

第 4 回

消費者政策推進のための専門人材の 育成・確保に関する懇談会 議事録

消費者庁消費者教育・地方協力課

第4回消費者政策推進のための専門人材の
育成・確保に関する懇談会
議事次第

日時：平成31年2月18日（月）10：00～

場所：中央合同庁舎4号館12階共用1202会議室

1. とりまとめ素案について
2. その他

○尾原課長 それでは、委員の皆さんがおそろいになりましたので、会議に先立ちまして、本会議の扱いについて御連絡をいたします。

本会議は、原則として公開といたします。また、懇談会での配付資料は、原則として、消費者庁ウェブサイトで公表いたします。

なお、報道関係の皆様が、会議の冒頭において全体の風景を撮影する場合を除き、懇談会の撮影及び中継は不可といたします。本日はいらっしゃいません。

なお、当庁では審議会等のペーパーレス化を進めており、本日の懇談会では専用タブレットを用いたペーパーレスでの実施を予定しております。

それでは、定刻になりましたので、ただいまから、第4回「消費者政策推進のための専門人材の育成・確保に関する懇談会」を開催したいと思います。

報道機関の方はおりませんので、報道の方の冒頭のカメラ撮りはここまでといたします。

ここからの議事進行については、高橋座長にお願いしたいと思います。先生、よろしくお願ひいたします。

○高橋座長 皆さん、おはようございます。よろしくお願いいたします。

それでは、きょうは第4回目ということでございまして、これまでの懇談会の議論を踏まえ、取りまとめ素案が上がってまいりましたので、そちらにつきまして、委員の皆様の間で集中的に議論させていただければと思います。

まず、その素案の資料に関しまして、事務方より御説明をお願いいたします。

○尾原課長 それでは、資料のほうは、タブレットでいくと名簿が終わった後、資料1が「消費者政策推進のための専門人材の育成・確保に関する懇談会報告書素案」となっております。

初めに、冒頭で今後の進め方でございます。本日の懇談会での議論をいただきまして、懇談会終了後に事務局のほうで修正案を作成したいと思います。また、修正した案を座長、それから皆様に見ていただきましてコメントをいただき、座長、委員の皆様と御相談しながら、4月ごろで日程を調整させていただければと思っておりますけれども、次回の最終回に向けて取りまとめを進めていきたいと思ひます。

それでは、本日の取りまとめ素案について、御説明をさせていただきます。

ペーパーレスの観点から、タブレットで説明しております。

○梅田課長補佐 お手元のタブレットですけれども、画面上の共有というところにおいていただくと、発表者と同じ画面が皆様の画面に表示されます。お手元に紙のほうも準備しておりますので、適宜御参照いただきながら、議論を進めていただければと思います。

よろしくお願いいたします。

○尾原課長 初めに、この懇談会でどういう具体的方策を提言するかについてから、まずポイントのほうを説明させていただければと思います。

お手元のタブレットでは9ページでございます。「6. 消費者政策推進のための人材育成・確保にむけた具体的方策について」ということで、人材育成・確保に向けた具体的な

方策について、以下を提言するとしております。

この後、全体を説明したいと思っておりますけれども、3ポツの「学ぶ場」の提供についてのところの提言の箇所です。

(1) 消費者政策推進に関する専門人材の育成拠点として、既設の主に社会人を対象とする大学院も活用し、消費者庁との連携によるモデルとなる大学院を全国に数カ所置くことを目指すべきである。その際、住む地域により学ぶ機会が制約されない環境づくりも重要である。これが(1)でございます。

続いて、(2)と(3)は、本文中でいくと4ポツの具体的な「活躍の場」の検討という5ページから始まるところのまとめというか、それを踏まえた提言になります。

(2) 消費者政策を専門的に学んだ者について、既設の主に社会人を対象とした大学院等における履修証明や博士号、修士号等の学位の授与、資格制度の活用・拡充によるキャリア形成を支援すべきである。

(3) 国・地方公共団体における消費者行政担当者への研修の充実とともに、健全な消費環境や市場の質を確保する観点からも、消費者庁は行政及び企業が消費者政策に係る学位取得者や資格取得者を積極的に登用するための支援を行うべきである。また、消費者庁は人材育成の拠点としてインターンや研究者の積極的な受け入れ、職員の人事交流を拡大すべきである。

これが4ポツの「活躍の場」の検討の提言になります。

(4)については、8ページから始まる5ポツの企画・研究機能の強化についての具体的な方策についての提言になります。

(4) 消費者政策に係る研究者ネットワークの構築や関係学会等との連携強化、公的な研究機関の設置等による企画・研究機能の強化を図るべきである。企画・研究機能の充実に当たっては、「データ構築」「実証研究」「理論研究」の3つの視点が重要であり、継続的なデータ構築により理論と実証を結びつけるため、消費者庁は公的な研究機関の設置に係る検討をすべきである。

これが本文全体の流れを受けて最後の取りまとめのところになります。

それでは、これに至るストーリーというか全体の流れについて、初めから説明をしていきたいと思っております。タブレットのほうは、報告書取りまとめ素案の1ページに移動させていただきました。

1ページ目でございます。「はじめに」は省略させていただいて、「1. 消費者政策の推進の担い手について」でございます。消費者政策を担っていただく方は、さまざまな方が想定されるわけでございます。今回、この懇談会の場で議論したときに、担い手として想定する方をもう少し類型化して議論すべきではないかというコメントを頂戴いたしました。事務局としては、まず想定される方を3つに分類して、それに基づいてどういう学びの場があるかを議論していったらどうかと整理をしております。

(1) が人事異動などによって国・地方公共団体の消費者行政部局あるいは企業の消費

者関連部門に初めて配属されて、一通りその消費者政策を学ぶ必要に迫られた者ということで、キーワードの「初任者ケース」というのがうまい表現かというのはあるのですけれども、「初任者ケース」という形でネーミングをつけさせていただきました。

2つ目、(2)のパターンの場合、国・地方公共団体職員や消費生活相談員の方、あるいは消費者教育コーディネーターの方、消費者団体の方、企業の方は経営者層の方もいらっしゃるればCSRの方あるいは消費者関連部門で働いていらっしゃる方で、消費者政策の企画・立案、推進役を担う人材ということで、消費者政策のいわゆる専門人材のコアとなる方々、専門性を持つとともに、物事の全体を俯瞰できる人材を目指す者ということで、「T字型人材ケース」と名づけさせていただきました。

そして(3)が、(1)と(2)を教えることができる方ということで、消費者政策が対象とする領域をサステナブルに研究し、上述のモデルケース、初任者ケースの方、あるいはT字型人材ケースの方々を教えることができる方ということで、「研究者ケース」という3つのパターンで整理をしてみました。

いずれの方々にとっても、どういうことを学ぶべきかというところを2ポツでまとめております。「2. 消費者政策の領域と身につけるべき基礎理論について」とまとめております。

ここで書いてあるうちの初めの1ポツについては、消費者をめぐる環境はどんどん時代とともに変わっていて、拡大してきているということで、その中で、2ポツ目のところで、消費者法にかかる知識のほか、消費行動や企業行動に影響を及ぼす規制や情報開示、市場の質を確保するための制度設計に必要な競争政策と消費者政策の関連性等の幅広い知識を身につけることが求められる。

このように、消費者政策において学ぶべき内容も、時代にに応じて変化していくことが求められるが、消費者政策を進めるに当たって、消費者政策学とも言うべき普遍的に身につけるべき学問領域や基礎理論も存在するものと考えられる。

消費者政策の担い手となる者が身につけるべき学問領域や基礎理論を整理する一つの考え方として、消費者基本法に掲げる消費者の権利、消費生活における基本的需要が満たされ、健全な生活環境が確保される中で、「安全の確保」「選択の機会の確保」「必要な情報の提供」「教育の機会の確保」「消費者の意見の反映」「消費者被害の救済」に即して、行動経済学、消費者法、ミクロ経済学、交渉学なども学際的に学ぶものと考えられるというふうにしております。

図表1で、第2回で見ていただきましたけれども、本日はまた素案の中で入れさせていただいておりますので、この分類またはこの学問が入るべきところについても、コメント等を頂戴いただければと思っております。

1ポツ、2ポツを踏まえて3ポツでございます。「消費者政策を『学ぶ場』の提供について」ということで、1ポツで分類したそれぞれの立場、初任者ケース、T字型人材ケース、研究者ケースに応じた消費者政策を「学ぶ場」はどのようなところが考えられるかというこ

とについて整理したのが3ポツでございます。それぞれのケースについてまとめております。

(1) が初任者ケースということで、現在、消費者政策を担う者については、分野横断的に基礎的な知識を学ぶ場が必要であるけれども、そのような人材育成の場が十分に提供されているとはいえない。このため、官民間問わず、消費者政策に携わる者が基礎的な知識を習得できる場の充実を検討すべきである。

1ポツ目のところで、国民生活センターや地方公共団体において、研修の受講を通じて人と知識を習得する場として活用されることが期待される。

また、2ポツ目でございます。やはり政策の理解を深めるためには、現場を体験することも大事でありますので、初任者の研修の中に組み込むことが、現場との意見交換なども含めて入れていくのが大事であると入れております。

また、3つ目のポツ、4ページ目の初めのポツでございますけれども、既存の資格制度、これは法定資格制度ということで、消費者安全法に基づく消費生活相談員資格だけではなくて、独自資格なども活用した人材育成も有効である。そのため、既存の資格取得のための研修を受けやすい環境整備等の支援を検討すべきである。

4ページ目の2つ目のポツでございます。消費庁の役割でございますけれども、地方公共団体、民間企業等の人材育成の拠点としての役割も期待されることから、インターンや研究者等の受け入れ、職員の人事交流を積極的に行うことが必要である。

また、次のポツでございますけれども、ライフイベント等によって一旦離職した方が、ふたたび消費生活に係る業務に復職するに当たっては、大学・大学院等において、短期間で職業に必要な知識を学ぶ際の授業科目に消費者政策の領域を追加するとともに、既存の資格制度との連携により、学び直しの場の提供も考えられると整理しております。

続いて、(2) がT字型の人材ケースです。いわゆるコアな人材といいますか、消費政策のところで本当に専門性を生かして活躍いただく方のところでございます。

それについては、高等教育機関での学びの場を拡充する方針を検討することが求められているとして、4ページ一番下のポツでございます。学際的な領域を対象とする消費者政策の学びの場として、既存の主に社会人を対象とする大学院の活用、既存の公共政策大学院の研究科に新たなコースを置く等が考えられます。

その際、新たにコース等を単独の大学で置くことが困難な大都市圏の地域においても、複数の大学連携によるプログラム単位互換協定の締結及び同時通信、遠隔講義システムの活用等により、住んでいる地域により学ぶ機会が制約されない環境づくりも重要である。

次の「また」というところで、主に社会人を対象とする大学院を活用する場合には、消費者政策推進に関する専門人材の育成拠点として、消費庁との連携によるモデルとなる大学院を数カ所置くこと等により、主に社会人を対象とする大学院の継続的な取り組みを支援することが考えられるとしております。

続いて、(3) 研究者ケースでございます。ここについては、初めのポツのところで、消

費者政策の研究員の範囲ということで、既存の消費者政策に関する関係学会との連携を強化することが重要である。また、研究者を育成し、継続的に研究を行うためには、公的機関による専門研究機関の整備や高等教育機関における研究者育成支援が必要となると整理しております。

以上が3ポツでございます。

4ポツのところは、学んだ方にどのように活躍いただくかということで、4ポツのところからは、消費者政策を学んだ後の活躍の場の検討となっております。

6ページに、学んだ方が、学んだことをどのようにきちんと見える化して活躍いただくか。前半のところはキャリア形成の観点から、幾つかまとめさせていただいております。前のポツと重複するところがあるのですがけれども、6ページ目の1のところは、やはり学んだ人が国・地方公共団体や企業等で活躍できるように、既存の大学院等における履修証明や博士号、修士号等の学位の授与、あるいは既存の資格制度の活用によるキャリア形成の支援と書いております。

下のほうでいきますと、学び直しというところで、国・地方公共団体・企業においてライフイベントによるキャリアの中断や定年により退職した後に消費者政策の「学び直し」を行った者が積極的に活用されるための官民の連携強化を行うことが重要であるというあたりを紹介しております。

実際に学んだ方がどういう分野で活躍できるかをアクター別といたしますか、行政と企業、NPO等に分けたのが7ページ以降になります。

行政のところでございますけれども、まず、情勢として、初めのポツのところは、地方消費者行政の現場としては、これまでの相談業務に加えて、高齢化・国際化・高度情報化等によって消費者問題が複雑化している。あるいは、SDGsへの対応など、幅広く持続可能な社会構築に向けた政策対応が求められているというニーズがある。

そのニーズに応えるためには、先ほどまで御説明した専門的に学んだ方々が活躍する場が重要であるということで、7ページ目の2ポツの2行目の「また」以下のところでありますけれども、指導的立場にある者にとっては、例えば消費者教育コーディネーター等の専門的知見を備えた者を排出することが求められるため、消費者行政の指導的立場に立つ者を想定したキャリア形成、人材登用を行うことも重要となる。

それから、活躍の場として、3つ目のポツですけれども、地域における消費者政策の推進に当たっては、地域の審議会、各自治体、特に都道府県レベルはほとんどのところが消費生活審議会あるいは類した名前の審議会があるわけですが、そこで具体的かつ実行可能な制度の企画・立案機能を強化する必要がある。そのためには、行政、企業、法曹、学会等において消費者政策に携わっているT字型人材を構成員に据えることが不可欠であり、審議会において、こうした人材の登用が求められるとしております。

続きまして、企業でございます。

消費者政策を学んだ者は、お客様相談のほか、CSR部門や商品開発・企画部門、さらには

経営者層のさまざまな分野で活躍することが期待される。

2 ポツは、特にニーズ面でございますけれども、消費者志向経営の観点から積極的に登用するということは、企業のサステナビリティの確保や国際目標であるSDGsに取り組む上で重要である。

3 つ目で、健全な消費環境や市場の質を確保する観点からも、消費者庁は、企業が消費者政策を学んだ者を積極的に雇用するための支援を行うべきである。この3 ポツで、健全な消費環境や市場の質を確保するということは、前回御講演いただきました、京都大学名誉教授でいらっしゃる、独法の経済産業研究所長の矢野先生の考え方を引用させていただいております。

続きまして、消費者団体、NPO等でございます。ここにつきましても、推進に当たっては、適格消費者団体や消費者団体において専門的知識を持った者が、消費者の被害救済、消費者教育に参画するなどの活動も重要となっております。

8 ページ目の5 ポツが「消費者政策の企画・研究機能の強化」でございます。2 パラグラフ目の「今後」で始まるところでございます。今後、長期的な視野で、消費者政策を充実させていくためには、企画・研究機能を充実させていくことが必須になる。また、政府においては、証拠に基づく政策形成（EBPM）の推進も求められているところであります。エビデンスとなるデータの収集方法や政策の効果測定の手法の検証など、研究者と連携した政策立案機能の充実を図るべきである。

企画・研究機能の充実に当たっては、「データ構築」「実証研究」「理論研究」の3つの視点が重要である。現在、消費者庁では研究機関を設置していないことから、継続的な調査やデータ構築がなされておらず、パネルデータの構築が困難である。現在の経済学において、国際的な研究、実証研究を行うに当たっては、単なる相関関係にとどまらず、因果関係も含めた証明を行うことが必要であることから、パネルデータの構築が必須である。また、研究テーマの設定に当たっては、現実の政策に結びつく研究を行うことが重要であり、さらに研究の質を高めるためには、理論と実証を結びつけていくことが重要である。この点からも、政策立案を行う消費者庁における研究機関の設置も含めて、早急に公的な研究機関に係る検討をすべきである。こうした研究を積み重ねることにより、自然と国際的に評価される研究が生まれ、研究者の消費者政策に係る関心が高まり、社会への影響力も高まるという好循環が生まれ、消費者政策の充実、深化につながるものと考えられる。

このところは、前回の矢野先生の御講演内容を大分反映させていただいております。

このような1 ポツから5 ポツのストーリーを踏まえまして、冒頭で説明させていただいた6 ポツの提言となっております。

繰り返しになりますが、(1)につきましても、消費者政策を学んだ人の学ぶ場がどういうものがあるか。(2)と(3)、特に(3)については、学んだ方がどういうところで活躍できるかについてまとめております。(4)については、企画・研究機能の強化について、

あるべき姿について提言をまとめるという全体の取りまとめ素案で、本日、事務局として御用意させていただいております。

事務局からの説明は以上でございます。よろしくお願いいたします。

○高橋座長 ありがとうございます。

今、非常にわかりやすく体系を説明していただきました。委員の皆様には、事前にこの素案をお送りしていたと思うのですが、事前にそれに目を通して、コメントをお寄せくださった方もいらっしゃるかと伺っておりますので、それらのことも踏まえて、きょうは自由に御議論いただきまして、この素案をよりよいものにブラッシュアップするきっかけを頂戴したいと思っておりますので、どなたからでも結構なのですけれども、いろいろと御議論いただきながら、少しずつフォーカスを定めて、議論の焦点を絞って、また深く議論するという形で進めさせていただきたいと思っております。

長谷川委員から、事前に詳細なコメントが届いていたと伺っているのですけれども、口火を切っていただくという意味では、いかがでしょうか。

○長谷川委員 わかりました。

心の準備が余りできていませんでしたが、発言させていただきます。コメントを事務局にお送りするのが昨日の深夜になってしまって申しわけなかったです。

基本的に、座長がおっしゃったように極めて体系的にうまく整理していただいている、構成についてはこういったことなのかなと思っております。

時間があれば細かな点も申し上げたいと思うのですけれども、大きく2点、申し上げたいと思っております。

一つは、本文の8ページの「5. 消費者政策の研究機能の強化」にかかわるものでございます。まさにエビデンスベースの政策立案が重要ということは全くそのとおりでございます。それを踏まえて、適切に消費者政策が企画・立案される必要があるということなのだろうと思っております。

その上で、そのための手法としてなののですけれども、他省庁の経験も踏まえてということだと思いますが、公的な研究機関の設立というのが書いてあります。それはそれでいいのではないかと思うのですけれども、他方で、学問の独立性といいますか、もうちょっと言いますと、行政による学問の利用はいいのですが、恣意的な利用への懸念というところにも配慮する必要があると思っております。

実際、私どもはいろいろな省庁の方ともお付き合いしていますが、いろいろな研究の中で、特に社会科学の場合は、恣意的にいろいろと捉えるケースがあるのではないかと、御用学者という言葉がありますけれども、そのような懸念も持っています。行政府と学問の関係については、やや慎重な配慮が必要なのではないかと思っております。報告書の書きぶりについて、そういった視点も入れていただくとありがたいというのが一つでございます。

もう一つは、企業にかかるところでございまして、私の理解では、人材の活躍の場のと

ころでございますけれども、6ページの4つ目の「●」で「民間企業」が書いてあって、さらにその具体的な中身が7ページの下段の「(企業)」というところで種々書いてあります。

特に、積極的にそうした人を雇用するための支援を行うべきとの記述について、具体的な支援の中身にもよるのですけれども、恐らく企業の立場でいくと、こうした専門的、一般的な知識を学んだ方というのは、それはそれで有用なのだと思います。ですが、他方で、消費者志向経営というのを推進していこうという立場に立って、一番重要なのは、自分の会社が提供している製品やサービスにかかるお客さんの声を、製品・サービスの改善につなげていくということだと思っています。

そういう大きな枠組みの中で、専門的・一般的な知識というのが、それを実現するための一つの要素としてあるということだろうと思います。

そうした中で、専門的・一般的知識を学んだ人たちの雇用を「積極的に支援する」ということまで書くのかどうか。支援の中身によるのですけれども、多分、こういった人材がいますよという情報提供や環境整備ぐらいの書きぶりがいいのではないかと感じたところがございます。

大きく2点、以上でございます。

○高橋座長 ありがとうございます。

まず、最初に学問の独立性という問題は、大学の研究者だとそういうことを非常に気にする人が多いので、よくぞ言っていたということがあるかもしれません。これは当たり前前の話で、論理とか理論が研究する主体によってゆがめられるということ自体はあってはならないことなので、客観的に理論が構築されて、その結果を政策主体なり企業が活用して、物事の判断に使うということがちゃんと独立して行われていることが大前提だということですか。

もう一つは、企業の立場からすると、顧客の声に耳を傾けるというのは当たり前のことですから、それを担う専門人材みたいなものを正面切って雇用すべきだみたいなことは、書きぶりとしてどうなのでしょうということですか。

○長谷川委員 当たり前のことだからといいますか…、例えば、11ページの図表1に掲げていただいたような知識あるいは基礎理論を学んだ人については、そういった知識ももちろん必要なのですけれども、それに加えて、お客さんに対する姿勢や自社の製品・サービスにいかにか詳しいかといったことも含めて総合的に必要になります。こうした中で、11ページの図表1に掲げられたことを一生懸命学んだ人だけを支援するというのではないのはないか。もちろんそうした知識が重要な場合もあるわけですが、お客さんに対する姿勢や自社の製品・サービスにいかにか詳しいかといったことが重要な場合もある。本当は、そっちを支援していただいた方がいいかもしれないのに、図表1に掲げられたことを学んだ人だけに着目して、その雇用を支援するというのは、政策としてどうなのかということでございます。

○高橋座長 要は、11ページに書いてあるのは、それこそ学問そのものなので、普遍性があるわけですね。逆に、普遍性があるということは、ある意味、どこの会社にも当てはまるとか、どこの意思決定主体にとっても役立つという普遍的な知識ではあるのだけれども、逆に言うと、個別具体的な企業の特定的の問題を解決しようと思った場合には、その個別具体的な特殊な状況とか環境を知らないで、理論を適用しても意味がない。

だから、その個別具体的なところの知識なり研修なり、そういうものが必要なのではないかということでしょうか。

○長谷川委員 普遍性というのは、普遍的な理論もあると思うのですが、多分、一般的なのです。他方、今、座長がおっしゃったように、個別の事情に応じた特殊性な対応が必要な場面もあるということです。

企業はお客さんを見ているから、まさにその特殊性だけを追いかけているといっても過言ではない。そうした個別の知識の方が、むしろ必要な知識全体の中で占めるポーションというのは、大きい可能性もかなりあると思います。そうした中で、一般的な知識を学んだ専門家の雇用だけを政策的に支援するということの是非が私の問題意識でございます。

○尾原課長 長谷川委員に御発言いただいたのは、支援というところはもう少しイメージを具体化すべきということで、そのときに企業サイドから見ると、こういう学問体系も大事だけれども、現場のことも大事。では、行政がどういうことが支援できるかというときに、我々も、必ずしも中ですごく突き詰めては考えていないのですけれども、一つ行政の役割としては、こういう消費者政策を担っている人がいますよ、どんどん育てば有用ですよという情報提供が基本になると思うのです。

もちろん政策手段としては、いろいろとできると思います。もちろんやろうと思えば、それこそ税などいろいろなところまで行くのですけれども、まず初めにやるところは情報提供のところかなと思っています。プラスアルファというところは、またいろいろと御意見をいただきながらなのかなと思っています。

それから、初めの学問の独立のところは、前回、矢野先生から経済産業研究所長もされている観点からのコメントをしていただいております、やはり経済産業研究所もこういう分野を研究したいというのは、方針は行政側で決めるのだけれども、そこから先は口を出さない。要するに、中長期的なテーマ設定のところまではやるのだけれども、結果については、行政側は何も言わずに、本当に研究の自由の中で、そういうのが結局、最終的にうまくいくのだということを御説明されていて、今、高橋座長がおっしゃったように、学問の自由というのは前提になっているというところで、こういう行政機関の研究機能も持たせていかなければいけないのかなと。

ただ、初めの問題設定のところ、こういう課題があるというところは、行政側と研究者の皆様でキャッチボールしながらやっていかないと、時代もしくは行政側の課題には、直接結びついていかないのかなというところはあるかなと思っています。それと、研究の仕方が独立というのは大原則かなと思っています。

補足ということで、済みません。

○高橋座長 ありがとうございます。

吉川委員、どうぞ。

○吉川委員 読ませてもらって、言っていることはなるほどとは思えるのですが、そうしたら、具体的にどういうふうに考えるかというのが十分にわからなかった。

長谷川委員から「消費者関連の知識あるいは基礎理論を学んだ人、知識も必要なのですが、それに加えて、お客さんに対する姿勢や自社の製品・サービスにいかにか詳しいかといったことが総合的に必要なもので、このところを一生懸命学んだ人だけではないのではないか。」とのご意見がありました。消費者政策を学んだ人を登用するようにみたいなことを言われても、なかなかそれは難しいと言われたのだろうと思います。

例えば消費者庁が消費者志向経営の自主宣言というようなことを打ち出しても、なかなかそれに同調してくれるというか、それを宣言する企業がふえないのは、企業の人にそれがいかに重要かということ十分に理解してもらっていない、消費者庁が今より本腰を入れて消費者志向経営への取組みの勧めに取り組めば、そうしたものに注目したほうが企業経営に「利がある」と考える事業者が増え、つまり人材確保にもつながっていくのではないかというように、人材の育成への考え方が反対のような気がしています。

気になったのは、国民生活センターをどのようにお考えなのかということです。消費者庁設置前後の時期に国民生活センターの位置づけについて問題になったことがあり、その都度いろいろな議論をしてきたということは記憶にあるのですが、新たな研究機関というものと国民生活センターとの方向性が異なるのかどうか、その辺がわからない。

国民生活センターの機能に人材育成をということが書いてあるし、例えば4ページのところで、女性活用が云々で、資格は持っているけれども、その人たちの再教育ということが書かれているが、それは国民生活センターが実施されている。この研修は以前から実施されている。自費での参加なのに多くの人に参加している。本当に参加者は熱心です。

ただ、その人たちがあとはどうしておられるかというのが全然わからないのです。だから、こう記載されていたら、それはそうだよということなのではあるのですが、その実際の効果というか、やったことがどうだったのかということが、今の段階では全然見えていないと思いますので、その辺も、検証というか裏づけ実際どのようになっているのかということも含めて、国民生活センターとの関係、研究機関としてのあり方、新たに考えておられる機関との関係がどうなのかを教えてくださいたいと思います。

○尾原課長 初めの消費者志向経営のところは、吉川先生がおっしゃるとおりで、我々もその重要性については行政の立場から、消費者庁としても積極的に伝えていかなければいけないと思っています。

吉川先生がおっしゃっている国センの話は、もう少し過去をさかのぼっていくと、多分、国センのあり方のところまで行くと思います。

今回、我々が懇談会で考えているのは、国センの研究機能の議論は、今回はする予定はないです。

というのは、今の国民生活センターが持っている研修機能をどんどん充実するというのは、我々が提言のところで書いてありますように、まさに国民生活センターあるいは東京都を初めとする地方公共団体が、消費者行政あるいは企業の方も含めて、学ぶ場として今後すごく充実していただければと思っておるのですけれども、国民生活センターにおいて研究機能を高めて、あるいは国民生活センター自体を今後、昔にあったあり方も含めてどうするかということまでは、我々は考えていないのです。

むしろ、我々の問題意識としては、まさに同じ組織の中にある消費者庁の中に、研究機能がないというところが弱いかなど思っております。そのときに、各省との流れから見ると、組織の中にそういう研究部門を持つ。特に、私は前回の矢野先生のお話を聞いたときに、経産省の場合は独立行政法人という形で、あそこは研究所自体を独法にしてしまったわけですが、そういう形で、そこと連携しながらやっていくようなところは必要なのかなど。そういう整理のもとで、消費者庁の中にそういう研究機能をどう置けるかなという議論をしたいと思っております。

ただ、もう一つ、吉川先生から言われた自費で受けられている方がどうかという話は、また国民生活センターのほうに我々もヒアリングしてみないと、実際にどうやっているかも含め、私は勉強不足なところもあるので、そのあたりは勉強させていただければと思っております。

○高橋座長 よろしいですか。

どうぞ。

○河野委員 取りまとめを拝読いたしました。

対象を整理して、それに対してどのような形で対応していくかということで、全体構成はわかりやすいと受け取りました。ただ、この取りまとめに期待する一番大きなところは、消費者庁ができて、ちょうど10年ですね。10年たったのです。見えてきた課題というのが、そろそろ手探りのところを脱して、かなり明確になってきたと思っております。

私自身の受けとめなのではございますけれども、消費者基本計画等が、複数年で、KPIも置いて、PDCAを回して、効果と次の対応策を示すような形で、私たち消費者にも見えるようになってきました。

何をするかという射程に関しては、ターゲットはすごく明確になってきていると思っております。一方、私が不安に思っているのは、誰がやるか、というところがやはり見えにくい。消費者基本計画は、非常に広範な社会生活にかかわるところを網羅していますが、それを着実に進めるためには、誰が頑張るのかということが見えてこない。

これまで問題とされていたように、消費者庁は全国に直接効力を持つブランチがない。それから、そこにも起因するかもしれませんが、具体的に支援する有力な団体がいないということで、結果とすると、予算というか財源を取ってきにくいところがある

ります。そのあたりが、消費者庁ができて10年たって、今の時期にきちんと手当をしていないと、次の10年が不安だなというふうに思うところです。

もう一点は、消費者庁に期待する役割として、司令塔機能というのが言われています。消費者庁が上に立って、さまざまな省庁がやっている国民生活にかかわる部分で、消費者にかかわるところをしっかりとグリップしなさいよというところもあるのです。では、例えばそれができているかというところ、国土交通省のところ、この間、消費者も絡んだ大きな問題になっていた軽井沢バス事故のところでも、なかなか消費者庁としてコミットメントできていないとか、何とか対応はなされているのですけれども、本当に消費者目線で対策がされたのかわかりにくい。それから、経産省でいえば、電気やガスの自由化の料金問題のところに対しても、消費者庁もオブザーバーとしては出ていらっしゃるけれども、あくまでもそのレベルで、国民生活に直にかかわるところになかなかコミットメントできていない。

なので、そういったさまざまな省庁で、国民生活に密着して行われる施策に関して、消費者庁が直接コミットするというよりは、今、社会ではこういうことが重要事項になっていますよと、的確に情報提供をする機能に期待したい。例えばエネルギー基本計画のところでも、エネルギーミックスの議論が行われているときに、皆さん、自分の問題ですよ、これからの方向を見極める問題ですから、ちゃんとみんなで考えましょうねということは、情報提供できたはずなのです。そういったところで、もう少し力を発揮してほしい。

この取りまとめのところに、先ほど吉川委員もおっしゃっていましたが、現在抱えている問題の改善策として、もう少し明確に書き込んでほしいと思いました。

私自身も、前回の矢野先生のお話を聞いて、社会というのは、一方的な立場から見てはいけない、トータルで、社会経済の全体の発展を考えなければいけないということがよくわかりました。

ただ、消費者が望むのは、健全な消費環境や市場の質を確保してほしいということで、7ページに書いてくださったところが究極の目標だと思っています。そのために、9ページの頭にも書いてくださったように、議論と実証を結びつけていく。それが、確実に適格な消費者政策になっていくのだらうと感じています。

まずは、私たちは何をこの報告書で目指すべきかを、もう一步だけクリアに書いていただいて、先ほどの4点の取りまとめなのですが、ここのところに、もうちょっと明確に落とし込んでいただきたいと思っています。

うまく言えないのですが、そんなふうに感じたところです。

○高橋座長 いろいろと御指摘いただきましたけれども、いかがでしょうか。

○尾原課長 今、河野委員がおっしゃった特に健全な消費環境、市場の質を確保する観点は大変重要だと思っています。それをやるに当たって、この10年でできてこなかった大きなところは、そういうことをきちんとデータに基づいて広報できていたか。もちろん、消費者庁は注意喚起等はすごくやってきたわけですが、それを説得力があるものに

するためには、今の時代でいくと、証拠に基づいた情報提供が求められているのだと思います。

そうすると、残念ながらそこが、この10年で弱かった大きなところかなと思っております。

河野委員がおっしゃったさまざまな問題が起きているというのは、前半のところ課題が増えてきていますという形で、これまでの消費者相談だけではなくて、それこそ持続可能な社会までという形で、本当にさまざまな問題が複雑化する中でというところがあるので、そのあたりが、9ページの最後の取りまとめのところに、課題ところで具体的な提言だけではなくて、問題が複雑化しているというあたりをもう少し入れ込められないかなということは考えておるところでございます。

あと、具体的に担い手がどういう人か、どういうことを期待しているのか。もう少しというところあたりは、一つ想定しているのは、国としては消費者庁ができるだけ各省と連携しながらとあるのですけれども、例えば7ページ目の消費者政策を学んだ者の各分野での活躍の場の視点の行政のところの最後のポツなのですが、消費者行政で大事なものは、やはり地域なのかなというふうに思っています。

消費者問題は、地域の住民サービスのところで解決するのが大事ですねといったときに、それを一番議論するところは、我々が考えたのは、一つは地域の審議会というのは機能としてすごく大事なのではないかと考えております。そこできちんと発言できる方というのは、有識者の先生だけではなくて、企業の方あるいは消費者団体の方も含めてだと思えますけれども、そういう形で、ないしそれぞれの地域で、例えばきょうちょうど戸澤委員がいらっしゃいますが、東京都ならば東京都の審議会の場で活躍ができる。そうすると、やはり消費者行政というのはその地域にとって重要だなという認識が高まっていく。そういうのが大事な感じがするのです。

脱線をお許しいただけると、どうしてもこういう議論をすると、消費者庁頑張れという意見をたくさんいただきます。我々もすごく頑張っていかななくてはいけないと思っています。だけれども、やはり消費者行政というのは現場だと思うのです。そうすると、県であり大きな市であれば、通常ある審議会とかで、きちんとその地域の中で何が課題であって、どうしたいかということを中心に情報発信できる有識者の方、あるいは企業の方、消費者団体の方がきちんと育っていないと、なかなかその地域に消費者行政の重要性は上がってこないのではないかと考えているのです。

そういう意味では、その地域で活躍できる方、担っていただく方もきちんと連携をしていかななくてはいけない。言う先も、消費者庁けしからん、何とかしろとかそういう話ではなくて、その地域で頑張ってくださいという話が、行政は当然、中立性はありますけれども、例えばその中で、行政のトップのほうにその思いが伝わる。あるいは、そういう話が、三権分立の中できちんと地方議会のほうで御議論いただく。活発な議論をすることによって、消費者行政自体が活性化するのではないか。そのあたりが、今後10年まで見据え

たときに、消費者行政のところで課題になってくるかなということも込めて、7ページ目に行政の最後のポツのところを入れさせていただいております。

補足です。

○高橋座長 この地域の審議会と消費者庁のコミュニケーションというのは、どういうふうに図られているのですか。

○尾原課長 やはりそれは切り離されておりますので、直接というのはいないのです。我々ができるのは、まさに環境づくりのところだと思います。

ただ、こういうことがないと、結局何となく消費者問題は消費者庁に言おうとか、消費者庁に言えば何とかしてくれるという話になってしまって、本来地域でどうすべきかを議論する場が活用できなくなるのではないかという懸念はちょっとございます。

戸澤委員の様子を見ながらで済みません。

○高橋座長 逆に言うと、地域の審議会同士の連携というのはあるのですか。

○吉川委員 ないですね。

○高橋座長 最近、いろいろな詐欺の問題とか、そういうのは、ある局所的に起きたものが、広がっていきますよね。

○吉川委員 地方の審議会がまず年に1回か2回しか開かれないところが多い。

それで肝心なことは、なぜ審議会がそれだけ開かれないかといえば、行政の職員もこれだけにかかわっているわけではないのです。例えば東京都のような何十人ですか、100人ですか、専任の職員が消費者部門におられるところでは、それこそ審議会担当の職員はおられますけれども、地方へ行けば行くほど、消費者行政以外のいろいろな業務をやっている中でしないといけないから、開催しなければならぬから開こうかということで開催、そのような状況なので活発な議論になかなかならない。

ただ、そこに消費者政策を学んだ人を審議会に入れる、人材としてその登用が求められると書かれている。もっともなことだと思います。しかし、その前に、消費者行政に、携わる人たちがいかに学ぶ必要があるかということ、今、審議会は開かなければいけないとかいうことをその人たちに思ってもらえるような職員をきっちり育成するにはどうしたらよいかということを検討する懇談会がこれだと思うので、地域の現状をまず分析したものを入れていただいて、だから現場が大事で、消費者団体の人とか消費者政策を学んだ人とかを入れるようにというのであれば、実のある内容になると思います。

○戸澤委員 先ほど来、東京都の審議会はという話もありましたので、ちょっとお話をさせていただきます。

審議会のメンバーとしては、学識経験者ですとか、あるいは消費者団体、企業の方々にも入ってもらって意見交換をする場ということでございます。大体2年に1回ぐらい、大きなテーマを取り上げて、その間、何回か審議を重ねてやっていくというスタンスで、ちょうど今、去年の10月ぐらいに成年年齢の引き下げの問題が出ましたので、その審議会を立ち上げて、審議会の下に部会を設けて、その中でいろいろと審議をしているというと

ころです。

特に成年年齢の引き下げですと、今、学校現場が大変忙しい中で、消費者教育をどうするのかというのが、もちろん学習指導要領とかにも、ある程度やるとは書いてあるのですが、それだけでは成年年齢引き下げに対応できない部分もあるので、いかに教育現場にそこら辺の理解をもっと深めてもらって、より一步踏み込んだ対応をしてもらうかを今、まさにやっているところでございます。

メンバーの学識経験者は、かなり消費者行政に詳しい先生もいらっしゃいますので、そういう意味では、割と東京はそこら辺は恵まれているのかなと考えているところでございます。

ちょっと話は変わりますが、東京都でやっているマスター講座がありまして、それも学識経験者あるいは弁護士の先生、IT関係の人、金融業界の人などいろいろな方に講師になってもらってやっているのですが、彼らに言わせると、これだけのメンバーをそろえてやれるのは、なかなか東京しかないねということで、地理的なものがあるのかなど。

我々のそういった講座を例えば録画して流すとなると、これはまた別の話になってしまって、講師の謝礼は抑えているのですが、とてもその金額ではできませんよということで、なかなか広められるものでもないということがございます。

消費者関係の専門家の方も、全国津々浦々にいろいろな人がいるというよりは、かなりまだ限られている分野というか、しかもある程度、教えられて、それなりの評価の高い授業をしてもらえる人は限られているのかなというところがあって、そこら辺が結構課題かなど。

今回の話の中でも、大学院との連携などもいろいろと考えられているようですけれども、結構まだ課題は多いのかなど。

研究機関を消費者庁でつくるということで、どういった分野なのかなど。相談員に対する研修は、先ほど来ある国センなどを中心にある程度、できているのでしょうけれども、それ以外の専門人材の教育をどうするのかというところが、今回の課題であったとおるのです。

他省庁ですと、結構地方の行政職員向けの、税務大学校だとか自治大学校みたいなところをつくっているところもあるので、研究だけではなくて、そういった教育機関的なものもあわせてあると非常にありがたいのかなど。そういう研修の場を地方でやってくれば、参加しやすいのかなどということもあろうかと考えているところでございます。

以上でございます。

○高橋座長 ありがとうございます。

矢吹先生。

○矢吹委員 先ほど、地方ということで、岡山の地方から審議会のメンバーを考えたときに、ここでどんな話ができるのだろうかと思います。東京都とは全然違うような審議会にな

っているのが多くの地方の現状だと思います。

7ページに、例えば私みたいに消費者教育コーディネーター等の専門的知見をというように書いていただいているわけなのですが、非常勤という身分の相談員やコーディネーターが配置されたからといって、企画・立案して県内の計画といったものに携わらせていただけるのかというと、そうではありません。コメントを言って岡山の独自性を出したいと思っても、やはりもともとつくっている計画を踏襲していくのが現状で大きく変えることは困難です。行政職員にしてみれば、非常勤の相談員あるいは非常勤のコーディネーターが何を言っているのだというような感覚であるのが現状です。行政の現場というところだから、ここでとてもいいことを書いてくださっているのですけれども、そのためには、やはりコーディネーターとかの立ち位置といったものを、どのような形で身分を保障して、それからどのような権限が与えられているかなどを明確にしないと絵に描いた餅になります。また、コーディネーターは、やはり地域の消費者行政を引っ張っていく人材として、行政職員と両輪となって走っていかないといけないということを明確に示していただくのが必要ではないのかなというふうには思っています。

どうしても気になっていたことをもう一つ言わせていただきます。1ページの「はじめに」の第1段落目の最後のほうなのですけれども、消費者政策の目的というところで、消費者の権利の実現を通じて、消費者が主役である経済社会を目指すことであってということなのですが、公共的目標であるということなのですけれども、脆弱な消費者の存在というのが、このところでこれだけを出すというのはどうなのかなということで、少しこのところは、基本計画のところでも変わってきていると思いますし、消費者というのは、保護の客体から自立の主体になって、これからの消費者は、どんな消費者であろうと、「みずから立つ」の「自立」から、「みずから律する」ほうの「自律」に変わっていくことを目指しているのが消費者市民社会だと思いますので、そういった部分を踏まえた「はじめに」のところの言葉は気をつけていただきたいと思ったところがございます。

あと、消費者政策というのを基本計画の6つで分けられているわけなのですが、この6つの分け方で本当にいいのかと考えたときに、大村敦志先生は4つにくくり直されていると思うのです。まとめられるところはまとめるなりをして、必要な情報の提供と消費者教育の機会というところはまとめることができるし、計画で消費者の6つの政策をそのまま持ってくるのではなくて、これから、今までの10年間を踏まえた上で、これを再構築したところで、何をこういうふうに学ばないといけないのかということにするといいいのかなとは思ったところです。

このようなことを考え、最後に、消費者教育コーディネーターというのは、教育だけの担い手を育成するのではなくて、情報を提供したり、その地域の消費者行政を引っ張っていく、牽引していく役割を持っている人だと私は認識しています。そういうコーディネーターの役割などを明確に示した上でこの中に書き込まないと、誤解を与えるのではないかとはおもっております。

以上です。

○尾原課長 今回の権利のところは、人によっては6つではなく8つだろうという人もいらっしゃるし、どうまとめるのがいいのかなというのはあるのですけれども、今、矢吹先生からおっしゃっていただいたところも踏まえて、どういうくりにするのがいいかなというのも考えさせていただければと思います。

あと、吉川先生、矢吹先生がおっしゃった行政職員のところは、やはり専門性をつけるといった意味でも、そのとおりだと思うのです。そのところは、我々としてもメッセージは出したいなと思いつつも、まだパンチ力がという感じですかね。

気持ちとしては、消費者庁の専門人材をどう育てるかという研究会でもないものですから、消費者行政部局のところの専門人材をどう育てるかというところが、もう少し強目に出るような表現も考えさせていただければと思っています。

○吉川委員 しつこいようですけれども、地方で消費者安全法の改正のときに、相談員だけが頑張るのではなくて、自治体の消費者行政担当職員も研修をしっかりと受けて、頑張れというガイドラインがありました。しかし、そこがどう考えてもなかなか実現されていない。研修になかなか行けない状況でもあるので、ここに研修をと書かれているのですけれども、そこは現実を踏まえて、地方の消費者行政職員の専門性の育成という以上、そこにもう少しフォーカスを当ててもらって、書いてもらって、それで私たちが応援できるような内容になればいいなと思っています。

○矢吹委員 どうしてもセンター長というのは、岡山の場合は1年とか定年前の方がお見えになって、1年だけで退職される方がほとんどです。退職前の1年で、何ができるのだろうかと考えると、何もできないのが現状です。

本局の課のほうも、大体2～3年で消費生活の担当者が変わられていく中で、全然違う部局から来られた方が、消費生活に関する部署をまとめている班長であっても、まずはたくさんある法律を見て、何をどうするかで、何がどうなっているのか全然わからないということで1年目が終わり、2年目でやっと何かをしようかと思うと、次は3年目で変わっていくという繰り返しの中で、地方の消費者行政職員がどれだけ充実していくことができるかというのを考えることが重要だと思います。もう少しそこを明確に出すのであれば、地方消費者行政職員の研修を、地方で充実させる方法などを明示することなどが必要であると思います。消費者行政職員の認識や知識の向上がない限り、地方の審議会も上手く働かないと思います。そこに審議会もうまく絡めながら引っ張っていくような、本当に意義のある審議会になっていくと、東京都のようにできるのではないのかなと思いました。

○梅田課長補佐 事務局からですけれども、今、吉川先生、矢吹先生におっしゃっていただいたことは非常に重要なことだと思っております。河野先生からもありましたけれども、10年間経過して、地方での消費者行政の企画・立案機能をもう少し強化する必要があるだろうと考えております。そのためには、それをどうやって推進していくか、人材をどうやって育てていくかということが、最後にお示しできればいいかなという思いがあって、

書かせていただいているのです。

吉川先生にお話しいただいたように、地方の審議会というのは年に1回か2回の開催で、企画・立案機能もあるところとないところの差がかなりあるのだと思います。どこの地域でもきちんと審議会が機能するように、そういう人材を行政の中でもつくっていかねばならないし、そのほか行政外部の人たちでもつくっていかねばならないというのが、問題意識としてはあります。

7ページ目に少し書かせていただいているのが、行政の部分の2ポツ目のところですが、消費者行政の指導的立場に立つ者を想定したキャリア形成であるとか、人材育成をやってほしいということには触れてあるのですが、もう少しこのところを明確にしていけるよということ、事務局のほうも工夫をさせていただいて、最後に審議会でも企画・立案機能ができるような人材を行政内部に育てていくというのをもう少し書き込めるように努力したいと思います。

○高橋座長 色川先生、いかがでしょうか。

○色川委員 今の件からいいますと、私も審議会、消費者教育推進地域協議会は重要だと思っていますが、県内だと4つぐらいかかわっていて、人がいないからと言われていつもやらざるを得ないという状態です。

特に地域協議会には企画・立案機能がそもそも余りないし、わからない人が多いのです。だから、そういう人にどうやってわからせるかから始まり、非常にいつも苦勞をします。

先ほど梅田さんがおっしゃった例で言うと、静岡市はたしかセンター長がことし4年目か5年目で、その前の人が、もうそこの部局に9年か10年いた人などがいまして、長くいる部署というのは、ある程度本人もやりたくて、行政もそれを認め、詳しくなっていくので、そういう具体的な事例を挙げる必要があるかなと思います。静岡市ではなくてもいいのですけれども、どこか典型的な例として挙げられるといいなと思いました。

全体の中身について申しますと、私の勝手な印象なのですが、報告書は現状があって、その問題点が出てきて、そしてそれに対策と改善点を出すと思うのです。ところが、例えば3ページ目の文章で、初任者ケースでポツが3つついているのですけれども、3つ目はともかく、1つ目や2つ目は今でもやっているのです。別に現場に行政職員が入れば、当然そばに相談員がいますから、様子を見たりすることはやっているし、また国民生活センターも行政関係向けの研修講座をやっていますね。

行っているかどうかはとにかく、とりあえずやっている。そうすると、それに何が足りないのかということと言わないと、提言にならない。つまり、今やっていることはやっていることとしてあって、それに対してどういう問題点があって、それをどうするべきなのかということ挙げないといけないなというのは見ていて思いました。

中身を見ますと、例えばモデル大学院をつくるというのは、まさに全然やっていないし、かなり先の話ですね。一方、そうではなくて、行政職員を育てるというのはもう実際にやっていることです。視点がちょっと違うかなというか、もっと言うと、実現までの期

間が違うものが混在してしまっていると思いました。

私は、提言というのは、ある程度具体的に可能性のあるものでないと意味がないかなと思っているほうで、例えばモデル大学院を幾つか全国につくるというのは、かなりハードルが高い話で、この前のヒアリングを聞いても、田辺先生がコースなんかつけれないですねという話をされていたではないですか。だから、かなり難しいかなと正直思ってしまうのです。

もし可能性があるとする、例えばもうちょっと消費者庁独自でユーチューブかはわかりませんが、ネットを利用した通信制の講座がありますね。ああいうものをつくっていくことをやるとか、あるいは今、挙がっている学問体系だけではなくて、それを組み合わせ合わせた具体的なカリキュラムを考えてみるとか、そういう政策のほうが具体的かなと思いました。

細かいことですが、同じ3ページ目の上のほうですけれども、多分、消費者政策という言葉は上位概念として考えられていて、そこに入るものがどさっとあがっているのだと思いますが、地方の様子を見ると、地方は相談を受けて、教育をするというのがメインの仕事なのです。そうすると、教育はあっていいだろう。消費者教育という業界もありますし、この中に消費者教育という言葉は本文に入れてもいいのかなと思いました。

また、連携という言葉はよく出てくるのですが、行政用語でよく使うのはわかるのですが、連携とは何かはいつもわからなくて、何でも連携と言ってしまう感じがしませんか。

私は以前、別のときに、連携という言葉を使わないで会議をしましょうと言ったことがあったのです。具体的な中身を示していく努力は必要かなと思います。楽な言葉に逃げやすいのですけれども、具体的に何を指しているかということを示されたほうがいいかなと思っています。

以上です。

○高橋座長 1周しましたけれども、長谷川委員、どうですか。

○長谷川委員 やや雑談みたいな話もあるのですけれどもいくつか申し上げます。

まず、具体的な話として、3ページでも図表1でもいいのですけれども、具体的に身に着けるべき学問領域や基礎理論の中で、「技術」をぜひ入れていただければということが一つです。

あと、先ほど「司令塔機能」とおっしゃっている方もいたのですけれども、私の印象だと、報告書(案)の中で気になった言葉が2つあります。ひとつは、「サステナブル」や「サステナビリティ」、もう一つが「司令塔機能」です。この二つの言葉は、やや上滑って書かれているのではないかという気がしています。具体的には、「サステナブル」のほうで言いますと、例えば8ページの「5. 消費者政策の研究機能の強化」の1行目「消費者政策の研究の質をサステナブルなものにしていく」というのは、どういう意味なのか日本語としてよくわからない。あと、5ページの「(3) 研究者ケース (研究者ネットワーク、

研究機関)」の1行目で、「消費者政策が対象とする領域をサステイナブルに研究する者」とありますが、わざわざサステイナブルと言わなくてもいいのではないかという気もしています。特定の意味合いがあれば教えていただければと思いますが…。

あと、司令塔機能は4ページの2つ目の「●」のところで出てくるのですけれども、「消費者政策の司令塔機能を持つ消費者庁は」と書いてあるのですが、その後のことを読むと、要するに、消費者庁に政策の知見の蓄積があるということが重要なのであって、「司令塔機能」とは特に関係ないのではないかと思います。

消費者庁の方は「司令塔機能」とか「サステナビリティ」といった言葉が結構好きなので、入りたいという気持ちはわかるのですけれども、読みやすい形で入れていただければと思います。

あと、やや根本の話なのですけれども、司令塔機能については、先ほどバスの事故の件や電力エネルギーの話などを出された方もおられました、そもそも論として私はあまりわかりません。エネルギー政策に関する専門知識がある省庁がやっていること、あるいは事故にかかる専門知識を有している省庁がやっていることについて、なぜ消費者庁が司令塔機能をもってやっていかなければならないのでしょうか。この点があまりよくわからないのです。このような問題意識を以前どこかで申し上げたところ、「それはすき間に落ちるものがあるので、それを拾うためです」という説明を受けたことがあるのですが、それはそれで非常にわかるのです。しかし、それは司令塔機能と呼ぶのだろうか…。

やや雑談みたいな話をしてしまっていて恐縮なのですけれども、例えば昔あった経済企画庁や公正取引委員会、あるいはちょっと視点が変わりますが内閣法制局というところは政策的にいわば一般理論をもっていたという感じがします。例えば経済企画庁でいえば、マクロ経済政策という学問的に確立された世界があって、政治的には立場が弱かったかもしれないけれども、マクロ経済政策の専門家として、その視点から他の省庁にいろいろと働きかけていくということがあったと思うのです。

公正取引委員会もそうで、競争政策や産業組織論が学問として確立されていて、その観点から見て他の省庁の政策はどうなのかという視点があったと思うのです。

あと、やや毛色が異なりますが、内閣法制局も、合憲性とか一般法体系のような世界があり、その世界に照らしてどうかというのがあったと思うのです。

ひるがえって、消費者庁を見たときに、この図表1というのが端的にあらわれていると思うのですけれども、消費者政策について確立された一般理論というのが必ずしもあるわけではありません。そうだとすると、「消費者政策の一般理論に照らしてこうですよ」という他省庁へのアドバイスは、今の学問的ランドスケープを見る限りなかなか難しいのではないかと感じています。そうした中で消費者庁が司令塔機能を果たすということが、あまりよくイメージできないと感じております。

あと、先ほど課長がおっしゃったのですけれども、地方の審議会ですら議論があっただけの話があったのですが、具体的に起こり得る政策論争は、どういう論争なのでし

ようかというのが、もし具体的にあれば、教えていただきたい。

先ほど来出ている審議会などについては、言葉は悪いのですけれども、大きく2つぐらい類型があり得て、例えば消費者庁がされる政策の応援団的なことを有識者としてとりまとめて言っていくというパターンが一つ。すなわち、こういう専門人材が必要なのですというのを言っていく。もう一つは、典型的な利害調整です。河野さんといろいろと議論させていただいた消費者契約法とかはまさにそうかもしれませんけれども、立場の違う人たちがいて、それをうまく調整していくという議論の中で、みんなが納得するものをまとめていくパターン。

おそらく、そういった具体的な審議会の議論のあり方と、専門的な研究機関といった記述で考えておられることとの関係について、もしイメージがあればということなのですが、教えていただければと思います。

最後、先ほど私の冒頭の発言で誤解があったかもしれないのですが、消費者志向経営と別のものが企業の中にあるわけでは全然なくて、ひとつのものとして消費者志向経営があるのです。ただ、消費者志向宣言をしたほうがいいのかについては、別にその数をふやすことが重要なのではなくて、事実上、消費者志向経営をちゃんとやっていますかということが重要なので、基本的に消費者志向経営ではない経営というのは、座長の言葉で申し上げると当たり前のことなので、そのほかに何かあるということでは全然ないというふうな意識をもっており、それを前提に発言をさせていただいていたところでもあります。○尾原課長 事務局から一つ。今、長谷川委員がおっしゃった、消費者庁が各省に対してどういう視点からかかわっているかということについて、補足で御説明させていただきます。

もともと内閣府設置法の第4条第1項で、内閣補助事務として総合調整機能というのがございます。それが従来、内閣府が持っておったのが、数年前の内閣府のスリム化の中で、その総合調整も各省におろしたものの一つ、消費者の安全に関するところは消費者庁が総合調整を持っております。そういうことで、内閣補助事務として、消費者庁が各省に対して物を言うことができるという権限を持っているということがございます。

もちろん、ミッションの中で、大事なのは消費者の安全であったり、あるいは初めの公共的目標である市場の質というところ。要するに、競争の中でどのように質の高い市場をつくっていくかという観点から、消費者庁がどう各省と協力関係を築くか。場合によっては、総合調整機能権限を用いて、特に消費者の安全のところについてはあるかと思います。その中で、我々としては各省とやっていきたい。

もう一つ、地方でどういうことを想定されて、審議会を考えていらっしゃるかとすると、利害関係の調整というものもあるのかもしれませんが、むしろどちらかという応援団として、消費者行政をいかに充実させるかという話です。

もっと言うと、最近の流れでいくと、本文の中にありますけれども、やはり消費者行政自体が必ずしもどんどん盛り上がっているかといえば、地方では必ずしもそうではないと

いう厳しい現状があります。

その中で、応援団になっていただくという言い方はすごく口幅ったいのですけれども、関係者の方から、ぜひそれは重要だという形で、地方から声を上げていただかないと、なかなか厳しいかなと思っております。

我々もいろいろなところに行くと、消費者庁が何とかしろとか、消費者庁はお金をつけないから、消費者庁はだめなのだから、そういうお叱りを受けるのですけれども、他方で、自治体で何が重要なのか、審議会のところできちんと御議論いただければいい話で、消費者行政が不要だという人はいないと思っているので、そもそも消費者行政が重要だということを書いていただける方をふやしていかないと、なかなかこの分野は厳しいかなというところがあります。

そういうところは、ぜひ審議会等で、消費者庁の応援団という言い方はよくないので、消費者行政と一緒に推進していただける方がすごく大事かなと思っております。

順番が前後して申しわけありません。司令塔機能とかサステナブルとか、どうしても消費者庁が好きな言葉が踊る嫌いがあるというか、そのあたりはまた今後、特にサステナブルな権限というのは、中でもどうしようかと思いつつも、私は結構これはいいかなと思って残してしまったのですけれども、ぱっと見た人がどうかという御意見も確かにあるので、そこはまた中で検討させていただければと思います。

ちょっと戻って、色川先生のところ、大学で、なかなか連携という言葉に逃げやすいというのは、確かにおっしゃるとおりだなと思うところもあるのですけれども、我々のほうが、特に高等教育機関で消費者庁がどう連携できるかなというところで考えたときに、いわゆるお金の面というよりは、むしろ消費者庁が教材あるいは人的な、例えば非常勤講師で御協力ができる、人でのいわゆるソフト面での連携ができないかなというイメージをしておるところでございます。

そういうところで、なかなかハードルが高いという御意見もありまして、前回、田辺先生も、東大でつくるのはどうかみたいな話はあったのですけれども、他方で、そういう高等教育機関で学んだ人が現場で、特に消費者行政のところ、企画立案までやってくれるのも考えると、一つ高等教育機関というのはあるかなとは思っております。

もちろん、そこで学び方の出口のところ、博士号を目指す人ばかりではなくて、それは修士課程でもいいと思いますし、あるいは履修証明という形で、プログラムみたいなものも選択肢としてあると思います。その中で、なかなか今ないところをつくっていくというところはあるのですけれども、消費者庁としては、できるだけソフト面での協力をしながら、全国に、それこそ幾つかできるようなモデルとなる大学院で働きかけをするところを、懇談会の結論をいただきながら進めていけるといいかなとは思っております。

もちろん色川先生がおっしゃるとおりで、人材、いわゆる消費者行政部門の研修のところ、重要でありますし、また、こういう学ぶ場というの、こういうところで議論していかないと、重要性はみんなわかるのだけれどもねというところで、とまってしまうのはも

う一歩か二歩、進めたいなという気持ちで、今回、ぜひ打ち出させていただければと思っておるところでございます。

長くなりましたけれども、以上でございます。

○高橋座長 河野委員。

○河野委員 ありがとうございます。

先ほどの長谷川委員の御発言で、私もそういえば、きょうは絶対に言わなければいけないと思ってきたことがございます。

私としては、消費者政策で健全な消費環境や市場の質を確保するというのが重要だと思っております。実は、私と長谷川委員は同じ会議体に4年出ておりましたけれども、そこは特商法と消費者契約法の改定についての議論の場でした。

そこで非常に強く思ったことは、健全な消費環境や市場の質を確保するということ言えば、地域の懇談会でいろいろな利害関係をすり合わせるというよりは、大きく国で法整備を行い、しっかりと後ろ盾をつくるというのが非常に大事だと思います。

ただ、現状のスキームで言えば、そもそも現状がどうであるということ、それからどういったところを改善していかなければいけないかということのコンセンサスを得るまで、非常に長い時間がかかる。根拠に基づく政策立案というのは、今は当然のことだと私自身も思っていますけれども、消費者契約法でいえば、根拠とすべきものが、そもそも合意を得られずに、半歩は前に進みましたが、進みたかった一歩は獲得できなかったという思いがあります。

今の消費生活というのは、物すごいスピードでデジタル化が進んでおりますから、私たちが理解して、しっかりと判断できるというよりもずっと速いスピードで、実際の消費環境は変わっていつている。その中で、法律はどこまで担保してくれるのかといったときに、消費者契約法でいえば、4年やって、本当に小さな一歩でした。法律の改正までにデータを集め、学識経験者の方、経済分野の方、消費者と行政執行の方が集まって、いろいろとすり合わせをするわけですが、何とか報告書がまとまり、法律に落としてもらって、それが実際、公布され、施行まで行くともう5年とか6年がたってしまうのです。

5～6年前に決めたことは、今の消費生活で一体何の意味があるのか。ないよりはいいけれども、本当にそのスキームはぜひ変えていただきたいと強く思っています。

そういった意味でいえば、特にどのような根拠から物事を考えるかということで、私自身は4番目に書いてくださった研究機関が何を意味するのかということをもう少し絞り込んでいただきたいと思うのです。平場に全ての生データを持ってきて、ここから何が導き出されるのかというようなことを政策立案のところで行っていると、私たち消費者は本当に置いていかれてしまう。ですから、実態の確認という意味でも、データ収集という意味でも、ぜひ何らかの機関を設置していただきたい。

学者の先生が研究されるというよりは、そこでプロパーの方がさまざまな世の中にあるデータ、それは経済的なデータももちろんだと思いますし、それから、国民生活センター

などが持っているデータもそうだと思いますし、そういったものを全て日常的な業務の中でうまく研究の素材に乗せて、今、何をすべきなのかというところを考えていただきたいと強く思っています。

ハブ・アンド・スポークで、スポークのところにさまざまな方向で具体的な施策が出てくるとすると、ハブのところとしての何らかの機関をぜひ今回は置いてほしい。それは、私自身は強く思っているところで、ぜひお願いしたいと思います。

○尾原課長 事務局から発言させていただきます。

今、河野先生がおっしゃったのは大変重要な話だと思います。特に議論をするときに、余り根拠なく議論をしていると、結局は哲学論争みたいになってしまうので、そこはできるだけデータに基づいて議論ができるように。かつ、規制を設けるといときは、初めのところにも書いてあるのですけれども、直接的な影響と間接的な影響が出てくる。そのあたりは前回、田辺先生とかも規制の影響のところでお話があったかと思いますが、関係者がそういう共通認識のもとで議論できるような情報提供をするのが大事だと思っております。

そういう意味では、先ほど長谷川委員からの御質問で、審議会の役割はどういうものかといったときに、地方のところはどちらかという応援団的なことを言ってしまったのですけれども、国のところの議論の場ではできるだけそういう形で、根拠なく議論する時間をできるだけ省くためにも、消費者行政に関して、きちんとデータに基づいて議論できるような場が提供できるように、そういう研究機能を高めていかなくてはいけない。そうすることによって、まずは共通認識のもとで規制なり、あるいは前回の田辺先生の発表でいくと、情報開示がどうあるべきかみたいなお話をいただいたのですけれども、そういうときにどうあるべきかについて、同じ土俵で議論できる環境づくりをするためにも、基礎的なところは重要かと思っております。

○長谷川委員 関連でお伺いしたいのは、データといったときに、どのようなデータなのかということです。河野さんがおっしゃっていましたが、河野さんと御一緒させていただいた消費者契約法の検討の議論では、あったほうが嬉しいデータは、どれだけ救うべき被害が出ているのか、それで、どういった政策を導入するとどれくらい減ると予想されるのか、ということです。しかし、出されてくるデータは、消費者相談がこれくらいありましたということで、具体的に出された判決ではないのです。

出てきた消費者相談の数をどう見るかというところで、立場によって見方が違って、コンセンサスが結論として得られなかったというのが河野さんの先ほどの発言のご指摘と理解しており、私も全く同じ認識を持っています。そういったものであれば、何となくあったらいいデータのイメージが湧くのですけれども、ほかにはどのようなものが想定されるのですか。

○尾原課長 ちょうど今回の取りまとめ素案の8ページに書いてあるのは、いわゆる消費者行政部門で、データという消費者相談がすごく重要なデータだと思うのですけれども、

余りそれに限る必要はないと思っております。

例えば、このパネルデータというのが一例で書いてあるのですけれども、長期的にデータをとって、その消費生活上、どういう特性があるかとか、その辺もただ単に一時的にサンプルでとりましたというよりは、一定の統計のデータ検証に耐え得るだけのデータが集められるような、それも長期的にとって、例えば消費生活上、どういう動きをするかとか、そのあたりも因果関係も含めてデータセットがつかれないかと思っております。

これは発想のもと、前回の矢野先生が、結構そういうのが消費行政に欠けているのではないかと。まさにそこそやらないと、そもそも学者さんが来ないという情報から始まっておりまして、余りPIO-NET情報はPIO-NET情報で重要だと思っておりますけれども、余りそこにこだわっていないです。むしろ新しくデータをつくる場所も含めて調査研究機能の強化を今回提言できればと思っております。

○長谷川委員 消費生活上のデータとは、具体的には何なのですか。

○尾原課長 そうですね。一例を言うと、消費行動がありますね。例えば、ギャンブル依存症対策なんかの議論をしていると、具体的に依存症がどうこうではなくて、一般の人がどれぐらいの頻度で、どれぐらいギャンブル等の、いわゆる公営的なもの、宝くじも含めてですけれども、どういう消費行動をやるかというのは、データセットというのはないのです。そうすると、それもないままこのまま今後議論するかというと、そこで議論がとまってしまうので、本当はそういうのも一時点ではきちんととって、サンプルに歪みがないような形でそろえないと、ギャンブル依存症対策の効果は、本当は今後検証できないのです。

もう一個最近のデータで言うと、例えば認知症対策とかもあると思うのです。そういうときに、データをきちんと集めて議論しないといけません。あるいは、矢吹先生が担当されていらっしゃるプロジェクトですけれども、障害者の方のところは、きちんと時系列でとって、かつ、匿名性を担保した上で、同一の方で、どういう特性があるかというのをやっていかないと、なかなか対策まではいけないのかと思っております。

その辺はもうPIO-NETとはまた違う形で、アカデミックに耐え得るようなデータの整備を、今後この10年間かけてやっていかないといけないかと思っております。

○矢吹委員 言わせていただいてもいいですか。

徳島だけでデータをとるのではなくて、私はあのときに岡山の障害者のデータもとりましようとお声がけをして、徳島だけでこの調査とかをするのではなくて、こういうデータというのは、さまざまな地域で、いろいろな世帯でのデータをとっていかないといけないし、今回の徳島の分については、岡山の私がいるので、岡山の障害者の方のデータと合わせたことによって、データがより高度になっていくので、そのような形での研究機関とか、そういうデータはとても大事だと思いますし、障害のある方への教育という教材をつくったり、政策を考えるときに、そのデータは随分と役に立つと思うので、そういった形でのデータは重要かと思いましたので、ここのところは、いいことを書かれているなと思わせ

ていただきました。

○色川委員 今のパネルデータの問題で出てきたので、テクニカルな話をしますと、基本的に今、お話にでているようなことに利用するには難しいデータだと思います。というのは、基本的に10年や20年にとって意味があるデータとなるので、例えば急に認知症だからとか、急にギャンブルだとかと言っても、なかなかとりにくいというのが一つあります。

実際にパネルデータというのは、個人だけではなくて同一企業を追いかける場合も当然あって、ですから、例えば消費者庁が毎年自治体を実施している現況調査などはパネルデータなのです。ただ問題は、データの精緻化が不十分だということで、きちんとデータをクリーニングしていくことが第一歩だと思います。

それと、パネルデータを継続して実施していくことはなかなか大変なので、結局、多くのところが何をやっているかという、自分でパネルデータをつくるのではなくて、パネルデータがあるデータを利用させていただくということはよくあります。今、慶應大学が結構データを持っていると思います、そういうデータをおかりするという形もあるので、それこそ連携を図って使うという方法もあるだろうと思います。

以上です。

○吉川委員 事業者の方と、私たち消費者とは本来よりよい暮らしの実現のためには同じ方向を向いているはずですが、しかし、河野さんと議論を4年間されたという消費者契約法と特商法の改正のための審議会での議論は、その方向性はそれぞれ一緒であるべきなのだけれども、必ずしも一致しない、どうしても違うところがあるからこそ4年間の議論になったのだろうと思うのです。

また、少なくとも消費者志向経営というような宣言をしてくださいということは、もちろんそういう方向を向いて企業活動もしておられる。それが企業活動の基本だと言われるけれども、これまで事業者の不祥事とかいろいろなことが起きてきたことは、やはりそれぞれの立場があり見方が違うから起こる事もいろいろある。その立場の違いなどを調整していくのが、各種審議会であり、こういう懇談会でもあり、色々な問題を調整し新たな政策を企画立案する消費者庁の役割である。消費者庁は、すき間事案等事案を取り扱うだけではなくて、ものの見方として消費者、事業者等ともにどうあるべきかということ、その辺のところの意見交換をしたり、そういうことを考えられる人材を、垣根を越えて育成しよう、育成のための機関の導入というのが今回の目的でもあろうと思います。それぞれ立場の違いがあったらそこで議論できるような研究機関であり、そういう意味でも消費者庁に何かを設ける必要がある、そういう場が必要という意味では理解しています。

○高橋座長 私は今、ずっと議論を拝聴していて、消費者志向経営という言葉と、消費者庁として助成するとか応援するような研究のあり方、あとはデータの質とか確保の問題について、座長としてまとめている気持ちではなくて、一人の研究者として感じたことを申し上げます。

マーケティング研究者として考えますと、今さら消費者志向経営という概念が重要だと

いうことを経営者に伝えたとしても、経営のトップは余りそこに魅力を感じることは何もないのではないかと思うのです。

しかし、例えば先ほどの河野委員の話ではないですけれども、最近起きているようなテクノロジーの問題ですとか、具体的に言うと、例えばビッグデータやフィンテック、金融ジェロントロジーなどの話になってきますと、経営者というのはそこで新しいビジネスチャンスを見出せると感じるのです、すごく興味を持つと思うのです。そういう研究に対して積極的に大学に研究助成金を出して研究してくださいとか、実際に慶應大学でもこういうことをいっぱいやっています。

それは何のためにやっているかというのと、その企業が存続していくためのビジネスチャンスを見出して利益を得る。そういうことに興味があるからだと思うのです。

これに対して、それでは、消費者庁みたいな公的な機関あるいは一人の研究者として、もっと中立的に研究しましょうという立場から考えると、特に消費者庁から考えると、そういう新しいテーマが発生したときに、わっと企業なり、そこから利益を上げようという人たちが一斉に研究を始めたとき、消費者の健全性や消費者の権利を侵害する可能性がないか。こういう研究は他方で絶対に必要になると思うのです。

そういう研究を消費者庁なり消費者庁がつくった研究所でみずからやるのか、あるいは、助成金制度みたいな形で、大学とか研究機関の人たちに、そういう視点の研究をしてくださいということ公募して研究してもらおう。こういうやり方が一つあるのではないか。

学術的な研究という意味ですと、今、海外の研究でもそうなのですが、データを第三者の人が分析しても同じ結果が出る。データの研究の再現性というのですけれども、そういうことが担保されている研究でないと、海外の有力なジャーナルには採択されない傾向になってきておまして、そういう意味では、例えば助成金を出した研究のデータをちゃんと役所でキープしておいて、それを将来、誰か別の研究員なり誰かが研究しても、歪んだ結果が出ていないかというのを確認できる。そういうことを担保しておくことが一方では必要なのではないか。

パネルデータみたいなものはもうちょっと大きなテーマでずっとやっていくものに対して、頻発に起きる消費者問題というのは、新しいテーマが次々と出てくるので、機動的かつタイムリーにやっていかなければいけないと感じています。今述べた研究助成制度で、テーマとしては企業経営者も興味を持つようなものだけでも、研究の視点はあくまでも消費者の権利を侵害するかどうかとか、消費の健全性を歪めるかどうかという視点で、何が問題なのかを発見するような研究に対して助成していくというのは、消費者庁としては意味があるのではないかと感じています。

これは私個人の見解ですので、委員会の結論ではありません。

○長谷川委員　あまり頭が整理されていないのですけれども、先ほど吉川先生から御指摘があったところと、今の高橋座長のお話の両方に関係する点について、短く発言したいと思います。

「消費者志向経営」とすごく抽象的に言ったり、「消費者」といったときに、消費者契約法専門調査会での議論でもそうだったのですけれども、どういう消費者に視点を置きつつ議論するかで随分違って来るのだと思います。そこは吉川委員も多分そう思われていて、だからお互いに議論して、方向をそろえていく必要があるのではないかという御指摘かもしれません。そういうことだと受けとめました。

その上で、先ほどの高橋座長のお話で、経営者はそういうことなのだと思うのですが、ただ、新しいビジネスモデルを具体的に行っていくためには、少なくとも既存の消費者関連の法律に違反しないように、最近では個人情報保護法も入るかもしれませんけれども、そういった点に気をつけながらやる。それは前提だと思います。

そのうえで、さきほど先生がおっしゃったのは、既存の法律で保護されないかもしれない消費者の利益みたいなものがあって、そこを研究しようという話なのではないでしょうか。

○高橋座長 私は法律の専門家ではないので、法律のことを中心的に想定してお話しているわけではないのですが、そもそも消費者をだまして、詐欺でも働いて金もうけしようと思っているようなものは犯罪なので、これは全く別な話です。そうではなくて、新しいビッグデータでも何でもいいのですが、そういうものを活用してビジネスをやろうというのは正常な経営行為として皆さん考えるわけですね。ですけれども、ビジネスが先鋭化していくことによって、例えば個人情報みたいなものを使って、場合によっては消費者の心理にまで入り込んで、いろいろなビジネスをやっていくということが、法律には抵触しないのだけれども、倫理の面で問題が生じて、それによって企業の評判が下がるとか、そういうリスクもないわけではないと思うのです。

例えば、消費者の権利を侵害するというのは、消費者のために研究するのですけれども、そういうことの客観的な研究の結果がビジネスのほうにフィードバックされることで、経営者もよかれと思って、消費者に受けるとかって、買ってもらえると思っいろいろやっていることが、実は社会のこういう反感を買う可能性があるのだということ認識できるとすれば、そういうことに対する研究も、企業の経営者にとっては関心があるのではないのでしょうか。

法律を犯すかどうか客観的にある程度明らかかもしれないので、それよりもうちょっと広い範囲でのことを想定しておりました。

今、中国とかで個人情報がどんどん集中化して行って、その人の評判とか信頼を点数化して、それをもって物を売ったり買ったりとか、あるいは結婚相手を見定めるときに、あなたの信頼係数は700点に達していないからやめておきなさいとか、そういう世界にだんだんなってきましたね。

こういうのは遅かれ早かれ、日本にも似たような仕組みが入ってくるかもしれないけれども、そういうことを行うことはすばらしいと考えるのか、それはちょっと倫理的に問題があるのではないかと、人間に対する差別につながるのではないかと、いろいろな多様な

議論が出てくると思うのです。

そういう意味での研究というのは、即法律に触れるか触れないかという以前の問題として、そういうリスクがあるならばうちはそういうビジネスには参画しないという会社も大企業であるかもしれないし、そういうのをもっとどんどん掘り下げて行って、法律に抵触しない範囲で、利益の基盤としてこれは絶対に必要だと考える会社もあるかもしれない。そういう意味で、どういうリスクが発生する可能性があるかを客観的に研究する。消費者に対してアンケート調査をすとか、取引データを分析すとか、いろいろな形で研究が存在し得るのではないかと。

しかし、最後は法に触れないという範囲においては、個別の経営者の判断になるのではないかと。

そういうことに、T型のTの深く掘り下げる人とか、研究機関の研究者とか、そういう人たちがいろいろな研究をして、社会に対して情報発信していくというお手伝いをするのも、役所としては必要なのではないかと感じました。

○矢吹委員 その先生の御意見に賛同します。先般、これからの消費者庁に望むことということでお話しさせていただいたのが、これからの社会というのは、いろいろな便利なことを、例えば、企業側は消費者にとってこんなにいいことがあるということいろいろと製品を開発して提供してくださる中で、消費者庁としては何をしないといけないのかということを考えるということでした。過去の歴史を顧みていっても、便利の反対側には必ず危険な部分があったわけで、その危険な部分を後追いで今までずっと法整備をしてきたという歴史の中で、これからはそれをちゃんと研究しながら、このようなものが出てきたときには、こういう危険がありますという情報発信をしていくことが重要であるということです。そのところで消費者が法に触れない程度で、自由な自己選択をしていく市場をつくっていくというのが行政の役割であって、こういう危険性を踏まえながら、自分は、この危険性のところはクリアして、こちらを選ぶという人もいれば、このところは絶対にだめという人は、不便だけれどもこちらを選ぶという人がいて、それが本当の自由な市場の形成というものになっていくので、それが消費者庁の役割ではないかと思っております。

例えば、電子マネーとかそういったものを、うまくビッグデータを集めて、今、集めたビッグデータで、銀行の金利が安くなるというようなプログラムをつくっていて、自分のクレジット情報であったりとか、いろいろな収入とか、そういった物を企業に渡して、自分の信頼性をビッグデータでつくってもらって、銀行の貸付金利を安くしてもらおうとか、そのようなものを考えている企業もあると聞いておりますし、そういったときに、自由というのは何なのかということ考えたときに、自分でちゃんと危険性も考えながら判断をしていくことが、本来の消費者の自己決定権というものになっていくと思います。そのときに、消費者側から企業の危険性というものはなかなか見えないというそういった情報の格差などがあるから、そこをちゃんと埋めて研究をして、そこを提供するのが消費者庁の役割であるし、研究機関の仕事になるのではないかと、座長の話聞きながら思わせてい

ただきました。

○高橋座長 ありがとうございます。おっしゃるとおりだと思います。

○河野委員 私も高橋座長の今のお話はそのとおりだと思って伺っていました。

後追いになってしまうというのは、根拠がないと規制はできないということなので、仕方がないですけども、事前規制は経済の発展、社会の発展を阻害するというので、それは消費者も国民も望んでいないと思います。

ただ、先ほどのように、新しいさまざまな技術なり場、例えばデジタルプラットフォームのような場ができてきたときに、消費者が気づきにくい部分に関して、その両方を見せてくださるような研究は、通常きちんとある一つのプラットフォームのような土台を置いておいて、突然、何かここに被害がたくさん出ているけれども、これは何とかしなければではなく、恒常的な場でウォッチングをして対応していただきたいと強く思いました。

先ほどサステナブルという意味がちょっとというお話もあったのですが、そういった意味で言うと、消費社会をしっかりとウォッチするという意味で、サステナブルな土台や基盤みたいなものは、今後の消費者行政にはぜひあってほしいと思っております。

○高橋座長 ありがとうございます。

大体予定の時間です。

最後にこれだけは言っておきたいということはいかがでしょうか。

○吉川委員 しつこいようですが、地方の消費者行政のかさ上げのための人材育成について、ぜひ取り組んでいただけたらと思います。

○高橋座長 ありがとうございます。

この報告書の素案は、まだ継続的に、若干お時間があって修正も可能だそうなので、改めてきょう御議論をいろいろいただきましたので、それを踏まえて、追加でぜひこういうことを入れてみてはどうかとか、ここはこうしてほしいとか、何かございましたら事務局のほうに御連絡いただければと思います。

私のほうはこれでよろしいでしょうか。

○尾原課長 それでは、事務局から、次回の懇談会についてでございます。

今、日程を調整させていただいてまして、4月開催を予定させていただいております。

今後、高橋座長または委員の皆様とも御相談させていただきながら、次回の懇談会での取りまとめに向けて作業を進めていきたいと思っております。

先ほど高橋座長からも御紹介をいただいたように、これでいきなり最後ですというよりは、きょういただいた議論を踏まえてまた修正をして、それをまた先生方からコメントをいただきながら、最後の取りまとめに向けて進めていきたいと思っておりますので、もう少しおつき合いいただければと思います。

事務局からは以上でございます。

○高橋座長 これは修正するのが相当大変かもしれないです。何回かやりとりを、ぜひお願いいたします。

それでは、これで本日の懇談会は終わりにしたいと思います。
どうもお疲れさまです。ありがとうございました。