社会の変化、技術革新に伴って新たな問題が出てきた場合に、それに対応できるような規制の枠組みを常に見直して作っていくことが重要だと思います。

私が消費者委員会委員をしていたときに経験したことで言いますと、例えば高齢者が抱えている様々な心配事や問題（身の回りのこと、施設や病院に入る際の身元保証、亡くなった際の葬儀、等々）について、包括的に面倒を見ますという事業が出てきて、それをあらかじめ多額の金銭を預かって約束するようなサービスについて、その規制を考える場合に、高齢者だから厚生労働省というふうにイメージとして思うわけですけれども、高齢者に関わる問題を全部厚生労働省でというのは無理ではないか、あるいは消費者庁で全部できるのかというような問題になってきます。2020年から5年の間にもさらにいろいろな新しい問題が出てくると思いますので、それに即した新しい規制の枠組みをつくっていくことが必要になると思われます。

もう一つ、私に関心を持っている問題として、執行の問題がございます。一方で、執行に当たる人的なリソースに限界があり、他方で、不利益処分については規制をする行政機関の側に立証責任があることを前提にしますと、その立証のための調査をしなければならないわけですが、行政法規における行政調査の仕組みが非常に不十分であるという問題があります。すなわち、調査拒否に対して刑罰しか制裁手段がない場合が多いのですが、ある事案を調査する際に調査拒否が起きて、それを刑事事件として立件するということになると、それ自体が非常に大変な手続になりますので、實際上ほとんど機能していません。そうしますと、それ以外にサンクションがないとなりますと、事業者としてはなるべく調査に応じないほうが有利であることになりますので、なかなか調査協力が得られません。

また、調査のためのいろいろな手続やノウハウが必要なわけですけれども、刑事捜査手続に比べますと行政調査手続については組織的な体制やノウハウも不十分である。レジュメに掲げてあります消費者委員会の報告書が昨年8月に出ておりまして、これは主に特商法について調べたものですが、積極的に執行に取り組んでいる自治体では、例えば警察のOBを任用し、刑事捜査のノウハウなども得ながら調査を行っているというような例がございました。このように、執行についての法制度と体制の整備が重要な課題になると考えております。

行政規制の限界への対応でございますけれども、最初の部分が今申し上げた調査・立証の問題にかかわります。さきほどご紹介した消費者委員会の報告書の他にも、独占禁止法

の改正の議論の中で、昨年4月に公正取引委員会の独占禁止法研究会の報告書が出ております。そこでは調査協力インセンティブという観点からの検討が行われておりまして、これは課徴金の減額というインセンティブを与えようというものでございます。独禁法の規制については公正取引委員会の執行体制がございまして、消費者法一般の執行について同様の仕組みを整えるのは難しいところがあるかと思っておりますけれども、調査協力インセンティブという考え方は今後重要になってくると思われまます。

消費者法分野で言いますと、景表法の中に最近、課徴金制度が入り、また、以前から不実証広告規制の仕組みがございまして、これは先ほど申し上げました立証責任の考え方を逆転させたものでございまして、表示については事業者の側で裏付けとなる合理的な根拠を有しているはずであるという前提で、資料提出を求められて一定期間内に出せない場合には不当表示とみなされる。課徴金との関係では不当表示と推定されるという形で、行政機関による立証の困難に対応している点に特徴があります。

また、課徴金によって不当表示による利得を徴収する。この金額が十分かどうかという問題はございまして、利得が残ってしまわないように徴収して抑止力を高めると同時に、被害者に対する返金を行った場合には課徴金の額から差し引くことで被害者救済を促進するという仕組みになっております。これは非常に注目される仕組みでありまして、他の消費者保護の分野でも応用できないかどうかということは検討に値すると思われまます。

他にも、行政機関が全て執行することに限界があると思ますと、自主規制の促進が重要になると思われまます。これは悪質な事業者にはあまり実効性はないと思われまますが、比較的優良な事業者については、受け入れ可能な規範を業界で作成し、行政がそれを認定し促進していくという形で、規範を形成していくことが効果的であると思われまます。民事ルールによる規範形成については、事業者側から見ると、具体的に裁判になってどのように執行されるのか、あるいは消費者からどのような形でクレーム等があるかということが予測しづらいところがあって、それが立法時における大きな抵抗につながる面があるように思われます。もちろん民事ルールが重要な場面もあると思ますが、自主規制という形で事業者側にも受け入れ可能なルールを形成していくことも重要だと思われまます。

次に、消費者による情報提供についてです。これも不当表示などについて顕著ですが、行政機関が全部調べることは不可能ですので、消費者からの情報提供は非常に重要であると思われまます。消費生活相談を通じたPIO-NETなどの情報は、直接には紛争を解決し、救済することを目的としたものですが、そこで得られた情報は、新たな問題を認知して規制立法を検討する際の立法事実としても重要なものであり、また、執行との関係でも重要な端緒や証拠になります。その際に、PIO-NETの記入が、直接には当該紛争を解決することを目的としてされていますので、後から見た場合に、立法事実として使う、あるいは行政処分等の証拠として使うために必要な情報が記載されていない場合があります。そのような観点から、後に活用されることを意識して記載していただくことも重要なテーマと思われまます。

適格消費者団体との役割分担についてですが、特定適格消費者団体による差止訴訟は、

ある意味では民事による解決ですけれども、あらかじめ被害の防止のために差し止めるといふ行政規制的な役割について、行政機関がカバーできない部分を担っているという面があります。このように、行政規制と適格消費者団体の活動とは補い合う関係にあることから、行政機関と適格消費者団体との連携や、適格消費者団体に対する支援が重要なテーマだと思います。

最後に、消費者教育について。これもこの検討会でも繰り返し指摘されていることですが、例えば適正な表示について十分に執行が行われていたとしても、それを受け取る消費者の側で、表示の意味を理解できないと意味がないという問題があります。しかし、例えば特保と機能性表示食品がどう違うのかというのは、消費者には非常にわかりにくい。これは制度自体に問題があるとも言えますけれども、消費者教育の推進ということも今後、一層重要な課題になってくると思われまます。

2020年からの5年間を見通した計画を立てる際に、その間の技術革新を予測することは大変難しく、他方で、以上に申し上げた行政法の仕組み自体は古典的なものが多いわけですが、新たに生じてくる問題に対しては、従来の仕組みを組み合わせたり改善したりすることによって対応せざるを得ない面も大きいように思います。あるべき計画全体から見るとごく一部を捉えているに過ぎないかもしれませんが、行政法の観点からのコメントとさせていただきます。

○山本座長 ありがとうございます。

それでは、引き続きまして私の方からもお手元のレジユメに沿って若干のお話をさせていただきます。

まとまりのある話ではありませんけれども、最初に書いたことは、これは私の意見というか、この検討会での皆さんの御議論を伺っていて感じたこと、感想でありますけれども、これまでお伺いしてきた、この検討会で話題になってきた事柄というのは非常に現在というのはその変化の激しい時代であるということであるということかと思えます。本日お伺いしたAIのお話にしても、前回のFintechや仮想通貨の話あるいはIoTとか自動運転等々、一昔前、少なくとも第3期の計画においてはこういった問題についてはほとんど全く言及がなかったわけでありましてけれども、現在においてはこれがメインの問題として登場してきている。そういう意味では今、中原さんからもお話がありましたが、我々は今回の消費者基本計画で射程に置く2020年代半ばの日本社会における消費者問題というものを正確に予想して、それに的確に対応していく計画を立てるといふのはなかなか困難な仕事であるということかと思えます。

ただ、新しい問題といっても私の認識ではそれについての対応の手法というのが全て新しいというか、一から考えなければいけないものではないのだろうと思っておりまして、一定程度、手持ちのツールでも対応できる場所も大きいのかなという印象もあわせて持っております。そういう意味では、この消費者基本計画というのは前期にもありましたようにKPIを立てて、それを適切にフォローアップしていくということ。そして、新たな問題

の発生が生じる場合に、適時にそれにチューニングして対応できるようなスキームを構築していくということなのかなという印象、非常に抽象的な印象ですが、そういうことを感じた次第であります。

第2の点がどちらかといえば私の専門分野の紛争解決に関する話であります。これまで出てきているオンライン社会、シェアリングエコノミーというものが進んでいけば、恐らく現在にも増して少額多数の消費者紛争というものが発生していくことは間違いのないところであろうかと思えます。正確な統計かどうかわかりませんが、電子商取引の分野などでは全ての商取引のうち3～5%は何らかの形で紛争になるというようなことが言われておるようであります、それが全世界において何十億とかいうオーダーの取引がもし年間行われることになる、そこにおける紛争というのも巨大な数のものになるということなのだろうと思えます。そのそれぞれは裁判で解決するような紛争ではない。ある意味ではささいなものということなのかもしれませんけれども、取引の信用性というものを確保して経済活動を活性化していく上においては、何らかの形でそういう紛争に対応する。発生した紛争を解決し、そもそも紛争が発生しないようにそれを予防するシステムというものをビジネスの中で、あるいは社会の中にビルトインしていく必要があるのではないかと考えています。

そういう意味ではADR、裁判外の紛争解決というのは非常に大きな役割を果たしていくということは、この消費者分野においては間違いなく言えるのだろうと思えます。裁判手続もそれに対するアクセスを拡充していくように、さまざまな努力が払われております。最近では裁判のIT化ということが言われ、2020年代半ばに向けてそういうものが進んでいく可能性はあるわけですが、やはり裁判というのは消費者から見れば非常に敷居が高いわけで、ADRを充実、活性化していく必要性というのは非常に強いということが言えるのだろうと思えます。それは諸外国の動向、今日フランスの御報告がありましたけれども、それは共通しているところなのだろうと思っております。そういう意味ではこのADRをより強力にしていくシステム、日本における一つの成功例は恐らく金融ADRと言われるものなのだろうと思えますけれども、金融ADRは事業者側から見ればかなり半強制的な、あれが果たしてADRと言えるのかという議論もあるところでもありますけれども、かなり強い仕組みがつくられているわけでもありますけれども、同じような仕組みがほかの分野でつくられるかどうかというのはなかなか難しいところもあるわけですが、やはりそれを考えていかなければいけなくなってくるのではないかと考えています。

また、そのADRの手続におけるオンライン化というのも大きな課題で、EUにおいてもオンラインADRに関する取り決めというものも行われていると伺っております、消費者のアクセスの向上を考える場合には、本格的な検討が日本でも必要になってくるのだろうと思えます。

さらに、プラットフォーム企業の責任というものが今日も出ましたし、これまでも何度か出ておりますけれども、プラットフォーム企業が紛争解決についてもプラットフォーム

を作っていくという社会的責任というものがあるのではないかと考えます。そこにIDR (Internal Dispute Resolution) というもので、企業内部での紛争解決システム、従来の言葉で言えば苦情処理と言われるようなものでありますけれども、特にC to Cの取引を仲介するようなプラットフォーム企業において、顧客間の紛争をどのように解決していくかというのは一つの新たな問題となるのだらうと思いますけれども、そこで現在、注目されているODR (Online Dispute Resolution) のシステムというものがプラットフォーム企業などで作られて、そこで多くの紛争が解決されているということが指摘されております。これも正確な数字かどうか分かりませんが、私が読んだものでは例えばEDECにおいて年間6,000万件の紛争が全世界であって、その紛争解決の方法としてはやはり一時的には今日の中川先生のお話を伺っていて、興味深かったGoogleの忘れられる権利の話がありましたけれども、あれと同じような仕組みというか、まず最初は人間が介入せずにコンピューターでこれまでの紛争の情報、ビッグデータからAI等が解析をして、一定の紛争解決の提案をして、それに基づいて消費者は交渉をする。それで解決ができない場合に初めて人間が出ていってオンラインで紛争の解決を図っていくというようなシステムが構築されているという話を伺いました。恐らくそのような形で紛争解決がどうしても解決できない場合には、さらに企業の外のADRで解決するということになるのだと思いますが、できる範囲で内部で紛争解決のメカニズムをつくっていくというのが企業の責任になっていくのではないかと。それに誘導していくような何らかのシステムというものが必要になってくのではないかと考えております。

最後の二つはつけ足しのようなことになりましてけれども、若干の感想として、一つは消費者法の立法の立案のあり方というのですが、私も幾つかの法律の立案にかかわってきて、消費者分野の立法というのが非常に難しいという印象を持ちました。利害が尖鋭に対立する当事者、事業者、消費者の間で可能な法律のあり方というものを考えていくということで、結果としてそこには妥協による解決がなされ、なかなか立法が進まないということになりがちである。ただ、社会のほうは先ほどのように非常に変化が激しく、対応すべき問題は多岐にわたり、また、迅速な、スピーディーな対応が要求されるという中で、なかなか立法のほうは進まないということがあるのかなと思います。これについては消費者委員会でも検討をされているやに伺いますし、決定的な解決策というのはないのかなと思いますけれども、例えば立法事実、しばしば立法事実をめぐる争いというものが事業者、消費者間で生じることがあるように思いますけれども、その立法事実について何らかの共通認識を持てるような共同研究といったことが考えられる。あるいは利害対立の中で立法を進めているほかの分野、例えば労働関係の分野などから何らか得られる知見はないかというようなことを思ったりいたします。

最後の消費者団体の活性化というのは、これは私のもう一つの立場であるNACSという消費者団体の会長を務めているところからの感想であります。これまでも出ていますように消費者団体の役割というのは非常に重要になってきて、消費者相談、消費者教育あるい

は最近では紛争処理、適格消費者団体としての役割、そういったようなものが課されるようになってきているわけですが、他方で、しかし日本の消費者団体が非常に活性化しているかという、かなり疑問があるところでもあります。会員は高齢化し、会員数は減少し、その結果として財政は非常に脆弱な状態である。これは会長としての率直な思いでありませんが、私が会長をしているNACSというのも10年前は4,000人近い会員がいたわけですが、現在は3,000人ほどになっております。先ほどフランスの消費者団体は1万人以上の会員があるというのが適格の前提であるというお話を伺いましたが、日本に恐らく1万人の会員がいる消費者団体というのはないのではないかと思いますけれども、そういう状況で、フランスの消費者団体を見に行っただけでもありますが、財政的にも私が行った団体は特に出版物で非常に収入を得て、それでかなり財政としては国から援助を受けなくても大丈夫だみたいなことを言われていて、非常にうらやましい思いをしたわけでもありますけれども、それぞれの国でのそれぞれの活性化というのはあるだろうと思いますが、日本でもかなり真剣に、これだけ消費者団体に期待するところが多いとすれば、その活性化策、サステナビリティを維持するような方策というのでも政策的に検討すべき時期なのではないかという印象を持っているところでもあります。

以上が雑駁なお話ですが、私のコメントとさせていただければと思います。かなり時間が既に迫ってきましたけれども、あと本日の議事全体、中川先生のお話、外国の制度、法制の紹介、それから、中原さんと私のコメント、どの点についても結構ですので、もし御質問、御意見があれば頂戴したいと思います。浦郷委員、どうぞ。

○浦郷委員 私は最後の山本座長の消費者団体の活性化というところ、本当にまさにそのとおりだと思います。消費者団体の役割はすごく今、重要化していると思います。でもやはり高齢化が進んでおりますし、財政も非常に少なく、なかなか活動しにくいというところもあります。私どもの全国消団連でも消費者団体のあり方というところでいろいろ話はしてきたのですが、なかなか解決策といいますか、難しい。もっと若い世代の方々にも消費者問題にもっと関心を持ってもらいたい。自分事として捉えてもらいたいという思いはあるのですが、なかなか伝えることができないというところです。外国の消費者団体は出版物とかでとても利益を出しているというところなのですが、日本にももちろんそういうところもございますけれども、そうやって専任でやるような人を入れるような財政的な基盤もないというところです。しかし、行政のほうでもいろいろ施策をつくるなり、立法するところで消費者の意見とか消費者の視点はすごく大事になってくると思うので、そういうところでは消費者団体は大変期待されているところもありますし、企業の側にとっても今、消費者志向経営ということを言われていますので、消費者の声はとても大事にされると思うのです。

そういう意味で消費者団体のあり方といいますか、私は個人的に思うのですが、これからの消費者団体というのは一昔前の主婦がやる運動ではだめだと思うのです。そういうところを消費者団体の中だけで話していてもなかなか進まないと思いますので、ここ

は消費者庁さん、行政のほうも一緒になって、あるいは事業者の方も一緒になって消費者団体の活性化というところを次回の基本計画の中に入れていただけたらなというのをとても感じております。山本座長のお話に深く共鳴したところです。ありがとうございます。

○山本座長 ありがとうございます。私が申し上げたかったことを付言していただきました。

他に、岩崎委員、どうぞ。

○岩崎委員 時間のないところ済みません。今後、取りまとめに向かわれるということで、すので若干感想めいた意見で恐縮なのでございますけれども、ネット、それから、シェアリングエコノミー、デジタルイゼーションとかそういった革命的な時代の変化があるということで、今レジュメでも御指摘いただいたところでございます、その結果様々なトラブルが増えていく。こういった懸念がこれまでの検討でかなりいろいろな方から御指摘されてきたと思います。

ここで感想なのですけれども、最近、中国のデジタルイゼーション、スマホ決済ですとかシェアリングエコノミーですとかいろいろな個人の信用のつけ方ですとか、そういったことがあって政治家とかお役人の間では深圳詣しんせんもうででというのがはやっているということがございまして、そういった報告をお伺いすると、中国では詐欺とかだましとかにせ札とか、そういうものが当たり前だった社会が急速に信用の度合いが上がってきて、1回だますと個人のスコアリングが減ってしまっていて今後、決済ができないとか、そういった犯罪が減ったりにせ札がなくなったりとか、そういったような効果もあるやに伺っています。これは他方で中国で監視カメラが発達していて、ジョージ・オーウェル的な監視社会に住んでいるという、光と影の両面があるとは思いますが、デジタルイゼーションによって何がしか日本はほとんど現金決済の国ですけれども、いろいろなだましとか犯罪とか、日本は少ないですけれども、そういったプラスの面もあるのではないかというような印象を受けているところでありますので、今後、中間まとめ、最終まとめに向けて御検討を進めていく中で、そういったような観点も若干踏まえて御検討いただけたらなと。こう思う次第でございます。

以上でございます。

○山本座長 ありがとうございます。

千葉委員、どうぞ。

○千葉委員 これからまとめに入るところですので一言お話ししたいと思うのですが、今日中川先生からも話があったところでございますが、高度情報産業社会というか、そういうものを念頭に置いて次の第4期のところで何か要するに既存のところではできないことがあって、既存の取組のままでは対処が不十分なところがあって、後者の問題を考える際に今日のお話にもありましたが、消費生活のほうからしますと事業者が世界中の人を相手にして商売をしているビジネスについて、日本の国民を日本がどう守るのかという観点から国際協調をした消費政策を展開するという場面が一つ大きくあるということ

になると思います。それはビジネスの市場の規模が国境を越えているという状態で、これまで余り想定されていなかったビジネスモデルが非常に重要になっているということだと思います。

もう一つ、今日のMyDataというお話だったと思うのですが、これはむしろ特定のデータのある種、関心のある人が利用をするというタイプのところで多分EUとか日本ではアメリカに対抗するためにはそういうビジネスモデルで産業政策を展開していかなければならないという問題があって、これとの関係で高度情報社会の中で消費生活に関する部分で消費者政策をどう打つのかという二つの違った問題が多分ありそうで、そこを意識した上で政策を展開することが必要だと思います。前者のほうは国際協調がないと、例えば国内のある県で被害を受けて政策を打ったところ、他県に行って被害が出たというのが国際規模で起こることになりますので、キャッシュレス決済の観点を具体的に言えばEUが早く進んだ結果、今アメリカがそれに対して規制をかけるということが2015年から急速に進んでいまして、実は日本が非常におくれているので、EUで稼げない業者は次にアメリカに行って、アメリカで稼げなくなったら日本に来るという状態になっているわけですので、ぜひ国際協調の点で全体的なルール構築をどうしていくのかということが必要ですので、そこは切り分けながら迅速にということだと思います。その点が一つ。

もう一つですが、消費者団体の話というのはかなり短期的に解決できる問題ではなくて、一つは消費者教育がちゃんと十分にされた国民をたくさんつくることが必要で、消費者教育のところから底上げしていかないと担い手というのは育成できない。先ほど主婦が片手間で作る話ではなくなっているというのはそのとおりだと思います。そのために特に消費者団体のほうについては現状のところ、次の期のところでぜひ御検討いただきたいとか、この会合でも御検討いただきたいのは、消費者コーディネーターというものをどういう形で消費者団体と関連づけながら権限とか役割とか考えていくのかということ是非常に重要になってくると思いますので、その点をぜひ取り上げていただきたいと思います。

以上です。

○山本座長 ありがとうございます。

他にいかがでしょうか。川廷委員、どうぞ。

○川廷委員 前回抜けていたり、全体の流れがもしかしたらぼけてしまっているかもしれませんが、まとめに入るという話を聞いて、全体の議論の流れの中でどのように自分が差し込んでいいのかなというのが分からないので難しいなと思ったのですが、消費者保護という大きな視点は非常に重要だと思っています。自分も第1回るとき、個人的に来なかった通販を買ってしまったという話をしましたが、一方で自分がSDGsとか主体的に社会に参画し、社会を自分たちの消費行動で変えていくということも消費者被害に遭う人間も同じ人間がそういう意識を持って、自分の消費行動で社会の見方を変えていかなければいけないんだという飽くなき挑戦もするわけですから、消費者計画の中で消費者を守ると

いう大きな視点はもちろん重要なのですけれども、消費者のそういったことを応援するという社会的な仕組みをどういうふうにもこの中で反映いただけるのか。つまりSDGsも当然国連が採択し、日本政府も推進本部を設立し、実施指針も策定し、アクションプランまで立ち上げている。その中で消費者庁さんとしてこれをどうコミットして、具体的に前向きな政策として消費者の能動的、主体的な行動を促して、それをどうやって国として応援していくのかということの具体的な記述をしていきたいし、目標12番の「つくる責任つかう責任」という日本語の背景には、持続可能な生産と消費という企業任せの話ではない消費者自らが使う責任を考えて購入後の行動もSDGsが大きく目標としている人間と地球の繁栄、幸せを考えた消費行動を当然前提としたものになってきますので、そのあたりのことを入れることで先ほどの消費者団体の世代交代論みたいな話だったと思うのですけれども、その次の世代の消費行動を考える方々が守られる消費行動だけではなくて、応援してもらえる消費行動というものを国に対する期待というのがあるのではないかと。そういう世代論を含めて考えていただけるとありがたいなというのを改めてここで意見を言わせていただきたいと思います。

以上です。

○山本座長 他にいかがでしょうか。それでは、よろしければ時間がちょっと過ぎておりますので、今回は今もお話がありましたように、今後の取りまとめに向けて皆さんに御意見をいただく機会がございますので、本日については議論はこの程度にさせていただきたいと思いますが、最後に消費者庁から他にございますか。

○川口次長 今日にも熱心な御議論ありがとうございました。

私事ですが、2年前、日中韓の局長級の国際会議に出まして、そのとき日中韓デジタルエコノミーのような各国の取組を説明したり議論したのですが、率直に言ってそのとき、中国、韓国、日本の順番に議論が進んでいるなと感じました。これは2年前のことですが、その後もどんどんその差は大きくなっているかもしれないという感じがいたしております。

本日は技術の最先端の話为背景にして個人データの話も深掘りいただきましたし、このテーマは先般も申し上げましたけれども、個人情報保護委員会ができて消費者政策の外に行ったかのような錯覚に消費者庁も陥っているところがございますが、決してそうではないということのを改めて実感した次第でございます。

また、紛争解決や行政規制という非常に重要なテーマを座長、座長代理から最後まとめていただきましたので、いよいよ中間取りまとめの議論を次回深めていただければと思います。どうぞよろしく願いいたします。

○山本座長 ありがとうございます。

それでは、次回の日程につきまして事務局からお願いいたします。

○澤野企画調整官 次回でございますけれども、来月6日の13時から、場所はこちらの会議室で開催することを予定してございます。次回でございますけれども、現行の計画の中間的な進捗状況の御紹介、それから、これまでも縷々出てございますが、中間的な論点整

理についてお示しすることを予定してございます。詳細についてはまた改めて御連絡申し上げます。

○山本座長 ありがとうございます。そのようなことで、この検討会もいよいよ佳境に入るということになるかと思えます。毎週続けてという、来週ということになりますけれども、引き続きどうかよろしくお願い申し上げます。

最後になりましたが、本日はお忙しい中、中川様には貴重な御報告を賜りましてありがとうございます。座長としても御礼を申し上げたいと思えます。

それでは、本日の検討会はこれで閉会にいたしたいと思えます。ありがとうございました。