

第4期消費者基本計画のあり方に関する検討会
第11回議事録

消費者庁消費者政策課

第11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11月12日（月）10:00～

場所：中央合同庁舎第4号館 1214会議室

1. 開 会

2. 議 事

報告書骨子案について（自由討議）

3. 閉 会

○内藤消費者政策課長 皆様、おはようございます。

ほぼ定刻でございますので、第11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、御出席をいただきまして、まことにありがとうございます。

本日でございますが、伊藤委員、坂本委員、首藤委員から所用により御欠席との御連絡をいただいております。

若干カメラ撮りがございますので、しばらくお待ちください。申しわけありません。

よろしいでしょうか。

それでは、ここからの進行は山本座長にお願いいたします。

○山本座長 皆さん、おはようございます。本日もよろしくお願ひいたします。

それでは、まず、配付資料の確認について、事務局からお願いいたします。

○澤野企画調整官 それでは、配付資料を確認させていただきます。お手元にお配りしております一覧とあわせて御確認をお願いいたします。

議事次第、座席表、それから、本日、資料といたしまして、本体の資料として報告書の骨子（案）、委員の皆様方におかれましては、机上配付といたしまして、先週の段階でお送りしたもののからの見え消しもあわせてお配りしてございます。

参考資料といたしまして、第10回、前回の検討会の概要をお配りしてございます。また、机上のみで恐縮でございますけれども、前回の資料2について、委員の皆様方にはお配りしているところでございます。

落丁等がございましたら、都度で結構でございますので、お申しつけいただければと思います。

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。

本日の議題は、報告書骨子（案）についての自由討議ということになっております。

最初に、資料につきまして、事務局から御説明をお願いいたします。

○内藤消費者政策課長 事務局でございます。

恐縮でございます。メインテーブルの方には、席上に2点、資料を配付させていただいているものがございます。先ほど御紹介もありましたけれども、事前に配付させていただいた資料から報告書の骨子（案）が意見を反映し切れなかったものを週末にちょっと作業いたしまして反映させていただいております。その見え消し版を用意させていただいております。大変恐縮ですが、ちょっと秋らしく真っ赤になってございますけれども、御容赦いただければと思います。

もう一点、前回資料の2のほう、パワーポイントのA4横のものを御用意させていただいております。これについて少し先に御説明させていただきたいと思います。

実は、前回、これは長谷川委員から御質問をいただいていたことへの宿題返しでござい

ます。前回資料2の3ページ目をお開きいただければと思うのですが、消費者権利指令の改正、一番下のところがございます。これについて、最後から2行目の行でございますが、デジタルコンテンツやサービスを提供する契約の対価について、従来の金銭に加え、個人データを追加するというような記述がございます。前回、EUの消費者法制の改正提案の内容について御説明をした際、この部分を御説明したわけですが、長谷川委員のほうから、この定義変更について、例えば日本の場合は、消費者契約法では対価があるがなかろうが、要は、金銭であろうがデータであろうが消費者契約ということになるので、何か現状と変更があるのか、何か変わってくるのかという御趣旨で御質問をいただいております、事務局のほうで一度引き取らせていただいたところがございます。

確認をいたしましたところ、まず、消費者契約法につきましては、まさにおっしゃるように、消費者契約については、特に対価等の記載はございません。実は、この消費者権利指令でございます。これは私の説明が不十分だったのですが、日本で言うところの特定商取引法に当たるものになってございます。特定商取引法の場合、契約というのはいわゆる販売契約というような形で、有償での契約ということが日本の場合は前提になっております。今回、EUの改正提案におきましては、対価を金銭以外にパーソナルデータを含むという形での改正提案がなされているということになりますので、仮にそれをそのまま日本の特商法に適用するとした場合には、当然その部分は定義の変更が必要になってくるのではないかとございまして、非常に粗雑な回答で恐縮なのですが、一応確認した結果はそういうことということで、御報告を申し上げます。

改めまして、骨子（案）のほうについて御説明させていただきたいと思っております。メンバーの皆様には、大変恐縮ですが、見え消し版と反映版の両方をお手元に置きながら説明をお聞きいただければと思っております。

まず、全体の構成でございます。これにつきましては、前回の会議で論点として提示したものと、今年夏の間取りまとめの段階で論点となっていたもの。この2つをくっつけたもの、マージしたものであるものが、ばらばらとおめぐりいただきますと、中ポツの後にちらちらと書いてあるもの。これが中ポツの部分がいわゆる論点ということでございまして、これを10個の柱、ここでは何とかという視点という、視点という言葉にしておりますが、それに整理をしたということでございまして、かつ、その柱の中でも論点のまとめりと小見出しをつけまして、前文、リード文をつけたというのが大きな全体の構成となっております。

なお、前回の会合では、9つに実は整理しておったのですが、委員の御意見をいただきまして、安全・安心という柱が増えまして、全部で10個の視点になっている。現在、9番目ぐらいに入っているかと思いますが、安全・安心の柱が増えて、全部で10という形になってございます。

順に御説明いたします。結果としまして、骨子というよりも何となく本体に近いような文章になってございますけれども、基本的には中ポツの部分がこの検討会の提言事項にな

るという認識で、今回は御議論いただければと考えてございます。

これからの消費者政策に求められる10の視点ということで、これについては10個羅列になっていないかという御指摘もありましたが、ひとまずそのままにさせていただきます。

1つ目でございます。技術革新による社会の変化に対応するという視点。ここにつきましましては、3つに章分割をしております。①から③でございますが、①が新しい技術の社会実装への対応、②が新しい課題に対する制度的な見直し、最後がデータ活用社会への対応という形になってございまして、まず、①でございますけれども、リード文は恐縮です。ファクトベースで書いておりますので、原則説明は省略をさせていただきまして、適宜何か事実誤認等がありましたら御指摘いただければと思いますけれども、中ポツの論点のところをごらんいただければと思います。反映版では2ページ目になってございますけれども、ここは2つございます。自動運転、ドローン、AI、IoT、ビッグデータといった新しい技術について、利便性向上と消費者保護、この適切なバランスを図ってルール整備をすべきではないかというのが1つ目の論点でございます。

2つ目は、そういった技術革新の成果を消費者行政の現場に導入しましょうということでございまして、具体的には、チャットボット、ODR、もう少し、3行ほど下がっていただいて、SNSの発信主体を若者が担って行うといったようなこと。最後の行、下から2行目ですが、文字による相談が可能となるようにすべきといったことでございます。

それから、②でございます。これは少し説明をさせていただければと思っておりますけれども、最初の段落に少し書いてございますが、GAFAという存在がございます。グーグル、アマゾン、アップル、フェイスブックの頭文字をとったものでございますけれども、グーグルは検索サービスでございます。御存じの方は多いかと思いますが、アマゾンがオンラインマーケット、アップルはいわゆるスマホ、フェイスブックがSNSという形になってございますが、こういった企業はネット上に利用者のための取引の場を提供するというので、いわゆるプラットフォーム、デジタルプラットフォームというふうに言われているということでございまして、2段落目の最後の行になりますけれども、御存じのとおり、今や日常生活に不可欠なインフラを提供するような存在になっているということでございます。

3段落目に移らせていただきまして、行としては4行目後半でございますが、プラットフォームを介して商品やサービスを購入する取引というのが若干特殊でございます。例えばアマゾン为例に挙げますと、私どもアマゾンを利用しているいろいろな、例えば蛍光灯とか、そういったものを購入することはあるのですが、その場合、必ずしもアマゾンというお店から買っているわけではございませんで、例えば蛍光灯ですとNECとか、NECライティングだと思っておりますが、そういったお店、別のお店から蛍光灯を買っているということに実はなっている。恐縮ですが、もう一度本体に戻りまして、そうした場合には、事業者と消費者の間の個別の契約ごとに契約が締結されている。したがって、消費者契約法を初めとする消費者の法令は、お客さん、利用者とお店との間に適用がされるということになるわけでございます。

そのまま恐縮ですが、段落を下がっていただきまして、これはどういうことかと申しますと、本来版、反映版では3ページ目の上から2行目、後半でございます。プラットフォーム事業者とプラットフォームの利用者である個人、コンシューマーとの間では、消費者法令の適用があるのだけれども、その対象はプラットフォームをどのように利用するのかという点に限られているということでございます。

わかりにくい例えをもう一個別にいたしますと、ホテルの予約サイトなどで考えていただきますと、利用者はホテルに、例えばホテルズドットコムというところを活用して予約して泊まるわけですが、あくまでもそれはホテルの宿泊契約を何とかホテルと宿泊者が直接締結するのであって、ホテルズドットコムですね。プラットフォームとの関係では、あくまで予約サービスの提供を受けたことだけにとどまる。個別の契約はその内容の範囲内にしか有効ではないということになってくるかと思えます。

これがどういうことになるかといいますと、例えば実際にお店とトラブルになった場合、例えば蛍光灯の調子が悪かった、あるいはホテルの備品がよくなかった。こういったようなお店側とトラブルになった場合には、最悪の場合、お店と直接交渉してくださいねというふうになってしましまして、段落としましては「このため」以下のところになってきますけれども、既存のビジネスモデルと比較して十分な利用者保護が図られていないのではないかというような指摘が寄せられているということでございます。

こうした問題は、実はほかの政府の検討会でも議論になってございまして、次の段落に具体的な検討会の名称を書いてございますが、その段落の上から3行目、「具体的には」以降でございます。プラットフォームの利用者にどんな契約を締結することになるのか、十分な情報が開示されていない。全体の取引システムについて透明性・公平性を確保するためのルールづくりが必要なのではないかというようなことでございます。

こうしたことがプラットフォームについて問題になっているということでございますが、加えまして、これはプラットフォームと密接不可分なシェアリングエコノミーにつきましては、こうした問題に加えて、その段落の3行目でございます。身の回りの私物、財を反復継続してフリーマーケットアプリ、メルカリとかがわかりやすいと思いますが、こうしたところで要らないものを売却するような場合は、それが頻発するような場合には、恐らくもはや消費者ではない。事業者というふうに扱われまして、消費者法制の保護を受けられないといったようなことも相談として寄せられているというようなものがございます。

端的に、ほかの例で言いますと、サブリース契約みたいなもので、今、アパートのオーナー様が同じような問題を抱えているようなこともあるということございまして、そうしたもろもろを含めまして、今後の消費者行政というのは、こういう新しい消費者問題に対応する必要があるのではないかということでございます。

大変長くなりましたけれども、新しい論点がその下に1つ追加になってございます。こちらは少し御説明させていただきます。最初の中ポツでございますが、プラットフォーム

については利用者保護の観点から以下の点を考慮して制度見直しをすべきではないかというところでございまして、（ア）（イ）（ウ）と書いてございます。

まず、（ア）でございまして。先ほど申し上げたような、取引の透明性を実質的に担保する必要があることというのが1つの考慮点でございまして。（イ）が、これがスーパーややこしくて恐縮なのですけれども、ちょっと御説明を加えさせていただきますが、これはいわゆる契約の約款の問題でございまして。通常定期を買うときとか電話を利用するときには、本来きちんと約款を確認した上で同意していただいで利用していただくことが多分筋なのだと思っておりますけれども、少なくとも私は見たことは一切ございません。そういった見たこともないような約款に対して、これまで本当に利用者に効力があるのかというところが少し争いになってございまして。

今、争われている例で申し上げますと、某NTTドコモですが、携帯電話会社が数年前にいわゆる請求書をそれまで大体恐らく皆さんのところにも封筒で届いていたものが、ネットで請求書が届くという形になりました。引き続き封書で届ける場合には、90円ほどでしたか、少し手数料を取りますということが約款変更をされて、今はそういう形になっておるのですけれども、そういった利用者の同意がない約款変更は効力、効果があるのかというように裁判所で争われているところでございまして。

それは裁判所の判断を待つということではございましてけれども、一方で、そこら辺の大もととなる民法のほうの改正が昨年行われまして、（イ）の最初の行にあります定型約款という規定が出てまいりました。これがまさに先ほど申し上げた電話料金とか鉄道の定期とかに用いられる約款のニアリーイコールなものでございまして、いわゆる不特定多数の人とほぼ同一の、画一的な内容で契約を結ぶ。これが定型約款というものになってきますが、これが民法に位置づけられまして、（イ）の4行目でございまして、その約款作成者に対して、約款の変更の自由というものが比較的広い範囲で認められております。

例えば基本的にその相手方の利益に合致するのだったらいいですよというようなことと、あとは契約の目的に反しないで、かつ、合理的であればいわゆる利用者側の同意なしに定型約款の変更をすることが可能になるということが、恐らく2020年ごろから認められるということになっております。

なぜこれがプラットフォームで関係してくるかということなのですが、プラットフォームの約款を見ていただきますと、普通に打ち出しますと、恐らくA4で数十ページになってまいりまして、これも恐らく誰も見ないレベルの長さ、分厚いものでございまして。そういったものまで比較的自由的な、広範な約款の変更権を認めることについて、何がしか消費者保護という観点から問題がないかどうか。こちらを消費者法制の見直しも視野に入れて検討する必要があるというのが、大変長くなりましたけれども、2つ目の考慮すべき観点でございまして。

3つ目、（ウ）でございまして。こちらはある意味でシンプルですけれども、プラットフォーム事業者が利用者間の契約の成立や効力に関連している。何がしか直接かかわってい

るような場合について、トラブル等が発生したときにプラットフォーム事業者に責任が本当にないかどうかということを検討する必要があるというのが考慮すべき点の3つ目でございます。いわゆるプラットフォームサービスについて、こういったようなことを考慮して制度見直しを検討すべきというのが、追加をさせていただいた論点の内容でございます。

少し時間を食いましたので、急がせていただきます。2つ目の論点はシェアリングエコノミーの関係でございます。行としては4行目以降でございます。シェアリングエコノミーを介した取引について、いろいろと寄せられる相談に対応するために、行政サイドの体制構築に向けた制度整備を進めるべきではないかというものでございます。

3つ目のまとめりが、データ活用社会への対応ということでございまして、リード文を飛ばさせていただきまして、反映版では4ページ目の最後から論点をつけてございませけれども、1つ目の論点は、最初の2行でございます。データの利活用によって、取引における企業と消費者の情報格差が進むことへの対応が必要ではないかということで、具体的には個人データを提供しなくても必要最低限のサービス提供は受けられるようにするとか、最後の3行でございます。高齢者に係る情報を悪用されないような仕組みの構築などのルール整備が必要ではないかということでございます。

その下のところにキャッシュレスの話を書いておりますけれども、こちらは下の3行のところでございます。キャッシュレス決済を含む電子決済を安全に利用できる環境を整備するために、利用者保護のための取組をさらに進めるべきではないかという論点を掲げてございます。

2つ目の視点、柱、SDGsの関係でございます。こちらについてはこれまでの御議論でもほぼほぼ異論はなかったと理解しておりますので、恐縮ですが、説明は省略させていただきますが、唯一小見出しで「消費者行政 for SDGs」というものをつけております。本当にこれでいかどうかというのはまた御意見を賜ればと思います。

3つ目の柱に行かせていただきます。「消費者」の捉え方を考え直す視点ということで、反映版では6ページ目でございます。こちらにつきましては、リード文の最後のところをごらんいただければと思います。反映版7ページ目の真ん中のところでございます。「以上の点を踏まえると」以下でございますけれども、「消費者」というのは、これまで個人、家族、家庭のために行動する自然人というふうに捉えまして、事業者との間で契約をする主体と捉えておったわけですが、もうそれだけでは不十分であって、1行飛びまして、情報の質及び量並びに交渉力の格差、いわゆる構造的格差というものがある場合には、広く消費者の利益を守るための総合的な施策を推進する余地がないかを検討すべきであるというリード文の最後になっております。

ここでは3つその下に論点を書いております。順にさらっと御紹介しますと、1つ目の中ポツでございます。2行目の後半からですが、多様化する消費生活にきめ細かく対応・サポートするための施策を消費者政策として導入すべきということ。2つ目は、「消費者」

の像についてはさらに広く捉え直すということ。3つ目、「消費者」というのは「生活者」であって、2行下でございますが、社会や環境にもたらす影響についても責任を果たすべきといったような論点を掲げてございます。

4つ目でございます。こちらは前回「消費者政策」としておりましたが、「消費者行政」ということで、あえて狭く捉えております。こちらはまず、①のところは行政全般でございます。論点についてのみ御紹介させていただきますと、ページとしましては反映版の8ページの真ん中やや上のところの2行目からでございます。どのような社会を目指すのかを第4期基本計画において明示すべきということ。それから、2つ目の論点としましては、基本計画の策定に当たって横断的な政策の企画立案を行い、2行下がりますが、企業、消費者及び消費者団体についての施策も盛り込んでどうかということでございます。

②は消費者庁の機能強化ということでございます。こちら論点のみ御紹介させていただきますけれども、遵法意識が低く悪質な一部の事業者に対して厳格に法令を執行し、その反射的効果として自由な経済活動の環境を提供するというためのもろもろの整備というのが1つ目。2つ目が、いわゆる財産被害事案の高度化・複雑化に対応しまして、特商法その他の法律の執行体制について着実かつ計画的に強化すべきというもの。3つ目でございます。どの省庁の所掌にも属さない事業・サービスについて積極的に対応すべきというもの。最後、4つ目、9ページ目の真ん中のところでございますが、専門家・実務担当者に向けた情報と消費者向けの情報、この両方について情報発信・共有ルートの整備・強化が重要というような論点としてございます。

5つ目の柱でございます。消費者団体・事業者団体についてでございます。論点のほうへ移らせていただきます。反映版の10ページ目の1つ目の中ポツでございます。なかなか表現が微妙ですね。ここだけ読み上げますけれども、消費者と事業者を対局に位置づける枠組みだけでは解決できない消費者問題が増加していることに鑑み、こうした考え方を発展的に解消し、SDGsを軸として消費者と企業を初め全ての関係者が連携して長期的な視野で実現すべき共通の価値を確立するための取組を進めるべきではないかとしております。日本語としてわかりにくいという御指摘があらうかと思えます。

その次、2つ目の論点としましては、これは消費者志向経営についてでございます。3行目に書いてございますが、事業者団体との連携を強化すべきではないかということでございます。

3つ目の論点としましては、消費生活に係る紛争解決手段について、不断に運用状況や課題を検討し、必要に応じて見直しを図るべきではないか。消費者団体と経済団体との間で制度運用上の問題を情報共有するなどの取組を進めるべきではないかということでございます。この部分については、もともと公益通報制度の絡みで委員から御意見をいただいていた部分でございます。情報共有の取組自体は公益通報制度とは直接関係ないというような指摘をいただいたことによりまして、公益通報制度という言葉自体は削除させていただいているところでございます。

②が消費者団体の活性化の部分でございます。論点の1つ目は反映版の11ページでございますけれども、適格消費者団体の機能強化が必要であり、国等からの支援策を充実すべきではないかとしてございます。前回の会合では少し書き込んでございましたけれども、各委員の御意見を踏まえて、ちょっとシンプルな形に修正をかけてございます。

2つ目の論点でございます。4行目からでございますが、消費者団体と行政事業者が連携して、消費者団体の活性化について政策的に検討していくことが必要ではないかとしてございます。

6つ目は国際化の関係でございます。こちらについても余り争点にはなっておりませんので、簡単に御紹介いたしますと、論点が3つございますが、国境を越えた取引に係る相談に対応するために、海外との連携を強化すべき。2つ目、海外の消費者行政の動向を調査して取り入れるべきと考えられる施策は積極的に導入すべき。3つ目、我が国のすぐれた取組を海外に展開すべきということ。

それから、②でございますけれども、12ページでございますが、訪日あるいは在留外国人が直面するであろう日常の消費生活トラブルに対応する必要があるというようなことでございます。

7つ目の視点が地方の関係でございます。こちらについては、本日、伊藤委員が御欠席ですので、また別途伺おうとは思ってございますけれども、①②に分かれておまして、まず、①は行政機能の戦略的強化としてございます。ページとしましては、反映版13ページの1つ目の論点でございます。

2つ目の論点が何となく総論になってございます。まず、国においては、これまでの取組にかわる新たなアプローチ・目標設定を検討すべきということ。2つ目の論点は、地方においては、2行下がりがりまして、総合計画において消費者行政に関連する記述の具体化・充実化を図るということ。さらに2行下がりがりまして、広域連携など、地方公共団体間の連携強化に取り組むということ。全ての地方公共団体において地方版の消費者基本計画を策定するというところでございます。

3つ目、4つ目が各論になってございます。まず、3つ目、消費生活相談員の処遇改善、都道府県が一括採用をして相談員確保が困難な地域に派遣すべきといった仕組みの構築、2行下がりがりまして、長期間消費者行政に携わるエキスパート職員の確保・育成ということでございます。

最後の論点でございます。国については、3行下がりがりまして、地方における取組あるいはそれらが円滑に行われるようなインフラ整備に重点を置いて取り組むということにしてございます。

②でございます。もう14ページに入っておりますけれども、こちらは基盤の充実をタイトルにいたしまして、論点が2つございます。14ページ下から1つ目の論点でございますけれども、簡単に言いますと、交付金での支援というものは徐々に減額し、一定期限までに一般財源にというのが1つ目の論点。2つ目のほうは、そこの3行目でございます。

専ら消費者行政関連施策に充てられる地方の独自財源の確保に向けた検討を行うというものでございます。

8つ目が消費者教育の関係でございます。こちら論点を御紹介させていただきます。反映版15ページの下からでございます。まず、消費者教育の内容につきましては、金銭あるいは契約を初めとする生活設計・家計管理への理解を高校段階までに確実に図るべきということでございます。また、それ以外に、持続可能な云々と書いてございますが、いわゆるエシカル消費あるいはサステナブル消費といったもの。そこから3行ほど下がっていただきまして、ICTの適切な利用、クレマーにならない。こういったことなど、一層の深化を図るべきとしております。

次の論点でございます。「人生100年時代」を見据えて、各ライフステージにおける教育を早い段階から充実するという。学校に加え、それ以外の場でも幅広い年代が必要な知識を習得できるような環境を整備すべきということでございます。

3つ目の論点でございます。3行目後半でございます。消費者教育の充実に教育現場が確実に対応できるように、さまざまな取組をするということ。

4つ目の論点は、専門人材の確保・育成ということでございまして、3行目後半でございますが、消費者教育コーディネーターの育成・地位の向上や全国への配置というものを挙げているところでございます。

ここの次が安全・安心でございます。新しい柱にしてございまして、過去の委員のプレゼンあるいは御発言から論点を新たに追加した部分でございます。こちら恐縮です。論点のみ御紹介をさせていただきたいと思っておりますけれども、17ページの下のところ、中ポツからでございます。国民への情報提供・普及・啓発に包括的に取り組み、表示に係る横断的な課題を検討すべきということ。そこから2行下がります、ICタグ、二次元バーコード、いわゆるQRコードなどを利用して、新しい表示の仕組みを導入すべきというのが1つ目の論点でございます。

2つ目でございます。テキストマイニングによって把握した消費者トラブルについての周知とか、4行目でございますが、民間研究者への情報開示といったようなことに取り組むべきではないかということ。

3つ目がリコール対象製品の関係でございます。そういった安全性に問題のある製品がネット等で取引されるのを防ぐための体制構築という論点でございます。

最後、4つ目、消費者安全確保地域協議会、いわゆる見守りネットワークの取組の加速ということでございます。

最後、10個目の柱でございます。消費者行政の振り返りということで、反映版18ページからになってございますけれども、その一番下から論点がございまして。1つ目は、いわゆるアウトカムを念頭に置いてKPIを設定し、19ページに移りまして、目標が達成できなかったときの検証の枠組みを確立するという。2つ目は、3期の基本計画、現行の基本計画に対する取組の検証・評価というものでございます。3つ目はいわゆる行政の見える化、

4つ目が消費者行政についてのEBPMの観点から検証を行うというようなものでございます。

大変説明が長くなって恐縮ですけれども、討論できる機会がもう残りございませんので、できるだけ多くの皆様から多くの御意見を賜りたく存じます。

事務局からは以上でございます。

○山本座長 ありがとうございます。

今のような報告書骨子（案）について、これから御議論いただきたいわけですが、今後ですけれども、本日いただいた御意見を反映した形で、事務局のほうで報告書（案）、この骨子を落とした報告書（案）を作成して、次回のこの検討会で御議論をいただいて、要するに、取りまとめの段階に入りたいと考えておりますので、本日はその報告書（案）に反映させるべく御議論をいただきたいと思っております。

この骨子（案）について、どの点でも結構ですので、御質問、御意見、どちらでも結構ですので、御自由に御発言いただければと思います。

では、千葉委員から。

○千葉委員 ありがとうございます。

まずはまとめていかなければいけないという段階だと思いますので、今日は10の視点という形で整理していただいて、どんな方向なのかということは今、課長のほうから御説明いただいたところなのですが、基本的に、基本計画は、消費者基本法に基づいてつくるということになっておりまして、基本法のところで基本的な施策として何があるかということは書いてあるということになります。したがって、今日の10の視点というのを基本計画の中で、基本法との関係で、やはり基本的施策と結びつけた形で、まずは表現しなければいけないのではないかとというのが意見の1点目です。

そのような考え方にに基づきますと、一応基本計画のところでは、今日の10個のうち、入っているものと入っていないものがありまして、それについて申し上げたいと思うのですが、安全というのは入っているということになります。それから、安全に係るところで計量・規格というところ、安全と絡めて入っているということに、まず、1点目は整理できるかと思えます。

それから、2点目ですが、これは新しい事態への対応というところで主に書かれているところだと思うのですが、基本法には、基本施策のほかに社会状況の変化に対応して講ずべき施策として、消費者の意見が表明できるとか、苦情処理とか紛争解決とか、高度情報通信社会とか国際化といったようなことが入っているのですが、後半の社会状況の変化に対応したところが一応入っている。基本施策のところではなくて、そちらのほうについてまずは入っていて、それがどの基本施策と結びついているのかということを表示したほうがいいのではないかと思います。

先ほどの高度情報通信社会のところや国際化の主な問題というのは、実は、デジタル社会になってきてというところが背景にあって、いろいろな問題が出てきているのですが、基本施策との関係では契約ですね。契約について、適正な取引を確保するための施策とい

うところとまずは結びついているということになります。それから、消費者が自主的で合理的に選択できる機会の拡大に資する。公正かつ自由な競争を促進するという、この3つの観点との関係で、今の国際化と、高度情報化のところが主に問題になっていまして、そのリンクです。基本施策の何とこれがリンクしていて、特にここに書かなければいけないということをはっきりさせたほうが良いと思います。それから、もう一つ、広告ですね。広告・表示、それから、適正な取引、選択、公正かつ自由な競争と、このところと関係しているというところなんです。

今のような整理をしますと、実は、基本計画との関係でちょっとはっきりしていないところがありまして、1つは、苦情処理とか紛争解決を推進するための施策というのが柱としてないという問題です。実は、書いてはあるのですが、柱がない状態になっていまして、それは基本法との関係では柱を置いておいたほうが良いと思います。1つは、苦情処理体制のところは主に消費者相談員の方の問題とか、地方の行政との関係で書いてあるところが多いのですが、やはり全体として国の相談体制の中でどういう問題があって、改善しなければならないかということは、これは消費者団体のあり方の問題よりは、消費者行政の中で、この苦情処理や紛争解決をどう図るかという問題ですから、やはり柱としては一つ置いたほうが良いのではないかと思います。

同時に、適格消費者団体ですね。これについても同じでありまして、消費者団体のところで書くのではなくて、むしろこの観点から基本法との関係ではまとめた記述が、つまり、柱が1つ必要だというふうに感じます。

以上がまず、全体のところで、今後、まとめていくに当たって必要なことということになります。もう一回申しますが、基本法の基本施策との関係で、この施策がなぜ必要なのかと。次期、2020年以降ですね。それを明確にする。その中で抜けている施策について、柱を立てて集合して書くという点になります。特にこれは苦情処理、それから、紛争解決の推進というところが抜けているだろうということになります。

以上、まず、意見の1点目を申し上げました。ほかに細かいことはありますけれども、とりあえず。

○山本座長 ありがとうございます。

今の点は、千葉委員は、かねてからずっと言われてきたことだと思しますので、ちょっと事務局のほうから。

○内藤消費者政策課長 一度引き取らせていただきまして、また報告書の柱立てとして御議論をいただきたいと存じます。もしこれに限らず柱立て、今、10本で立てておりますけれども、今回、反映は余りさせていただいておりませんが、何となく何というのでしょうか、立体感が欲しいといった御意見等もいただいておりますので、そういったことも含めて、可能であればこの場で御意見を頂戴できれば、またそれを踏まえて事務局のほうで報告書（案）作成の段階で御紹介等をさせていただきたいと思っております。

以上でございます。

○山本座長 それでは、拝師委員。

○拝師委員 私も基本的に今の千葉委員の御意見に賛成なのですが、さらに言うと、消費者基本計画の各施策の大前提として、消費者の権利というのがありまして、それを実現するために各施策が並べてあるという形になります。そういう視点で見たときに、それぞれの項目の施策が消費者の権利のどれにかかわるのかということが、ちょっとはっきり書いていない部分がかかなりありますので、そこは書いておく必要があるのだろうと思います。当然複数の消費者の権利にかかわる部分もかなりあると思いますが、そういう前提で、ちょっと消費者の権利との関係でどうなのかということを見ていただきたい。いろいろ技術革新等がありますけれども、基本的な消費者の権利の発想はやはり変わらないのかなと思っていますので、そこはぜひお願いしたいと思います。

それから、今、千葉委員がおっしゃっていた紛争解決の関係ですね。消費者の権利で言うと、消費者被害に遭ったときに適切な紛争解決が得られるというような部分が合ったかと思えますけれども、1つは地方消費者行政の相談窓口の充実・強化ということもありますし、ネット社会の中でオンライン上のトラブル等を事業者なりあるいはプラットフォーマー等がどういう形で紛争解決にかかわっていくのかというあたりも恐らく横断的にかかわるものがあるって、ダブる可能性はありますけれども、そこは一つ項目として立てると、消費者の立場からすると、何かいろいろなトラブルに遭ったときにトータルでどのように救済手段が得られるのかというふうに見やすくなるかなと思いますので、ちょっと検討していただければと思います。

○山本座長 ありがとうございます。

ほかにこの柱立ての問題で、小島委員、どうぞ。

○小島委員 事務局から御説明がありました10本の視点という柱立て、枠組みについてです。先ほどの千葉委員が指摘されたような問題もあるかと思えますけれども、とりあえず、今示されている10本の視点については、順番も含めて、こんな感じだと思います。まだ不足しているものも多分あるのではないかと思います。なお、7月の中間報告では4つの視点ということでしたので、視点が10本あるというのは、多いのではと思います。施策の柱として10本というのは、わかるのですけれども、視点として10本というのはどうかと思います。さらに工夫が必要かなと思います。

さらに、最終報告では、10本の視点なり10本の柱立てについて、なぜそのような視点を立てたのかの説明が必要です。これは多分「はじめに」、あるいは前文のところに書くのではないかと思います。

7月の中間報告の中でも、今までの経緯や「消費者を取り巻く状況変化」が書いてありますので、まさに基本計画、消費者基本計画第1期から第3期、特に第3期における基本計画の検証・評価をして、その中で明らかになった課題なり、不十分だった課題といったものを明示すべきです。例えば消費者行政の強化とか、あるいは地方消費者行政の強化・充実といったような課題が指摘されている。さらに、現在の社会環境、グローバル化を含

めた消費者を取り巻く環境の変化に対応した新たな課題としてはどのようなものがあるのか。これも各柱立て・視点の中に含まれておりますけれども、超高齢化社会あるいは成年年齢の引き下げとか、情報化社会の進展、グローバル化の進展といったような課題。そういうものに対して国連のSDGsの取組、あるいは今日も資料が配付されておりますけれども、EU指令の見直しの動向など。そういう状況変化を踏まえてどういう新たな課題があるのか。加えて、消費者庁が発足して10年を迎え、今後の消費者行政の役割といったような視点が必要になる。こういう視点なり課題があるという説明を前文なりに記載すべきです。

○山本座長 ありがとうございます。

ほかに、この全体を通じて、浦郷委員、どうぞ。

○浦郷委員 中間取りまとめのときに、この消費者基本法の趣旨に踏まえて、体系的にとでもわかりやすくまとめていただいたのですけれども、今回、骨子（案）のところでは、こういう10の視点ということで出てきています。

どちらのまとめ方のほうがよりわかりやすいかというところで、この視点別でまとめるのも基本法に即した柱立てでまとめるのもいいかと思うのですけれども、やはり先ほどもあったように、基本法の施策との結びつけ、そこは必要かと思えます。

それから、やはり何回も申し上げましたけれども、全体的に文章が長いと思えます。この骨子（案）はやはり公表するからには読んでもらわなければいけない、しかし文字数がこれだけわっとたくさんあると、まず、読むのが大変という印象になってしまいます。リード文の部分で省略できるものもあるのではないかと思います。例をあげると5ページの下のほうの「SDGsの目指すものの多くと重複している」の後に「例えば～」ということで目標について幾つも書かれています。

あとは7ページの真ん中あたりのところです。消費者が弱い立場となるというところで、例えばこの夏の豪雨に関連してという事例が出てきたりとかしています。そういうものは脚注みたいにしてまとめることもできるのではないかと思いますので、ほかにも多分そういうところがあると思えますので、もう少し精査していただければと思います。

あと、やはりこれだけの量ですから、要約版といいますか、ポンチ絵で一目で見てわかるようなものが必要かと思えますけれども、そこら辺は考えておられるのでしょうか。ぜひそこはお願いしたいと思えます。

以上です。

○山本座長 ありがとうございます。

どうぞ、長谷川委員。

○長谷川委員 先ほどから議論になっている柱立てについてだけ申し上げます。確かに消費者基本法に基づいて消費者基本計画は策定されますので、その体系の中で、どのように位置づけられるかを明示するという視点は重要だと思います。また、先ほど拝師先生がおっしゃった、消費者の権利との関係でどうなるのかという視点も大切だと思います。

他方で、皆さんがその方がわかりやすいとおっしゃるのであればいいような気もするの

ですが、例えば、今回の報告書骨子(案)の9ページでシェアリングエコノミーの発展に伴う今後必要な対応として現行の枠組みでは対応できない事例についても対応すべきとの議論が紹介され、また、7ページではそもそも消費者・事業者という、消費者基本法に書かれている定義づけを離れて取り組むべき施策があるのではないかとといった趣旨のことが書かれています。つまり、この報告書骨子(案)では、世の中が変化している中で、それに対してどのように取り組んでいくべきかということが書いてあります。従来の枠組みを超えて、今後対応すべきことについて、この検討会のメッセージとしてわかりやすく発信していくという視点も一つあり得るのではないかと考えます。

立法府との関係で、行政府がどういう消費者基本計画を行おうとしているのかを明示することは確かに重要なので、そちらについては別途、例えば参考として、基本計画の項目を基本法の項目にひもづけた資料を作るといったプレゼンテーションの仕方もあり得るのではないかと思います。こだわるわけではないのですが、1つの視点として申し上げました。

○山本座長 ありがとうございます。

どうぞ、千葉委員。

○千葉委員 今の点なのですが、一番典型的に出てくるのは、消費者の見直しのところではないかと。今、シェアリングエコノミーの問題も出てきましたが、メルカリのように物を売り買いしている人は一般の人も、事業者もあるし、要するに、C to CかB to Cか、全部、B to Bと言ったほうがいいのだと思うのですがけれども、そういう状態になっていて、そこでもいろいろトラブルが出てきて、そんなところに消費者政策の観点から、やはり考えるべきではないかという話も一方で出てくる。

そうすると、消費者政策を考えていくときに、消費者とは一体何なのだろうかというところがあって、そこ自体の見直しという話も出てくるのですけれども、8ページ目の冒頭のところをちょっと見ていただきたいのですが、これまで消費者基本法のところが、やはり1条というのは大変重要なところだと思うのですが、先ほど構造的な格差とおっしゃったのですが、情報の質とか量並びに交渉力等の格差がある場合に、要するに、今までは事業者と消費者の間の取引に介入していくという観点。保護のためにいろいろ施策を打つという話だったのですが、その前段のほうの情報量の格差とか交渉力の格差が、これは実は民法のところでも問題になるものなのです。一般的にそこを捉えるのであれば、もう少し広い範囲で消費者基本法の理念に立ち返っても、消費者政策というのが必要ではないかというふうに、私のほうはそう思っています、私のほうもこういう意見で、前回、欠席しましたので、意見を消費者庁のほうにお伝えさせていただいたのです。

そのように考えれば、別に今までのものと違ってではなくて、今までの考え方に立ったとしても、消費者政策を図るべき場面というのが拡張して捉えられるのではないかと。何もなくてやろうということは、必ずしも議論が錯綜するだけでよろしくないと思いましたが、基本法の1条に立ち返って、この情報力、質とか量の格差がどんな問題をもた

らし得るのか、あるいは交渉力の格差がどのように出てくるのかというふうに考えれば、個人事業者の問題であったり、シェアリングエコノミーの場合の取引の問題なども考慮の対象になるかなと思うというところです。

また、この会議体とは異なりますが、独禁法との関係でも、最近では、消費者についての利益は、公正競争が行われれば反射的にという考え方ではなくて、最近の有識者会議では消費者との関係でも優越的地位の濫用の問題を検討するということまで明言されておりますので、それとの関係でも両者のすみ分けをしながら今言った観点に着眼して消費者政策として打つということが必要だと考えます。

○山本座長 ありがとうございます。

阿部委員、どうぞ。

○阿部委員 ありがとうございます。

先ほども浦郷先生が言ったように、最初の中間取りまとめから随分項目が増えて、10項目になったのだということにおいては、やはりこういう理由で増えたのですよというところを明確にされたらよろしいのかなと思っています。

先ほどもリード文というところでお話はいただいておりますが、そこがやはりもう少しわかりやすく、消費者が読んでわかりやすい文になっていけば、そういう意味で、大きく増えた部分のところの理解ができるのかなというところがあります。

それから、やはりその中で、消費者としてこれが自分たちがどういう形になっていくか。要は、こういう時代の背景において、消費者が起こり得るこれからの問題とかいうものに関しても、もう少し具体的に書いていくとよろしいのかなというところは感じたところです。

リード文に関して、これも後からの討議になるのかもしれませんが、やはり読んでいて、皆さんに読んでもらったりしたのですが、片仮名の言葉とか、これをわかるためにまた調べなければならぬというようなことがございましたので、時代の反映の上でこういった片仮名の言葉がどうしても必要になるというところはあるのかもしれないのですが、そこにおいてもわかりにくいというところもございましたので、それもあわせてお話しさせていただきました。

○山本座長 ありがとうございます。

森光さん。

○森光委員 同じような意見の重なりになったら申しわけないのですが、この資料をいただいて、まず、視点という形でまとめていただいたのは個人的には大変わかりやすい反面、例えば出てくる順番の1から10を、タイトルを順繰りに読んでいくと、1、2が何となく、多分、先ほど千葉委員が言われたところと言う社会の状況の変化にかかわる柱だなど。ただ、それからきつとこうがたっと見直す形のが3、4と続いて、5までいって、見直したり、振り返ってみたり、6でまたグローバル化が出てくるので、1、2に関連しているような形になってくる。その後、今度はどちらかというところでお話で、先

ほど言っていました千葉委員の話では、柱のない部分に1個柱をつくって考えたほうがいいというところが動いて、最後は安全とか、またそれで10番のところまで消費者行政をまた振り返るとなっていると。

この辺はもしかすると、これは骨子(案)なので、これで報告書という形でいくときに、先ほどの千葉委員の意見とか皆さんの意見を考えていくと、やはり10個は10個でいいと私は思うのですけれども、4つぐらいの章立てみたいなのがある中に2つとか3つまたは1つのこういった視点というものが言葉を変えて盛り込んでくと、このカテゴリーでこういうことを意見で言っているのだなということが少しわかりやすいかなというのを思った次第です。

その辺がもしテキストなどでお配りのときにはわかりやすいかなと思った意見です。

○山本座長 ありがとうございます。

全体の構成について、多々御意見をいただきましたと思いますので、私自身も読んでみて、なかなか全部読み通すのが大変だったという率直な印象を持ちましたので、消費者、事業者その他の関係者の方々によりわかりやすく伝えるという観点から、さらにリファインしていただければと思います。よろしくお願いします。

それでは、全体的な構成、書きぶり等については今、御意見をいただきましたので、個々の中身についての御質問あるいは御意見をいただければと思います。特にどの部分とかは区切りませんので、どこからでも結構ですので、お願いをいたします。

御報告の際に、皆さんに配られているクリア版か、それともということを確認にいただければありがたいです。

拝師委員。

○拝師委員 細かい点が幾つかあるのですけれども、反映版というのですか、クリア版のほうの7ページ一番下のポツ、消費者の概念などが出てくる場所ですけれども、3行目の「大量生産・大量消費により社会や環境にもたらす影響についても責任を果たすべきではないか」とあるのですが、ここは前に申し上げたように「責任」という言葉ではなくて、「役割」「積極的な役割」という表現にさせていただきたいと思います。もちろん環境に対しては責任を持っているのかもしれないですけれども、事業者に対する責任とか、あるいは行政に対する責任ということではないかと思しますので、この言葉遣いは正確にさせていただきたいと思います。

9ページの最初の中ポツのところなのですけれども、悪質な一部事業者とコンプライアンス体制が確立している事業者で対応を異にするという部分は程度もありますが、そこはあり得るのかなと思うのですが、最後のところに「自由な経済活動の環境を提供するために、人材確保及び専門性の向上を図るべきではないか」とあるのです。仮にそのために行政としてそれなりの予算手当ををするという趣旨だとすると、そこはどうなのかなと。厳しい法令の適用を緩和するというような優遇措置はあり得ると思うのですけれども、それを超えて消費者行政の分野で人材確保、専門性の向上を意味しているとすると、ちょっと

どうなのかなど。事業者がみずからそのために頑張るといふ趣旨ならばわかるのですけれども、消費者行政として人材確保ということについては抵抗があるなと思いました。

13ページの一番下のところのエキスパート職員の話、私のほうが前回指摘をさせていただいて、入れていただいていたと思っていますのですけれども、これは地方そのものがそういう工夫をするということももちろんそうなのですが、そういう人材をそもそも確保して育成することそのものがこれまでの地方消費者行政ではなかなかやり切れていなかったという大前提がありまして、そのために国がしっかり支援していくことが重要だと思っています。一つは、例えばそういう人材の手当については多少補助金を多目に手当でするとか、あるいは、新未来創造オフィス話を載せていただいていますけれども、そういうところへの受け入れを優先的にするとか、国がこういうエキスパート職員のようなものをつくって育成していくために支援するのだと。そういう国側のサポートの視点も表現としては入れていただきたいと思ひます。

それと、若干視点の位置づけにもかかわることなのですが、18ページの3番目のポツで、消費者安全確保地域協議会の話が出ています。これは突如ここに出てきているような感じがするのですけれども、基本的な認識としては、地方消費者行政の基盤の一部だと認識をしまして、簡単に言うと、例えば消費生活センターの活用というか、何かトラブルに遭ったときに消費生活センターに行く人が消費者の中では3.5%にすぎないということですね。あるいは、さまざまな消費者トラブルに関する情報を行政が一生懸命発信しているのですけれども、それが届かず活用されていないという現状を抜本的に変えていくために、地域のいろいろな団体の力をかりようと。そのための結節点として消費者安全確保地域協議会が位置づけられると考えると、手足という言い方は限定的過ぎるのですけれども、行政課題を地域の団体も受けとめて情報を共有しながらやっていくという意味では、まさに基盤そのものの拡張だと思っていますので、そちらの位置づけは考えていただきたいと思ひます。

あわせて、今までどういう形で発言していたか確認できなかったのですけれども、各地域の団体が継続的に連携して、センターと密接な関係をとっていくためには、そこで地域に中心的に消費者問題に関心を持って活動する人材の育成が重要だと思ひまして、消費者安全法上は消費生活協力員という形になっていますが、そういう形での人材の育成と活動支援もあわせて、協議会のところで書くのか、あるいは消費者教育であったり、消費者団体の担い手の育成にもつながっていく話だと思ひますので、そういう人材育成についてもあわせて触れていただくとありがたいかなと思ひます。

以上です。

○山本座長 千葉委員。

○千葉委員 まず、個別に申し上げるのは時間の関係もありますのでやめますけれども、リード文と下のポツのところ具体的な政策提言だとおっしゃるのですが、このリード文と下のポツが必ずしも論理一貫していないところかなりありますので、また個別に、こ

こはどう関連するのかというのは直接申し上げたいと思います。まず、それが1点目です。

2点目ですが、内容のところをお話しさせていただきたいのですが、今、弁護士委員からお話がありましたけれども、地方に協議会というのがいろいろなところでいっぱい出てきているのですが、教育のところもあるし安全のところもある。だけれども、全体として地方の行政を推進していくために国が協議会をつくってくださいと言ってつくる、その協議会の全体像がどこにも見えないというのが、このところでまず問題なのではないかと思えます。

それで、一応このように現状はなっているのだけれども、さらに推進すべきところがどこなのか。この形で国と地方の行政との関係については少し記述を入れていただいたほうが、見通しがよくなるのではないかと思うというのが、個別のところの1点目です。

それから、先ほど苦情処理とか紛争の話をしました。苦情処理と教育のところの問題になってくると思うのですけれども、まず、この基本計画は2020年以降のところになっているのですが、2020年までに、例えば消費者教育のところについて、見え消しがなくなった完全版ですと15ページから「消費者教育を戦略的に推進するという視点」というのが登場するのですが、既に4省庁の合同プログラムができて、2020年までインテンシブに事業を促進するということを書いておまして、それはやっている状態でもありますので、その事実は全く書いていない。実はそれ以降のことをここに書かなくてはいけないのだけれども、その以前のところしか書いていない状態になってしまっていて、そこは見直しをさせていただく必要があるだろうと思います。今、やっていることを書いている状態、進めようとしていることを書いている状態ですので、それが一つになります。

戻りますが、消費者教育のところでお話ししようと思ったのは、消費者教育コーディネーターというのが出てきたりするのですけれども、消費者団体のところでもコーディネーター制度というのがあって、消費者団体をどういうふう育成・強化していくのかというのは一つの柱だと思うのです。これについて以前から私は何度か申し上げたのですが、少ししっかり考えないと、要するに、計画だけあって実効性がない状態になってしまいますので、申し上げたいのですが、消費者団体は恐らくまずは地方の行政との関係で消費者センターの消費生活相談員を支える重要な母体になっているという側面がある。それから、消費者教育とか啓発ですね。ここでも重要な母体になっている。それから、通常の消費者団体ではありませんが、通常のことと言っていると問題がありますが、紛争解決のところでは適格消費者団体として登場するという問題があって、機能を現状やっていることを全部消費者団体というふうにやってしまうのではなくて、どこの機能との関係で消費者団体というのは重要なのかということを確認した上で、具体的な施策を2020年以降について考えるべきだと思います。

適格消費者団体については、財政的な補助しか書いてありませんが、大事なことは、行政の尽力だけでは全ての紛争解決ができなくて、割と違法性の程度の高い、法執行まで行かなければならないようなものは消費者庁がぜひやっていただく。だけれども、そうでは

なくて、通常から外れているというようなところを、適格消費者団体を補助してそこにやってもらおう。全部が全部国がやらなければいけない仕事なのかという観点から、単に財政的支援ではなくて、紛争解決のための適格消費者団体の位置づけといったものを念頭に置いて展開されることが必要だと思います。

それから、苦情ですが、苦情も相談員さんの給料が安いとか、十分な後方支援がないとか、いろいろなことがあるのですけれども、大事なのは、まず苦情の処理というのは、相談員さんの問題や消費者団体の問題ではなくて、行政の問題だということを明確にした上で、この行政との関係でどのように2020年以降を考えるかということをはっきりさせる必要があるだろうと考えます。

一番問題なのは、地方の消費者行政を担当する行政職員と、消費者センター等で苦情を扱っていらっしゃる人との間が、連携がとれていないという問題がある。それから、苦情処理自体は主に地方行政の問題、そこで担っている重要な業務の一つなのだけれども、それについて今は専門性が求められていて、それに対応できる人材が消費者団体の今の陣営でできるのかという問題があって、そこをどうするかを求められているということを明確にする。待遇を改善するとかという以前に、業務自体について、専門性、高度性に対応できる体制を整備しろということと言わないといけないと思います。

特に今日出てきたプラットフォームビジネスのようなことになると、本当に何をやっているのか、何を相談されているのかわからないという状態になりますので、まず、その2点ですね。消費者行政の行政庁の職員と、苦情を処理している専門的な部署との関係についてどうするのかということと、苦情を処理するに当たって、専門性、高度性を要求されることに対してどう対処するのかを明確にした上で、人的な、あるいは財政的な措置を講ずるべきだということに展開する。その中で、業務を委託しておりますので、その担い手の一つが消費者団体であると。だとすれば、消費者団体をどう育成・保護するのかという話になるということになります。

同じことは、消費者教育のところも同じでありまして、現在のインテンシブな4省庁のプログラムでは、教材はつくったのだけれども、教育する先生がいない。教員養成課程で消費者教育が行われているかということと、家庭科はそこそこあるのですが、社会とか公民はほとんど行われていない状態で、教材はつくったけれども、誰が教育するのかという話になっている。

そこをどうするのかというので、現時点で何が行われているのかということと、教育委員会と消費者行政を対話させる場を協議会の中でつくるということまで行っている。その中で、両者の関係性を強化して、現実には教育の場で教育ができるように教員研修を行うという方向になっています。

社会については、なかなか教員が、今日は教育学部の先生がいらっしゃいませんけれども、教員がほとんど地歴の先生で、法律系の先生とか経済系の先生がいらっしゃらないということが問題になってきて、そこで消費者教育コーディネーターの養成が出てくる。こ

れに対応する形で、どういう人材が必要で、それは消費者団体に対してどのように結びつけていくのかということが流れとして必要で、そういう見通しが全体として立っていないというところが非常に大きな問題だろうと思います。

長々としゃべりましたので、とりあえずはまず、必要な柱のところでは修正しなければならないところをお話ししました。

以上です。

○山本座長 ありがとうございます。

ほかにいかがでしょうか。

長谷川委員、どうぞ。

○長谷川委員 ありがとうございます。

最初に確認させていただきたいのですが、本検討会は、あと何回ぐらい開催されるのでしょうか。また、後から書面で意見を出すことは可能でしょうか。要するに、今後意見表明の機会がないとすると、今から長くしゃべるといことになると思いますので…。

○山本座長 後から書面を出していただくということを考えております。できれば今週中ぐらいに事務局にメールを出していただければ、それを次回の報告書の案に反映するということを考えております。会合につきましては、もし可能であれば次回取りまとめられればそれを目指したいということですが、無理に取りまとめるということではありませんので、もし追加的な会合が必要であれば、またお集まりいただくことはあり得る。大体それぐらいの感じです。

○長谷川委員 では、それを前提に、ほかの委員の方の御意見も伺わなければならない点を中心に発言させていただきたいと思います。

まず、プラットフォームの話は、3ページの中ほどの最初のポツのところでは「考慮して制度を見直すべきではないか」と書かれていますが、本日初めて拝見したものについて、なかなか「その通りです」とこの場で言いにくいところがあります。

そのような手続的な部分(デュー・プロセスの部分)も踏まえ、例えば「考慮して制度を見直すことを検討するべきではないか」とか、そういった表現にさせていただけるとありがたいと存じます。その後続く、(ア) (イ) (ウ)についても個別に意見はあるのですが、それは省略させていただきます。

次に、クリア版の4ページの一番下の「データの利活用によって取引における企業と消費者の情報格差がさらに進むことへの対応が必要ではないか」について、あまり理解ができないところです。例えば、通常の消費者契約、製品の売買消費者契約であれば、事業者がその製品、車であったり家電製品であったりについて情報をたくさん保有しています。他方、消費者は全くの素人なので製品の情報について詳しくない。取引の対象となる製品に関する情報に格差があるので、取引法上一定の保護が必要だということはわかります。ところが、ここでは、事業者が個人のデータが蓄積されているということに着目して、情報の格差と言っている。この情報の格差が取引当事者にとってどういう意味があるのかを

よく精査したほうがいいのではないかと思います。本当に対応が必要な状況なのかはよくわからないと思っております。情報格差の話とは別に、個人情報保護の観点、すなわち、自分の情報が勝手に取り扱われているといったような、自分の情報の管理権のような話との関係で問題になるというのはわからなくもないのですけれども、取引法上保護すべき情報格差と同列の観点で捉えるべきものかについては、疑問があるなと思っております。

同じパラグラフの2つ目のセンテンスで、「個人データを提供しなくても対価さえ払えば必要最低限のサービス提供は受けられるようにする(※例えば情報を提供しないとサービス提供を拒否するのは問題のある取引として位置づけるなど)」については、これを問題のある取引と検討すべきということまで言うべきことなのかどうか、ひとつのビジネスモデルなのではないかという気がしまして、相当違和感をもっています。

5ページの同じパラグラフですけれども、「高齢者名簿」については、これは問題だというのはよくわかるのですが、前段に書いてあることと関係がないのではないかと思います。別のところに移したほうがいいのではないかと思います。

飛びまして、7ページの一番下の海洋プラスチックへの対応、これは大変重要な問題でございまして、経団連としても取組を進めているところでございますが、この「官民連携」が具体的に何を意味するのかわかりません。今でなくてもいいのですけれども、教えていただければと思っております。

9ページ、一番上のポツです。これは先ほど拝師先生から「悪質な一部事業者に対しては厳格に法令を執行し」というのはいいのではないかとということで、私も実質的にはそれでいいと思っております。ただ、一部の人に厳格で、一部の人に厳格ではないというのは法適用の平等性の観点からどうなのかという感じもいたします。その下の中ポツで「着実」という言葉が使っておりますので、「着実に法令を適用、執行し」としてはどうでしょうか。

10ページの下の方で、「②消費者団体の活性化」の1つ上のパラなのですけれども、これは以前から議論させていただいて、現在の表現でもいろいろと配慮していただいているので言わないほうがいいかなと思いつつも、2つ目のセンテンスで、「消費者団体と経済団体間で、お客様窓口の実情も踏まえ具体的な事例に即して制度運用上の問題点を情報提供するなどの取組を進めるべきではないのか」というのは、これは誰が進めるのでしょうか。政府が進めることができる事柄なのでしょう。また、実質問題として、こういった取組が必要なかどうかについてもよくわからないところもあります。再度ご検討いただきたいと思っております。

長くなって恐縮でございます。11ページの上の方で消費者団体についての記述があります。一番上の行の最後の方から、「活動を支えていた専業主婦世帯はこの30年間で4割減少しており」というところに関連した意見です。消費者団体の方がおられる前で恐縮なのですが、例えば、共働き世代が増えているとか、あるいは伝統的かつ標準的な家庭像ではなくて、男性が消費者生活に深くコミットするようになったとか、そういった実情を

踏まえて、消費者団体のダイバーシティのようなものを高めてはどうでしょうか。今も幅広くないとは言わないのですけれども、消費者団体について、幅広いバックグラウンドを持った消費者の意見を酌んでいくようなあり方をもっと促進してもいいのではないかと思います。そういう記述を追加してはどうかという提案です。

その下のポツですが、「適格消費者団体の機能強化が必要」と書いてあるのですけれども、「機能強化に向け、そのための国等からの支援策を検討すべきではないか」ぐらいの表現でいいのではないかと思います。今でも十分な活動がなされているという判断もあるような気がいたします。

長くなって恐縮ですけれども、12ページの②で「外国人に開かれた消費者行政の推進」というところです。中身に異論はないのですが、在留資格の創設が言及されていて、これは今、国会で審議されていることを念頭に置いているとすると、例えば国会軽視とか、そのように言われないように、注意されたほうがいいのではないかと思います。

12ページの「7. 地方消費者行政を抜本的に強化するという視点」のところで、2ページには、消費者相談について、チャットとかSNSを使って活用してはどうか、情報発信してはどうかという話があります。まさにそういう技術革新の成果を利用して、地方公共団体間の格差が仮にあるとすればそれを埋めていくという発想も必要なのではないかと考えております。「7. 地方消費者行政を抜本的に強化するという視点」において、そういった内容も書き加えていただければと思います。

あと3点ぐらい、済みません。15ページの2つ目のポツで、3行目に「消費者行政関係施策に充てられる地方の独自財源の確保」と書いてあります。これは、本来のスジとしては、こういう財源が必要だと地方公共団体が思えば、法定外目的税のようなものを条例で定めるということではないかと思います。そのために、当該地方の住民の方に新たな負担について理解を求めていくというのがスジだと思います。そういったことを書いてはどうかというのがひとつです。

また、消費生活センターが消費者教育の拠点としての機能も担うための体制整備と書かれているのですが、一般に、目的税というのは税の例外なのだろうと思ってしまっていて、当然ながら目的税であれば受益と負担の関係はある程度一致しなければいけないと思うわけです。また、仮に消費者センターの利用ということだとすると、受益者はかなり特定できますので、本来は目的税ではなくて手数料という形で検討するのがスジではないかと思います。ただ、こういったことを書きたいという気持ちもわかりますので、それは書いていただいてもいいと思いますが、平行して今申し上げたような本スジの原則論もきちんと書いていただければと思います。

16ページの2つ目のパラの1つ目のポツで成人に対する消費者教育のための事業者による社員研修の活用ということが書いてあります。これは高齢者になる前のセカンドライフ研修といったもので、高齢者になるのでだまされないように気をつけてくださいということであればわからなくもないですけれども、一般的に消費者教育を社員研修で行うことに

は疑問があります。こうした類のことを書くのであれば、政府機関からまず率先してやるべきと書いていくのが一つの方法なのではないかと思えます。

17ページが一番下から4行目で、「また、外食をはじめ食品、電化製品、及びインターネット上のコンテンツ等について情報の表示の仕方やリスク管理のあり方について業界によって大きな差異が出ないよう業界横断的な仕組みを検討すべきではないか」と書いてあります。業界によって差が出るのは対象となる製品やサービスが異なるので、むしろ当たり前ではないかとも思われます。現在の趣旨がよくわからないなと思っております。

最後、「Evidence-Based Policy Making」というのが書いてあるのですが、これはKPIとの関係で書かれていてもいいのですが、むしろEvidence-Based Policy Makingの肝は、問題把握をどうデータを使ってどうやってやるのかというところにあると思っています。その観点から、先ほどどなたかもおっしゃっていましたが、7ページ中ほどに7月豪雨に関連して相談事例が増えていますということが、いきなりぱっと入っても、それが具体的にどれぐらいあるのかという数字がないと、結局問題として把握すべき問題なのかどうか判断がつかないし、PDCAも回せないということになります。Evidence-Based Policy Makingについては、問題把握の部分からきちんと取組むことが重要なのではないかと思います。

以上です。

○山本座長 ありがとうございます。

ほかにいかがでしょうか。

まず、最初の発言者の方から優先していきたいと思います。

阿部委員、どうぞ。

○阿部委員 先ほども消費者教育コーディネーターについて御発言があったと思うのですが、その強化をぜひこの4期にはしていただきたいと思っています。教育委員会との連携とかといったところも基本計画の中には出ているのですが、なかなかこのところが進んでいない状況の一つではあるかと思っています。現在、先ほども御説明がありましたように、成年年齢引下げの環境整備が4省庁等によって検討会はされているところですが、現場としてどういう形に動いていくかというところをしっかりと見据えていかなければいけないですし、2020年からは実動的にもしっかりと動いている形になっていただきたいというところがあります。

現状、現場では動きが既にあり、各都道府県、市町村などから、消費者教育について来年度に向けてやっていきたいのだけれども、どこにどのような形で頼んで、どういう内容でやったらいいのかという御相談が入っております。今から早急に始めるということと同時に、ずっと続けていくという形でやっていただけたらと思っています。

8の消費者教育の戦略的に推進するという視点で、消費生活センターが消費者教育の拠点になるという言葉が入っていないので、拠点になることを入れていただく。そして、先ほどもお話がありましたけれども、消費者団体とか関連団体と結びつけていく形になるの

だというところをお書きいただければと思っております。

9の消費者の安全安心を守るところで、消費者安全協議会が入ってきてというところですが、こちらも拠点となるところが消費生活センターであって、それを取りまとめていく、見守りもそういう状況だと思っておりますので、行政のところと連携させながら書いてもいいのかと思っております。突然に安心・安全のところに出ているというところが、違和感があるのかなというところがございます。

高度化、グローバル化について、専門的な相談員の教育が必要ではないかというところにおいてはそのとおりで、各自治体、国でも教育を熱心にやっていますし、私どもも相談員ステップアップ研修なども請け負ってやっていますが、いわゆる人材が不足で、その研修に行くと相談の現場に人がいなくなってしまうというところで、地方の一人体制などというところに関しては、なかなか研修に出てこられない現状がある。そのような現状をどうしていくかという問題があると思っております。

7の地方消費者行政を抜本的に強化する視点の13ページに、都道府県が一括採用して相談員を派遣する仕組みの導入とありますが、広域連携でやったらどうかというところもあるかと思うのです。都道府県で一括してというのかなかなか現実にできるのかというところもあるので、相談員の確保についても広域連携の強化も記載も入れていただけたらと思っております。

それから、1の技術革新において、最初の2ページ目ですか、チャットボットを使ってということなんです。これが新たな章立てすると今度は苦情のところに入ってくるのかもしれない。若者に確認すると、電話で相談するのは非常にハードルが高いということもあり、チャットボット、SNSの相談が可能となるようにするとありますが、まず最初の導入の部分として、今までPIO-NETで蓄積した相談の情報をもとにQ&Aみたいな形で情報が入手できるようにして、それで架空請求みたいなものは答えが出るかと思いますが、そうでない聴き取りが必要なものに関しては「188」に繋げるというような形にする。今後、成年年齢引き下げ等による高校生とかその辺の相談においても対応できるのではないかとおもいます。この辺の書きぶりをわかりやすく、AIだけではないことを書いていただけたらと思っております。

6のグローバル化の視点ところで、12ページの②に国民生活センター、消費生活センターにおける整備が必要だという記載があるのですけれども、ここのところでパンフレットとかリーフレットとかというものを入れたらどうかと思うのです。現状、ヒヤリハットの外国語のパンフレットはあるかと思うのですけれども、消費者問題については、なかったと思うのです。私どもでは、韓国語、中国、英語の、いわゆる簡単なリーフレットで、ワンクリック請求とか賃貸マンショントラブルとか、情報通信は今こんなトラブルがありますよというような多言語化したものがありますが、これに対してほかの言語で作ってほしいという御要望等もあるので、まずはこれから今後増えるであろう長期滞在する在留外国人に向けて、簡単なリーフレット等の作成といったところもここに記載していただけたら

と思っております。

以上でございます。

○山本座長 ありがとうございます。

小島委員。

○小島委員 私は簡単に3点ほどあります。1点目は、9ページの「5. 消費者団体・事業者団体の関わりを見直す視点」のところで、①の小見出しについてです。「消費者のためのエコシステムの構築」という表現は、ここでの記載内容にはなじまないと思います。ここでは消費者と事業者との関係の見直しということなので、そのような小見出しにしたほうがふさわしいのではないかと思います。

2点目は、15ページの「8. 消費者教育を戦略的に推進するという視点」のところです。一番下の3行、ポツの段落に、「クレーマーと呼ばれる者への対応も課題となっております」といった表現があり、次の16ページの一番上の段落の下3行に、「いわゆるクレーマーにならないための消費者トラブルへの対応をはじめとする事業者・企業との適切なコミュニケーション」も消費者教育の課題であると記載されておりますので、この辺の文章を整理すれば短くなるのではないかと思います。

この中で、これからのキーワードとして「エシカル消費」といった表現を明記すべきです。まさにクレーマーにならないためには働く者の人権や労働の尊厳といったものに配慮する、あるいは社会や環境に配慮するような「エシカル消費」を普及・促進するための消費者教育の必要性といったような表現について、工夫していただければと思います。

最後、3つ目は最後の柱立ての18ページの「10. これまでの消費者行政を振り返ってみるという視点」についてです。これは初めに見たときに何だと思ったのですが、ここで言っていることはその下に小見出しが入っておりますけれども「○ 客観的根拠に基づく政策立案と政策目標の明確化」という内容です。これまでのKPIでは必ずしも成果が明確にされていないという指摘もありますので、政策目標を立て、その結果を検証し、成果についても明確にするということなので、「政策目標・成果の明確化」といったような表現にしたほうが、この内容がはっきりするのではと思います。

○山本座長 ありがとうございます。

ほかにいかがでしょうか。

浦郷委員。

○浦郷委員 私も小島委員と同じ9ページの5の「① 消費者のためのエコシステムの構築」、このエコシステムがよくわからなくて、では、何がいいかと言ってもすぐ具体的には出てこないのですけれども、ここの項目の名称はもう一度考えていただきたいと思います。

消費者教育のところについてなのですが、16ページに視点として黒ポツで3つありますが、消費者教育は、まずは自立した消費者となるための全世代に対する消費者教育、

被害に遭わないこと、そして、もし被害に遭ってしまったらどうすればいいのか。「188（いやや!）」に電話するとか、被害救済のためにいろいろな方法があるということ学ぶ。消費者全体が自立した消費者となるための教育への取組が重要で、その後で不正と知っている動画をダウンロードしないようにとか、クレーマーにならないようになどの注意喚起だと思うので、ここは順番が逆なのではないかと思います。15ページの下の方の黒ポツから16ページに入って2行目の「不正に動画・音楽等の～」は、最後のほうに来るべきではないかと感じております。

それから、16ページの2ポツ目のパラグラフのところで、先ほど長谷川委員から、事業者研修の場で消費者教育をするのかみたいなことをおっしゃいましたが、私は、ここはとても大切なところだと思ひまして、事業者の中でもそこに働いている人は消費者でもあるわけですから、そういう意味で、そういう研修なりをすることで、消費者の視点に立つことが消費者志向経営にもつながることだと思ひますので、ここはあっているのではないかと私は思ひます。

以上です。

○山本座長 ありがとうございます。

ほかに。

御発言いただいている委員はよろしいですか。

宮木委員、どうぞ。

○宮木委員 全体にかかわることとあわせてです。中間取りまとめから随分形が変わって情報が非常に増えたのは、皆さんから意見出しが追加であったところと理解しているのですが、この10個の視点のレベル感がすごく違うと感じているので、並び方を含めて検討する必要がありますと思ひます。先ほどポンチ絵というお話もありましたけれども、全体の10の構造がそれぞれどう関連しているのかというものを最初に示す必要があると思ひます。

また、くり方も今日の御意見を含めて変わってくるのではないかと思っているのですが、個々の中身について非常に細かいお話が出たり、一方で物によっては余り細かいところまでブレイクダウンされていなかったりというところがあるように思ひます。最終形が私の中で見えていないものですから、どこまで細かい形で入れていくのかというところが共有されていないと思ひて、どこまで細かい部分を提言申し上げていいものなのかというのがよくわからないのです。

○山本座長 恐らくイメージとしては、この骨子（案）を核として報告書ができると。

○宮木委員 これが核になって、これにどんどん肉づけしていく形で最終形というものを目指していく。

○山本座長 肉づけか、そぎ落とす部分もあるかもしれませんが、これをもとにして報告書（案）ができていくというイメージではないかと思ひます。

○宮木委員 では、構造の入り繰りとかタイトルのつけ方は変わっていくという理解でよろしいのですか。

○山本座長　そういうことです。

○宮木委員　わかりました。細かい部分に関してはまた個別にメール等で送らせていただきたいと思います。

○山本座長　ありがとうございました。

ほかにはよろしいですか。

千葉委員、どうぞ。

○千葉委員　たくさんしゃべりましたので、残ったところで少しだけお話しさせていただきたいと思うのですが、9ページのところでエコシステムというものが入っていて、これは言葉がわからないというのはそのとおりで、正しくもないし不適切な表現だろうと思います。

おっしゃっていることは、ステークホルダーがいろいろいて、いろいろな人が協議の場に出てきて、皆さん協議していい方向でというお話だろうと思うのですが、もしそうだとすると、少し考えておかななくてはいけないことがありますので、お話しさせていただきます。

現状の消費生活に関連する環境は非常に高度化・複雑化していて、しかも、今日プラットフォームビジネスなどが出てきますと、イノベーションが日々進展して行って、事前規制が非常に難しいことになります。なので、国会で法律をつくって、行政に権限を与えて、それに非常に反する人に対しては法執行を適切に行うというだけでは、実は現在の消費者政策、消費者が抱えている課題に対して適切に対処できないというのが、今抱えている一つの大きな問題だろうと思います。その観点からしますと、実は事前規制で、最初に法律をつくって、法令をつくっていくのか、それとも、文書の中にも出てきますが、事業者の自主規制というようなものを念頭にみんなで考えていくのかという方向がもう一つ出てきて、最近のはやりではないのですけれども、規制のサンドボックス制度が出てくるということになります。

今まではどちらかというと規制がたくさんあったところを一旦特区でもって規制を外して、それで何かやってもらって問題が出たら必要なところだけ規制を残すということだったのですけれども、最近のイノベーションの発展の状態を前提にいたしますと、現状では規制がない。ないのだけれども、このままでいいのかというときに、一応サンドボックスの中でやってもらってという話になる場合が多いことになります。典型がプラットフォームビジネスということになるかと思います。そのときに、法令をつくる役割と自主規制でやるという二分割にすべきではないと私は思うということをお話しさせていただきたいと思います。

どうしてかといいますと、規制のないところで自主規制だけでやりますと、いわゆるGAFAが典型なのですが、こういう非常に社会的な役割が強固で、自分たちで何でもつくってしまうところになりますと、自主規制をやったのが一つのルールになってしまう。それを規律するのは、本来は国会で民主的に決定された法律であるはずなのだけれども、そ

れを自主規制だけでいいよと言ってしまうと、非常に消費者の権利が害される可能性があるということになります。なので、大事なことは、法令と自主規制という二分割ではなくて、法令でもって消費者の権利とか利害というところが基本的に守られる枠組みをつくっておいて、その枠組みに対して自主規制という中で、どんな取組だったら消費者の権利を害さないで自分たちのビジネスができるかというように事業者団体に主張、立証、資料提出のようなことをやっていただく。もし被害が出れば、その枠組みをつくったのは基本的に国ですから、国がどう対処するかという形で利用者の救済とか、あるいは出たときに規制をどうかけるかというのを迅速に対応するという方向性ではないかと思います。

なので、今の社会状況を前提にすると、消費者政策における規制のあり方もこれまでのやり方でいいのかどうかということについて、根本的に見直しが必要なのではないかということ、特にエコシステムのところで書かれるのであれば、そういった方向で取りまとめていただきたいと思います。

これは、実はグローバルのところも問題になっておりまして、グローバル化というのは、要するに、グーグルとかアップルとかを考えていただきますと、世界総人口を相手に商売をしているところですから、必然的に取引がグローバル化するのですけれども、これは一国の対応でできないという問題があって、各国協調してという話になります。ですけれども、實際上、国レベルで協調するのは結構難しい話で、なかなか進展しません。最近の行き方としては、行政のガイドラインとか勧告のレベルで国際協調や国際連携が必要だと言われておりまして、そのレベルの職員が消費者庁にいないという問題があることを自覚していただきたいと思います。この体制でできるのかということが重要で、それについて何も触れないで行くというのはないだろうと思います。

特に申し上げたいのはその2点ということになります。

以上です。

○山本座長 ありがとうございます。

拝師委員、どうぞ。

○拝師委員 先ほど長谷川委員から御指摘のあった部分で、若干気になったところがありますので、指摘させていただくと、まずクリア版で、4ページの一番下のところのデータの利活用で、企業と消費者の情報格差が広がるというところで、特に具体的な問題はそれほどないのではないかという御趣旨のお話だったかと思うのですけれども、かなり哲学的な部分にかかわってくるのかもしれませんが、今の企業の動きを見ているといろいろな情報を得て、特定の消費者に特定の情報だけを流す、より好ましい広告だけを流すような動きが例えばあるのですが、それが果たして自主的かつ合理的な選択の機会を確保している状況になるのかどうか。その辺については検討の余地があるなど。

直ちにだめだということではないのですけれども、かなり偏った形で消費者に情報が寄せられる傾向ができてきていて、それが本当に消費者の権利の侵害になっていないかどうかを冷静に見ていく必要があるだろうと思います。トラブル情報などについては、ネット

社会の進展でかなり事業者にも集まるようになっていて、典型がプラットフォーム事業者なのかもしれませんけれども、そういう集まってきた情報をもとにより適正な消費者トラブルの予防であるとか紛争解決に協力する責任が事業者には出てくる可能性があると思っています。やはりデータの利活用でかなり変わってきた部分を改めてどう捉えるのかというのは見ていく必要があるのではないかと思います。若干今までの単純な情報の質、量、交渉力の格差によるトラブルのあり方とひょっとしたら変わってきているのかもしれませんが、消費者の権利という視点でもう一回ちゃんと見る必要があるだろうという意味では、一定の記載は必要なのかと思っています。

10ページの3つ目の中ポツの「消費者団体と経済団体の間で、お客様窓口の実情も踏まえ」云々という部分は、私が申し上げて入れていただいたところなのですが、もともと私が申し上げた趣旨は、例えば公益通報者保護法の議論の中で、そもそも立法事実、現状認識について大きな隔たりがあるのではないかと。ですから、消費者団体、経済団体との間で建設的な議論をして新しいルールをつくっていく。そのためにとりわけ経済団体でさまざまな情報をお持ちになっていて、それに基づいて恐らく懸念がおりになるということであれば、その具体的な根拠を出していただいて、その上で基盤についての共有認識を持って議論していくということが双方の建設的な議論のために必要なのではないかと、いう趣旨で申し上げました。

ですので、公益通報の話がここだけ残ってしまうと一般から見ておかしい話なので、むしろ私としては、19ページの最後のところにEBPMの話が出ているのですが、そこについて、長谷川委員も問題把握をどうするかが課題であるという御指摘をされましたが、私はまさに同じ認識を持っていて、その問題把握をやはり事業者団体のほうもより積極的に提供して、同じ基盤を共有して、同じ懸念があるねということはわかりつつ、では、どうしようかという議論にしないと、そこがないまま懸念だけを示される。消費者団体のほうは消費者サイドの利益だけを言っているということになると、同じ立法事実をもとにした議論はなかなかできませんので、その壁を何とか越える工夫がないかという趣旨で申し上げました。

地方消費者行政の関係で、どうしても地方が必要だと思うのであれば目的税をつくってやれば良いというのが筋ではないかというようなことを御指摘されているのですが、筋はもちろんそのとおりなのですが、今までの議論というか、我々の悩みというのは、本来そのように各自治体が消費者行政の重要性を認識して、一般財源化、場合によっては目的税までつくって頑張って消費者行政に力を入れることになってくれれば良いのですが、そうっていない。国としても、基金等を通じて、呼び水としてかなりのお金を費やしてきたのだけれども、まだ全然そうっていない。それにどう意識をもって対応してもらうかということですので、そこで幾らこういう目的税みたいな方法もあるし、こうすればいいと言ってもなかなか解決にはならないので、そこはやはり先の筋の話をしてしまうと、かなり地方からも反発があるのではないかと思います。その部分は御配慮いただければ

と思います。

以上です。

○山本座長 ありがとうございます。

川延委員、どうぞ。

○川延委員 最初からずっと皆さんの意見を聞いていて、ふだん消費者行政にかかわっていない人間として非常に圧倒される意見をたくさん聞いてきていまして、自分はここで一体何を話せばいいのかなという感じなのですけれども、SDGsをこの基本計画というか、今後本当に消費者庁として取り込んでいくのであれば、SDGsというのは、17ゴールのタグづけではないのですね。本来は人間と地球と繁栄のための行動計画と言われているもので、かつ、誰も置き去りにしないというのはもちろんですし、我々の世界を変革するというタイトルがついている、国連の決意のようなものなので、これを本当に消費者行政の中に取り込んでいくとするならば、SDGsが言わんとしているのは、2030年にどういった社会、どういった生活をしていくべきなのかを問うものですので、何番をやっているからいいでしょうという話ではないわけですね。

そうすると、この基本計画で一体消費者庁というか、この基本計画はどんな消費者像を国民に求めているのかということがないと、いろいろ細かい御指摘、議論があっても、それが一体どうある消費者像を期待しているのかが、基本計画の検討会からの申し送りの中でそれを記述するのか、基本計画の中でそういったものを語るのか。先ほど、いろいろとわかりやすさとかフレームワークという話もあったように思うのですけれども、基本法という法律がどういう構造になっていて、それに対して基本計画が今回、第4期としてどのような性格づけをして、この時代に合った形で実行させていくのかという全体図がないと、非常に一般の人にはわかりにくい。

専門性の高い議論として、消費者を守る視点でいろいろなことをケアして語っていくのはもちろんなのですけれども、当の消費者というか、自分たち全員が消費者ですが、実際に消費行動をしているときの自分は非常に純粋な状態になっていますので、そういった人たちに一体何をこの基本計画は伝えたいのかなというのは、いま一つ自分がイメージがつかれていないというのがあります。

SDGsは確かにグローバルイシューではありますけれども、日本政府はSDGsのローカライジングを当然進めるということで、地方創生の文脈の中でSDGsを進めるということをはっきりと内閣府は方針を出して、今年29の自治体を選んでいますが、全体で90の自治体を未来都市として選び、かつ、1,800ほどある基礎自治体の中でも3分の1ぐらいは2020年にSDGsをわかっている地方行政をしてほしいということまで言っていますので、この消費者基本計画もそういったローカライズするSDGsの文脈もうまく把握しながら入れていく必要があると思います。2で「全ての取組をSDGsの実現につなげるという視点」が入っていますけれども、そういったところを本当に実施するのであれば、SDGsの本質的なところをちゃんと踏まえた上で記述する必要があるかなと感じています。

そういった視点で行くと、実は5番に書かれた「消費者のためのエコシステムの構築」というのは、いろいろな意見がありましたけれども、私は実はこれがSDGsが言わんとしていることだと理解しています。といいますのは、あくまでも全ての人たちが主体的な行動をすることを期待するというで考えれば、エコシステムというのはいわゆる一つの生態系ですね。生態系のことを言っているわけで、一つ一つが意志を持って動いているからこそ生態系のバランスがアンバランスだったり、バランスがとれたり、いろいろ変化するわけで、そのアンバランスさを人間は規制とか教育とかで是正することができるということだと思うのです。ですので、ほったらかしのエコシステムではなくて、そのエコシステムをどう管理するのが、まさにSDGsがそれを問うているということだと思いますので、そういう理解で、今回の検討会で基本計画に向けてのお話がまとまっていくといいのかなと。ですから、報告書の中でそういった視点を入れることが、実はSDGsなので、別にタグづけが目的ではないということをもう一回共有していただけたらいいのかなと思いました。

○山本座長 ありがとうございます。

所定の時間になりましたので、先ほども申し上げましたように、ここで言い足りなかった、さらに言いたいことについては、追加的な御意見等を賜るということで、本日の議論としてはこの程度でよろしいでしょうか。

ということで、次回に向けて大変大事な意見を伺いましたので、事務局でこの宿題に答えていただきたいと。次回は報告書(案)を出していただいて、それに基づいて議論して、取りまとめの方向と、個人的には若干不安な気分になっておりますけれども、それに向けて御議論いただければと思います。

それでは、事務局から。

○内藤消費者政策課長 それでは、先ほどいただいた追加の関係のところとスケジュール感の関係をまとめて。

本日、言い足りなかった部分等々がございましたら、恐縮でございますけれども、今週中、16日の金曜日を目途にメールで事務局宛てに御送付を賜ればと存じます。また、スケジュールの関係でございますけれども、日程の詳細につきましては改めて御連絡申し上げますが、次回につきましては、今、座長からもおっしゃっていただきましたとおり、事務局でさらに精査させていただいた報告書(案)について御議論を賜ればと考えてございます。

以上でございます。

○山本座長 それでは、以上をもちまして、本日の検討会を閉会したいと思います。

大変活発な御議論をいただきまして、ありがとうございました。