

消費者委員会委員と消費者団体ほか
関係団体等との意見交換会（第1回）
議事録

内閣府消費者委員会事務局

消費者委員会委員と消費者団体ほか関係団体等との意見交換会 (第1回) 議事次第

1. 日時 平成22年7月23日(金) 17:10~18:40

2. 場所 消費者委員会大会議室1

3. 出席者

(委員)

松本委員長、中村委員長代理、佐野委員、下谷内委員、田島委員、
日和佐委員、山口委員

(参加団体)

全国消費者行政ウォッチねっと 拝師事務局長

唯根様

池田様

日本司法書士会連合会 安藤常任理事

菊池消費者庁対応委員会委員長

山田消費者問題対策部部委員

(事務局)

齋藤審議官、原事務局長

4. 議事

(1) 開 会

(2) 消費者委員会の機能強化等に関する意見交換

(3) 閉 会

1. 開 会

原事務局長 お待たせして申し訳ございませんでした。5時から始めると言っておりましたけれども、この前に記者会見をしたものですから、遅れてしまいました。

今日は消費者委員会として、消費者団体、司法書士会の方に来ていただいておりますけれども、消費者委員会の在り方について、初めてお話を伺う機会を設けさせていただきました。御協力いただきまして、ありがとうございます。

それでは、早速始めたいと思います。委員長、どうぞよろしく願いいたします。

2. 消費者委員会の機能強化等に関する意見交換

松本委員長 それでは、議事に入りたいと思います。

消費者委員会では、昨年9月の発足後、現在に至るまでの委員会の運営状況を評価し、更に機能強化を含めた今後の運営改善の参考にするために、消費者団体、他の関係諸団体から御意見を伺うとともに、委員との間で意見交換を目的としたこういう会合を2回に分けて開催することにいたしました。

本日は、消費者団体ほか、関係団体として、全国消費者行政ウォッチねっと、日本司法書士会連合会にお越しいただいております。委員からの質問や意見等は説明が終わってから一括して行いたいと思います。

【全国消費者行政ウォッチねっと】

松本委員長 初めに、全国消費者行政ウォッチねっとの弁護士事務局長より御意見を伺いたいと思います。

弁護士事務局長 全国消費者行政ウォッチねっと事務局長の弁護士と申します。よろしくお願ひします。

私の資料は資料1-1と資料1-2ですけれども、まず資料1-2に沿ってお話しさせていただいて、途中で資料1-1についても詳しくお話をしたいと思います。

まず、資料1-2のレジюмеに従ってお話を進めていきます。我々全国消費者行政ウォッチねっと、略してウォッチねっとは、消費者庁・消費者委員会という新しい仕組みができ、それが消費者目線で動くようにということで、消費者側もきちんと見ていかなければいけないということで昨年の9月30日にできたグループです。消費者委員会自体も当初からかなり傍聴に力を入れてきた関係で、今日は、見てきたものに基づいて少し発言をさせていただきます。

早速ですけれども、レジюмеの「第1 消費者委員会に期待する役割・機能」というこ

とで、大きく2つに分けて理解しています。

まず一つは、消費者の意見を消費者行政に反映させる機能です。もともと自民党の消費者政策委員会が予定していたような機能が、そのまま消費者委員会にもスライドしてきているということで、こういう機能が重要だろうというふうに思っています。この点は、いわゆる審議会、諮問機関的な機能という言い方もされていると思いますがけれども、消費者委員会という新しい仕組みができた以上は、これまでの審議会というのはどうしても御用機関というような、初めに結論ありきで、ただ意見を聞き置くというイメージが消費者側からすると強かった。ですから、これを払拭する形で、独立した立場できちんとした消費者の意見を行政に反映させていく、そういう機能を担っていただきたいと思います。前提としては、組織としての独立性、きちんと権限を生かしていく体制が必要ではないかと思っています。

もう一つ、消費者委員会の重要な機能として考えているのは、消費者行政全般を監視する機能だと思います。監視といってもなかなか具体的な議論はされていないわけで、後で少しお話をしたいと思いますが、まず消費者の意見を積極的に吸い上げる。その中で、消費者の意見、意識と、消費者庁をはじめとする消費者行政全般が本当に消費者目線で機能しているかどうかというのを見ていく。国の機関としてそういうものができたことは画期的なことだと思っていますので、その監視機能を十分に生かしていくことが重要ではないかと思っています。

消費者委員会はもうすぐ1年たとうとしているわけですがけれども、その運営状況に対する評価は、積極的に評価できる部分と消極的に見ている部分というのがあります。

まず、積極評価できる部分として、新しい仕組みができてよかったなと思っているのは消費者基本計画です。あれをつくる過程で、当初、消費者庁から出てきた案は我々としても満足のいかないものだと見ていましたけれども、その後で何度も消費者委員会にたたき台の段階から上げて、それに対して意見を出して戻して、またそれをこちらに上げてもらってということを繰り返すうちに、4月に発表されたような形の、かなり大部ですがけれども、いいものができてきたのではないかとと思っています。その中での消費者委員会の役割は積極的に評価できると考えております。

あとは個別の問題ですがけれども、エコナの問題。フロアマットの問題は、アメリカで問題が起きたときに、素早く日本でも確認しなさいということでできたことは、非常にスピード感のある対応ができたのではないかと見ています。

それに対して、消極評価、まだまだと思っている部分もあります。一番気になっているのは、まず、消費者庁との機能や役割の整理が不明確で、独自の存在感を出し切れていないのではないかとと思われることが多いです。消費者庁も消費者行政全般の司令塔という役割を担い、消費者委員会も監視機関ということを行っています。その違いが一体何なのか、どういうふうに役割分担をしていくべきなのかというところが、はっきり整理されていないのではないかと懸念があります。

先ほどの期待する役割・機能として、消費者の意見を消費者行政に反映させる機能、諮問機関的な機能の中でそれをやっていかなければいけないということですが、非常にスピードが遅いということです。専門調査会の立ち上げそのものが遅かったですし、運営していくペース、親委員会の方が逆にペースが早いのではないかと多いぐらいで、専門調査会の運営のペースは少し遅すぎるのではないかと考えています。

それから、監視機能が全くと言っていいほど発揮できていないのではないかとというのが、一番の悩みというか、こちらとしては心配しているところです。これについては、後でウォッチねっとの見解を少しお話ししたいと思います。

あと、意思形成過程の透明性が不十分ではないかということ。消費者委員会（親委員会）は打ち合わせを委員の間でかなりやっていただいた上で、それを踏まえてここで議論をしているということですが、その過程が、具体的にだれがどういう意見を出してそういう流れになってきているのかというのが、ちょっと見えにくい部分があるのではないかと考えています。今日のこんにやく入りゼリーの提言の話などは全委員がお話をさせていただいて、提言だけがポンと出るのとは少し違うかなと考えていますけれども、中には、どういう過程でそういう話になっているのかというのがわかりにくい部分があるのではないかと考えています。

第3の「問題点と対処」ということで、先ほど言ったように消費者庁と消費者委員会の役割についての議論がそもそも不十分ではないか。国会審議のときには、ああいうねじれ国会の中で消費者庁・消費者委員会をまずつくろうということやってきて、つくることが最優先だったわけですがけれども、その中で具体的にリアルな形で、どういう役割分担をしていくかという話がなかなか詰め切れなかったのではないかと考えています。

一つ、ヒントになるかなと考えているのは基本計画の作風です。あれは、消費者庁が基本的なたたき台を責任を持ってつくってきて、それに対して消費者委員会が消費者の視点で意見を言って、ここを直しなさい、あそこを直しなさいという指示を出してつくり上げていく。そういう分担の在り方が一つはあるのではないかと考えています。テーマにもよるので、すべてが同じような分担になるかどうかわかりませんが、消費者委員会そのものが法律をつくり上げて予算をとっていくということではないので、その辺の限界というのはあるだろうと思います。やはり責任を持って原案の段階から消費者庁なり担当省庁がたたき台をつくって、それを予算をにらみながら具体的に提案して、それを消費者委員会の方で消費者の目線で手を入れて修正させていく。そういう役割分担が一つはいいのかなというふうに思っています。

例えば役割が不明確だと思っているのは、地方消費者行政の問題です。今日も消費者庁から調査の結果が出ていました。今の分類としては、3年の強化期間については消費者庁、その後の在り方については消費者委員会と、確かに形式上はすみ分けはできていますけれども、その前提として認識しなくてはいけない地方消費者行政の状況などは共通だと思います。

その調査をするときに、結果として消費者庁から上がってきたからそれで共有しているかということ、調査というのは、調査項目とか手法も含めてそこから共有して、こういう視点、こういう観点での調査が必要なのだということをやっていないと、何となくデータだけが出てきて、消費者庁はこういう視点でデータをとる、消費者委員会は違う視点で使うということでは、どうしてもぎくしゃくするのではないか。あるいは、独自で消費者委員会でデータをとったりすると何となく重複感があるということで、その辺の調査も含めて、何とか一緒につくっていくような形ができないか。きちんとした役割分担をしながら同じ目的に向かってやる方法がとれないかというのが、少し気になっているところです。

特に地方の専門調査会を見ていると、立ち上げも遅かったですけれども、進行していくスピードも、このまま行ってきちんとした建設的な議論の中で結論が出てくるのかという懸念を非常に持っています。ですから、いずれは消費者委員会の事務局もきちんとつけて、独自の調査、提言ができる、バックアップのできる体制をつくってほしいのですが、少なくとも現状で消費者庁と消費者委員会でどういう共同作業をやっていくべきかということについては、早めに議論をして進めていただきたいと思います。

それから、問題点として先ほどから指摘していますように、事務局体制が不十分で、それで悪い影響が出ているのではないかと思われるところがたくさんあります。一つは審議会機能への影響ということで、そもそも人選にも時間がかかっていますし、専門調査会を見ていると、そこでの論点整理とか、専門委員への事前説明とか、下打ち合わせそのものが十分できていない。生煮えの状況で調査会で議論が行われているように見えるのが、非常に気になります。実際に動いている調査会の数とか委員の人数からすると、とても今の事務局体制では足りない。今の事務局の人たちだけを責めるという問題ではなく、やはりボリュームの問題として圧倒的に不足しているのではないかと思います。

事務局の在り方としては、消費者庁と消費者委員会を機能的にどういう役割分担にするかというふうに分けた上で、事務局の在り方も考えなければいけないと思いますが、そういう意味では下準備段階は、消費者庁側がある程度論点整理やたたき台の整理を提示し、説明を専門調査委員にする。他方で委員会事務局は専門委員の視点や考え方があるわけで、それを単なるその委員の個人的な意見、思いつきで終わらせるのではなく、それはやはり整理してきちんとサポートをして、形のあるものにしてあげる。そういう作業を事務局がサポートしてやっていくという、事務レベルでの役割分担も議論していただきたいと思います。

監視機能への影響というのももちろんありまして、そもそも監視機能をやるだけの事務局体制がほとんどないのではないかと。一つの問題に取りかかるとそれだけになってしまって、ほかの問題に取り組めないような危機的な状況ではないかと思っています。消費者委員の皆さんは、我々からすると本当にドリームチームのような、消費者問題に取り組んできた最高の人たちが集まっているはずですけれども、その人たちのすぐれた経験や発想で具体的な提言を行おうとしても、それをバックアップする事務局体制がないと、それが具

体化しないというのは本当にもったいないと思います。監視機能については抽象的に監視、監視と言うのではなく、具体的にどういう形がいいのかというのを議論した上で、相応の事務局体制の整備が不可欠だろうと思っています。

ウォッチねっととしては、これから説明するように、消費者からの独自の情報を仕入れる窓口なりルートをきちんとつくった上で、これを事務局が分析・仕分けをして、重要な課題について消費者委員会とチームを組んで掘り下げていく、そういう仕組みが必要ではないかと思います。

ここで資料1-1のパワーポイントの資料を見ていただきたいのですが、この資料自体、若干古いものですので、データ等、細かいところは変わっているかもしれません。そこは御勘弁いただいて、基本的な監視機能についての発想のところを中心に説明させていただきたいと思います。1枚目の「消費者委員会事務局の現状」についてははしょらせていただいて、議論の前提として、2枚目の「消費者委員会事務局が本来こなすべき業務」というところからお話しします。

まず、委員会事務局でやらなければいけない業務は、先ほどお話しした分類からすると、一つは総務的な業務、諮問機能・監視機能に共通に必要な業務というのが当然あって、それはひとくくりで整理できるだろう。それから、諮問機関（審議会的）機能は、部会・専門調査会が徐々にできてきていますけれども、そういうたくさんある下部組織についてきちんと消費者側の意見を吸い上げて、各委員が建設的な議論ができるようなフォローをしていく、そういう役回りをする事務局体制が必要だろう。もう一つは、監視機能的機能についてフォローをしていく機能が必要だろうということで、分類できると思います。

ウォッチねっとでは、これを分類して人員を試算しようということで人数を割り振って見えています。諮問機能的な機能に必要な人員については、詳しくはお話ししませんが、次のページにあるように、総務、国会対応、委員会そのものの対応、親委員会への対応、下部組織に何名等と、一応仮の数字ということで挙げてあります。この辺については例えば下部組織の規模とか中身によって変わってくるので、こちらはよりリアルな形で行政サイドでむしろ、詰めた議論をしていただきたいと思います。

こちらの方で一番重要だと思っているのは、次のペーパーの「監視機能を果たすための具体的な消費者委員会事務局の在り方」という監視機能の具体的な在り方についての提言です。この図にあるように、一番上に消費者委員会（親委員会）があって、そこから事務局に各委員からの調査指示があるというルートと、それから、右の方に消費者というのがあります。消費者から意見・情報が来て、それを受け付ける窓口があって、それに基づいて事務局の中で情報を分析・仕分けをして具体的な検討をしていく。そういう仕組みが必要ではないかということでこういうプランをつくっています。

消費者委員会事務局の枠の中を見ると、民間から選出された事務局長が事務局内の監視チームを統括する。そして消費者からの意見等の分析・仕分けチームは、かなり多くの情報を集めてそれを分析するというので、大変な作業だと思いますし、「視点」というのも

きちんとなければいけないので、基本的には常勤がいいと思っていますが、消費者からの意見・情報等の重要度・緊急度を仕分けしたり、あるいは担当すべき省庁があるのかなのか、担当省庁がどういうことをしているか、段取りをどうするか、そういうものを考える重要な部分になると思いますが、このところで情報の仕分けをしていく。

その仕分けに応じて、日常的に、例えば基本計画の評価・検証チームというチームで具体的な分析をしたり、あるいは基本計画以外の分野で重要なものがあれば、それは別チームをつくって担当の消費者委員を決めて、事務局の責任者を決めて、プラスアルファのチームスタッフというチームの中で具体的な検討を進めていく。あるいは各テーマごとに、チームスタッフなどは非常勤職員という形で、重要な問題があれば急遽、専門的知見のある人を集めてつくって具体的な検討を進める、そういう仕組みが必要かなと思っています。

次は「監視機能の流れ」ということで、具体的に情報分析・仕分けチームに情報が流れて、そこから消費者委員会に行き、そこからまた建議・勧告、今日の「提言」のようなやり方もあり得るのではないかと思います。さまざまな形での働きかけをマスコミ等その他にしていく、そういう流れが書いてあります。

消費者、報道機関、独自で消費者委員そのものの入手した情報等に基づいて、情報分析・仕分けチームの方に流れていく。その上で必要に応じてここで振り分けをして、各省庁が独自でやらなければいけないこと、基本計画に関すること、あるいは独自のテーマとしてつくらなければいけないものなどを振り分けをしていく、あるいはすでに専門調査会等があるものはそこに流す。そういういろいろなルートがあり得るわけですが、最終的には親委員会にたたき台をつくって諮って、それに基づいて建議・勧告等をしていく。そういう流れの仕組みが必要ではないかというふうに思っています。

そのために必要な人数が、次に「監視機能を果たすために必要な人員」ということで書いてあります。これももちろんあくまで試算ですので、具体的な分析をする中でこの人数は変わってきてしかるべきだろうと思います。

これをつくった当初、たしか今年の4月か3月ぐらいのデータでやったのではないかと思います。あの時点で消費者委員会事務局に、消費者からどのぐらい意見が来ていますかというのを確認したと思います。その時点で、半年で50件ぐらい来ていますというふうにお伺いしました。当時、まだ情報窓口がない状態で50件も来ているのか、そうすると、きちんとした窓口をつくるともっと情報は来るのではないかと思いますけれども、そういう前提でこういう人数の振り分けをしています。

細かい話は見えていただいて大まかなイメージだけをつかんでいただいた上で、最終的にウォッチねっととして仮の数字として出しているのは、事務局に少なくともこのぐらいは必要なのではないかと考えたのは、諮問機能的な機能をきちんとやるためには常勤で42名ぐらい、監視機能という形でやっていくには常勤で22名、非常勤で20名。そういう体制がないと、今、本当に消費者委員会やらなければいけない業務というのはちゃんとこなせないのではないかとというのが我々の意見です。それが監視機能の在り方の話です。

レジュメの2ページに戻っていただいて、そのほかにぜひ考えていただきたいと思っているのは、意思形成過程における透明性の確保ということです。消費者委員会というのは建議・勧告といった強い権限を持っているわけですがけれども、その正当性、その根拠が何かということをよく考えるべきだと思います。私は、この委員会はどの省庁よりも消費者の立場に近い機関である、だからこそそういう強い権限を与えられる正当性があるというふうに思っています。もちろん、委員の方が消費者団体、弁護士から出ているということ自体も重要ですが、具体的に消費者そのものが選任過程にかかわっているわけではありませんで、具体的にその正当性をどういうふうに維持するかということはかなり意を砕いて考えなければいけないのではないかと。一つは、情報窓口をきちんとつくって消費者からのさまざまな形での意見を吸い上げる。どの省庁よりも消費者の意見を吸い上げているんだというのが、正当性の根拠になると思います。

もう一つは、意思形成過程の透明性だと思います。上がってきた情報を、どういうふうな議論をして、どういうふうな分析をして結果を出しているのか、常に批判の目にさらす、検証の対象にさらすことで、消費者が納得する形の運営を進めていると、そういう形で透明性を確保していくことが重要だと思っています。

先ほど言ったように、現在の委員会の意思形成というのは非公開の打ち合わせ会で行われています。その結果だけがこの委員会の場に上がってくるケースがあるのではないかと。例えばフロアマットのケースは非常に早くて対応はよかったのですが、その過程でどういう議論がなされたのかというのがよくわからない、というのが一つの問題点として言えるのではないかとと思っています。せめて、打ち合わせ会にどの委員が出て、持ち回りもあるでしょうけれども、どういうふうな意見が出て、それがどういう経過でまとまったのかぐらいは、せめてこの場で委員長から簡単に報告するといった工夫が必要ではないかと思っています。

それから、窓口をつくってそれをシステムティックに分析して仕分けをしてやっていくというのであれば、その過程そのものをなるべくオープンにする。どういう情報が消費者側から上がってきていて、それをどういう理由でどういうふうに仕分けていったのか。最終的にこういう形の結論を出しましたというところを、意識的に透明化を図っていく必要があるのではないかと。あとは、委員会の様子そのもののマスコミ中継などを入れて、イメージの上でも、ああ、透明な組織なんだというのをアピールしていく工夫も必要かなと思います。

最後に、委員の常勤化の話ですが、非常に悩ましい問題だと思っています。一つは、委員を常勤化するとその瞬間に現場から離れてしまうわけです。弁護士、消費者団体は、生の被害者、消費者の声を常に聞いている中での経験、感覚というのがあって、そこから離れてしまうと、致命的に消費者感覚から離れていってしまうのではないかと。これを心配しています。ですから我々としては、今の段階では委員は非常勤という形にしながら、どうしてもその委員会に専念する度合い（専念度）というのが落ちてしまうので、そ

の分は事務局機能の強化で補えないか。そういう形で現場感覚を反映させる形がいいのではないかと考えています。

ただし、今のように完全に不規則な勤務体系というよりは、週2日とか3日として、決めた曜日は限らず全委員がフルタイムで出勤して、委員相互、あるいは委員と事務局との接触が確実に定期的に行えるスタイルがいいのではないかと考えています。その上で、出てくる委員に対する経済的な保障もきちんとしないと。なり手が無いということでは困るということです。

「その他関連意見」ということですが、事務局については、そろそろ独立性を確保するという意味で新卒者からのプロパー職員の採用を始めるべきではないか。予算との関係もありますが、可能な限りなるべく若い人を一から育てていくことも必要ではないかと思えます。

消費者委員会の存在というのは、いまだに地方に行っても消費者の間で全然わからない、消費者庁との区別もつかない、そもそも存在を知らない、そういう意見が結構あります。ですから、記者会見等だけではなく、もっと積極的に打って出るような宣伝・広報を工夫できないかというのが、悩みとして我々も持っているということです。

私からは以上です。

松本委員長 ありがとうございました。

【日本司法書士会連合会】

松本委員長 続きまして、日本司法書士会連合会の安藤常任理事から、御意見を願います。

安藤常任理事 日本司法書士会連合会の常任理事をしております安藤です。よろしくお願いいたします。今日はこのような機会を設けていただきまして、ありがとうございます。

委員の皆さんのお手元に『司法書士白書』というのをお配りさせていただきました。昨年度初めてつくったものですが、皆さんに司法書士のことをもっとよく知ってほしいということも含めてお配りしたので、時間があればぱらぱらと見ていただければと思います。

私どもでは従来、消費者問題への取り組みをテーマにした消費者問題対策部というものがございます。近年、それにつけ加えまして、消費者庁をはじめとする消費者行政とのタイアップといいますか、そういうことにも対応した消費者庁対応委員会という2つの組織がございます。今日は、それぞれの組織から代表が1人ずつ参っておりますので、意見はそれぞれ担当から御説明します。

では、山田さんからお願いします。

山田消費者問題対策部部委員 日本司法書士会連合会の消費者問題対策部の山田と申します。よろしくお願いいたします。

それでは、私から今日の資料に従って簡単に説明をさせていただきたいと思えます。

まず、消費者委員会から、こういった点について意見をというところに関しまして、そ

れをベースに委員会内でいろいろ話をまとめてきました。ただ、私の所属する委員会自体が具体的な消費者問題を対応するところですので、意見を伺いたいというところといささかこじつけで意見をつくっているところもありまして、やや整合性がとれないところもあるかもしれませんが、その点は御容赦ください。

もう1点は、本来、もう少し積極的な評価の部分も記載すべきだと思ったのですが、こういうところに出席させていただく以上は、あえて消極的な意見を書いた方がいいだろうということで、決して評価をしていないとかそういうわけではございませんので、その辺は御容赦ください。

それでは、レジュメに従って話を簡単に進めさせていただきたいと思います。

まず、消費者委員会に対して期待する役割・機能についてということで、3点ございます。まず1点目、アですけれども、消費者の利益の擁護及び増進に関する基本的な政策等に関する調査審議、建議の強化ということで、もともと消費者委員会の位置づけが、そのようなことをやることについて重々承知はしているのですが、ホームページなどを見ている限り、そのようなことをやっているところが見えにくいところもございます。そうであるならば、先ほどウォッチねっとさんからもありましたが、独自の消費者からの被害実態を積極的に吸い上げるような方法を確立していただきたい、これが1点目でございます。

イは、関係省庁に対する建議の強化ということで、ここでは代表例として例の未公開株の問題を挙げさせていただいております。この点につきましては、我々も特商法の問題等を実際に取り扱うことが多く、昔の国会の審議の中では未公開株の問題も「特商法の対応になる」という政府答弁があったはずですが、その後、今年に入ってから意見が全く逆の結論になってしまった。こういう点がありまして、消費者委員会からもそれを受けた意見提言がなされている、ここまでは承知しています。ただ、ここで意見を提言するというだけではなく、その後、消費者庁なりでその問題がどのようになっていくのか、この点についても積極的に消費者委員会の意見があるのであれば、それについて意見を言いっ放しということではなくて、積極的な働きかけを継続していただきたいと思います。これが2点目でございます。

3点目は、そもそもこれは消費者委員会でやるべきことかどうか、必ずしも判然とはしないのですが、実際に特商法をはじめとする行政処分の規定がある法律に関する事案は、例えば特商法違反であれば、消費者庁なり都道府県知事に特商法の60条の指示、申出というのをします。どういったところで調査に入るのかよくわかりませんが、今、そういった申出を出しても、実際には進捗状況がどうかも教えられないし、どうなったのかについてはこちらが全部判断することだといって、実際に特商法60条の申し立てをしてどうなったのかというのは非常に不透明なところがございます。そのところを、先ほどの独自の情報を取得するルートを確立してほしいということにも絡むのですが、むしろそうした一定の事業者に関するトラブル事例が多いときには、消費者委員会から、この事業者に対してはしかるべき処分をしてほしいという建議等をしていただけたらありがたい、このよう

に考えております。これがウの点です。

次に、2番目の「消費者委員会の運営状況について」というところですが、こちらは4点ございます。これはあくまでも感覚的な表現で申し訳ないのですが、現在のところ、ホームページを見ると委員会が頻繁に行われていて、膨大なテーマでさまざまな議論がなされているところはわかるのですが、与えられたタスクをこなすのが手いっぱいではないか、大変だなという感じが非常にいたしております。

それから、イのところもウォッチねっとさんとかぶるのですが、一方で対外的に見た場合、消費者委員会というのは何をするとところなのか、きちんと条文を読んだりホームページを見ればわかるのですが、一般的に見ていまいち役割がわかりにくい。この点、さまざまな方策が考えられるのですが、例えばですけれども、今回、委員会ではこういうテーマが話し合われましたとか、希望者にメールマガジンを配信する。待っているだけでメールに入ってきますし、そういった工夫はあまりお金がかからない話だと思いますので、検討されたいかがだろうかと考えております。

3点目のところは、そうはいいましても、例えば地方消費者行政の充実などの点も含めてさまざまな点について積極的に委員会で取り上げられている、この点につきましては御苦労さまでございますという形で、プラスの評価ということになるかと思っております。

エは、先ほどの1番目のイ、ウにかぶるのですが、特に財産被害に関する件です。消費者の安全の方ではなく財産被害に関する点については、どちらかというところと一定の意見を出すところにとどまっているように少なくとも外部からは見えます。これが2番目のところ

です。
3番目といたしまして、「問題点と対処方法について」になります。まず、アのところにあります。本来の消費者委員会のあるべき姿を実現するためには圧倒的にマンパワーの不足が否めない。これは当然、事務局もそうですし、委員自体もそうだと思いますが、その辺りのために予算を付けて、こうしたマンパワー不足の解消をぜひしていただきたい。ここは強く推すところでございます。

イのところはP I O - N E Tが代表例で挙がっていますが、別にP I O - N E Tに限りません。これは重複しますけれども、とにかく独自の情報収集手段を確立していただきたいということでございます。

2ページ目のウになります。建議を提出した後に、それを受けて各省庁がどのような対応をとったのかについて検証する。言いつ放しではなくて、ぜひ検証する機能も確立していただきたい、こういうふうを考えております。

イの常勤化については、もちろん、先ほどウォッチねっとさんがおっしゃったような点もあるとは思いますが、機能充実のためには常勤化という形で常に専属の委員がいることも妥当だと考えております。

その他ということで、この辺りは個別具体的な問題になりますが、4点ほどありますので、簡単に説明をさせていただきます。

まず、適格消費者団体に関する点です。実際に資金が豊富だと思われる適格消費者団体もありますが、必ずしもそうではないところもあるようです。そうすると、資金難を理由に差止請求を困難にしている事情もあるようですから、その辺の実態を踏まえた御対応をぜひお願いしたいというのがアのところでございます。

イのところは、個人情報の適切な取扱いに関する重要事項に関する点です。実際の現場では、資格商法、金融商品関係もそうですし、かつて非常に問題になった「次々販売」の問題でもそうでしたが、いわゆる「カモリスト」のようなものがあり、いつの間にかその人のところに特定の業者から個人を指名して例えば職場に電話がくるとか、断れない方がそのまま契約をさせられてしまう形で被害が増大しているというケースが、いまだかつてなくなっておりません。そうしますと、カモリストを利用したような悪質商法の手口について具体的に取り締まる法律はありません。個人情報保護法を考えてもなかなか難しい問題がございます。こうした問題点を踏まえて、ぜひ、消費者委員会でこうした点についても取り上げていただいて意見を上げていただきたい、こういうふうに思っております。

ウは、つい最近、7月9日に行われたところでも取り上げられていた決済代行業者の問題、あるいは、それ以前に行われている架空請求の問題です。私は実は今日の午前中、架空請求の業者の自称事務所というところを数か所調査をしてきたのですが、すべて架空のところでもございました。これは結局のところ、法律の不備もあると思えますけれども、現在は振り込め詐欺救済法を使って早急に預金凍結などを行っていても、実際には被害の回復を図るのは困難だというのが現状でございます。こうした点を踏まえて、架空請求問題、決済代行業者問題も、現在は半ば力わざで解決しているような点がございますので、この点についてもしかるべき立法提言等も含めた建議をお願いしたいと考えております。

最後は過剰与信規制問題です。6月18日に貸金業法が完全施行されまして、いろいろとマスコミをにぎわわせているところではありますけれども、多分、本年の12月に施行ということにもなる割賦販売法の最終的な施行の部分と併せたところで、両者の過剰与信問題、別個のまま行き続けるのか、それとも統合するのが好ましいのか、こういった点はぜひ検討をいただきたいと考えております。

ペーパーに書いてあることは以上ですので、私からはこれで終わりにさせていただきます。

松本委員長 ありがとうございます。

【意見交換】

松本委員長 それでは、ただいまの2団体からの御意見に対しまして、委員の側から質問、意見がありましたら、どうぞお出してください。

中村委員長代理 私が言いたいことを2つの団体に代わりに言っていただいたような気がしまして、一々大変ごもっともですし、メルマガとかいろいろ良いアイデアも出させていただいております。今後、こういうことを参考にして充実させていきたいとは思っております。

ますが、やはり先立つ予算と人のところがないとなかなかできないというがあるので、私どもは今度の概算要求に当たって、もっと予算をこういう点から付けてほしいということをおっしゃっています。

ただ、両団体からも言われていますが、消費者庁と消費者委員会で二重行政のように見える部分があります。そういうところをこれから上手に調整しながら、国の予算を上手に使い、人を上手に使うということをやっていかなければいけないだろうということをおっしゃりました。いろいろ御指摘をありがとうございました。

松本委員長 山口委員、どうぞ。

山口委員 御指摘、ありがとうございます。私自身はほかの委員より、なるのが2か月半ほど遅かったのですが、難しい役所だなあと感じます。私自身は悪徳商法の問題をずっとやってきたものですから、金融庁、消費者庁の担当者にいろいろ突っ込んで聞いてみたい気もするわけです。それぞれの委員が、それぞれの分野でそれぞれの関心を持っているわけです。ですから、動き方が難しいなあと感じることがあって、おまえ一人で何をやっているんだとしかられたこともあります。あるいは、あなたはどのような立場で何しに来たのかと、役所から疎んじられたこともあります。

しかし、何と言われようとも、消費者委員会をつくってよかったと。かぎ括弧付の役所ですけれども、つくってよかったと言われるようになってほしいという一心で、いろいろ活動しているのです。委員会は委員個人として調査することができる、条文上は書いてありまして、この意味も問われています。審議は週2回。月2回と書いてありますが、實際上、委員間協議はほとんど毎週火曜日、午前10時から12時までやっています。そのほかに公式のヒアリング、あるいは委員会は今は月2回ですけれども、去年はもっと頻繁にやっていました。委員間の話し合いの時間はこれしかないのです。だから、ほかの委員が何を考えているのか、この問題について自分はこういう関心を持っているけれども、ほかの委員の方々はどのようなふうにお考えなのかということをお聞きする時間は、はっきり言って限られています。そういう中で委員会としての意見をまとめて外に出すのは非常に難しい。最近のヒアリングでは、そこは委員長が最後に、こうこうこういう方向だからこういうふうにお考えしてほしいということをおっしゃられるように努力されていますが、委員会として意見をまとめて外に出すというのは本当に難しい。

そちら側に座ってヒアリングを受けた立場の人と、別の機会に率直に話す機会があったのですが、委員がばらばらの意見を言うわけです。それに対して委員長が最後に、では、今日出した意見を参考にしてくださいとお願いしたときに、言われた側は、「どの意見を参考にすればいいのか」という感想を持って帰る。だから、委員会としてちゃんと意見をまとめて出してと言われるけれども、多岐にわたる多くの分野について委員会としての意見をまとめるというのは本当に至難です。それは、それぞれの委員が一言一言言っている。あるいは、関心がある分野もあれば、それほど関心がない、これまで識見もなかった分野について、にわか勉強でいろいろやる分野もあるのです。委員会はスター

トして1年足らずですけれども、なかなか大変だなというふうに思います。

そういう中で皆さんからこういう御批判をいただきながら、「つくってよかった」という役所にしていくのはなかなか大変だけれども、その責任が重大だと痛感しているところなので、今日の御意見も踏まえてやっていければと思います。ありがとうございました。

松本委員長 佐野委員、どうぞ。

佐野委員 いろいろ御意見をありがとうございました。先ほどの記者会見が少し遅れて申し訳なかったのですが、あそこでもやはりウォッチねっとさんがおっしゃっているように、委員間打ち合わせの内容が不透明で意思形成過程がよくわからないとの発言がありました。委員会のテーマを見ていると飛んでいるわけです。そこがなぜこういうふうに決めていったのかわからないとの御意見でした。私たちはそれなりに一生懸命やっているつもりですけれども、その過程が見えないということはやはり不透明であるといわざるをえない。消費者委員会は、透明性を確保するというのは最初から言っていることなので、何とかその部分をクリアできないか。非常に難しいことではありますけれども、みんなで検討しながら改善して行きたいと思います。

それから、消費者の声を取り入れてというのも、この4月から委員で手分けしながら地方へ行って直接声を聞いている段階で、まだ、その声をどう生かそうかというところまで行っていません。山口さんがおっしゃるように本当に時間に追われているわけで、みんなでもう少し集まって、決められたテーマというのではなく、もっとゆったり時間を持っていろいろ検討するべきではないかと思っています。ここにも書かれているように、1週間に2回でもいいから朝から夕方まで詰めて検討しながら、何が優先順位で何を検討するべきかということ、もう少し私たち自身が汗をかかないといけないのではないかと、今、つくづく感じています。

今、意見交換になっていなくて、皆さんの意見を聞いてこちらの意見を言っているだけで、やり取りがなくて申し訳ないのですけれども、今回、これが初めてなので、これをスタートにして、いろいろな団体の方とも意見交換をしていきたいと思っています。今回、非常に申し訳ないなと私が思っているのは、皆さんに来ていただいて、意見を言っていて意見交換をするといいながら、こちらの委員の側がそろっていない。時間がある方だけ残ってくださいという感じでおりますので、もう少しそれもきちんとした形で、委員会の後というのではなく、何か工夫をしたい。日ごろ、私などは消費者団体にいますから、皆さん知っているお顔ばかりですが、ふだん意見交換ができないような方ともきちんと意見交換ができる場にしていきたいと思っています。

それから、メールマガジンというのは非常にいいなあと思いながら、このメンバーで私たちがメールマガジンをつくれるのか、意見を出していけるのかとも思っています。今、ホームページの議事録をできるだけ早くアップするとか、資料もできるだけ早くということでアップアップ状態でおります。ホームページを外に頼んでいるのではなくて、中で更新しています。お金がないために内々でやっているということもありまして、もう少しお

金があれば、メールマガジンもどんどん工夫しながら意見を出していけるのかなと思っています。

もう一つ、私は常にやりたいなと思っているのは、「申出制度」で皆さんの意見を聞いたら、そのままほっぽり投げるのではなくて、必ず返答をする、答えを出すということを何とかやっていきたい。人数が少ないとか、予算がないとか、逃げになってしまうので、もう少しきちんと詰めて誰か担当になってやっていければいいかなと思っています。自分自身、言いながら、なかなか用がないと委員会室には来ないような形になっていますので、そこを改めていきたいと思っています。

松本委員長 下谷内委員、どうぞ。

下谷内委員 意見交換会なのか、ヒアリングをして聞いてそれを言っているような感じで、申し訳ないのですが、2つの団体の皆さん方からいただきました意見につきましては、非常に重く受けとめます。日ごろ、私たちみんなが思っていることを言うてくださったということで意を強くはしておりますが、透明性がないとか、何をしているかわからないというのは、やっている方も、例えば審議会でしたら一つの問題を1年間かけてやるとか、ある程度進行が見えますけれども、いかんせん、この委員会というのはいろいろなものが出てきて、いろいろな御意見もあったりして、新しい事案が出てきたらそれにかかる。あっちもやったりこっちもやったりというので、傍聴されている方とか外の方にとっては、「何をやっているんだろう」というふうに思われるのは十分承知しております。

ただ、問題が非常に多発しておりますので、それに一つずつできるだけ丁寧に応えていきたいと思いながらやっております。それぞれの専門分野もありますし、何とかそれが皆さんにわかるように伝えられればいいのではないかと思います。ただ、いろいろな形で意見をお聞きして、それを発表していくことは必要なのではないかと思います。今、メールマガジンの話が出ましたが、メールマガジンというのもなかなか難しいものがあるかなと思います。結局はお金がない、人がいないということで、こちら（ペーパー）を出していただきまして、多分、今回のホームページに載るのではないかと思います。こういうものを外から出していただけるということは、私たちも一生懸命考えておりますけれども、非常にうれしく思っております。

でも、こんなふうに書いていただくと、またやるが多くなってくるなあというふうにもなりますし、その都度その都度、一つの問題をどのようにこなしていくかということ、なかなか難しいなあと思いながら毎日やっております。朝から晩まで詰めていくのかどうなのか、よくわかりませんが、やはりそれぞれの専門分野から出ておりますので、できればときどき集まるとか、非常勤のような形で活動ができるように、そして、それぞれが専門の興味のあるところで一生懸命調査できる体制があればいいのではないかと思います。そのために皆さん方のお力もかりなくてはいけないかと思いますので、御意見とお力を今後ともお貸しいただければと思います。こういうものを積極的に出していただければ少しは圧力になるかなと思いますので、よろしく願いいたします。ありが

とうございました。

松本委員長 それでは、2団体の方からも更に御意見をお出しく下さい。

唯根様（ウォッチねっと） 私見になってしまいますけれども、消費者委員会は本来、消費者行政にかかわる省庁の監視役であっていただきたい。消費者庁と違った意味で行政機関に対しての監視機関でありになると思うので、委員の方々に各所に出ていただくのではなく、逆に消費者行政に直接関わっていないような各省庁からも、今、どういうふうに消費者行政を行っているか、見ているかを報告していただく体制、それもトップの方々ではなく、消費者や事業者と接点をもっている担当部署の方々というのはできないのでしょうか。

というのは、私も相談現場におりまして、各省庁の消費者行政に関わる窓口の方と接する事が多いのですが、意外と消費者センターの役割自体を御理解いただいていないで、「自分が消費者行政にかかわっている」ということをおっしゃる担当者の方が結構多くいらっしゃるのに驚くのです。ですから、消費者委員会に全省庁から毎月定例でも、消費者部門の担当者がどういうことをやっている、どういう問題に取り組んでいるということを責任者の報告ではなく、担当者から直接情報提供をしていただく形で、いろいろな分野の情報を集めていただくのも一つの方法なのではないかと思います。それによって委員の方々がそれぞれ専門性をお持ちですので、各省庁の報告から認識のずれや新たな問題点などを察知して戴けるし、それについて御意見が出てくるのではないかと思ったのですが、いかがでしょうか。

松本委員長 各省庁が消費者基本計画でやりますと言ったことについては、委員会に来ていただいて、その進捗状況についてヒアリングをするということは今後もやります。それから、個別の問題について委員会が取り上げて、関係する省庁の方に来ていただいて説明を聞くということもやりますが、それ以上の消費者行政一般についてどうかというのは、特にやっていません。今のところ、それでは漠然としすぎているのではないかと思いますから、もう少しテーマを絞って、例えば、おたくの省として消費者の声をどういう形で受けとめる仕組みをつくっていますか、という感じに絞って聞くというのはいり得るかだと思います。

菊池消費者庁対応委員会委員長 日本司法書士会連合会の菊池と申します。

今までのお話を伺っておりまして、少ない人数で膨大な分野の消費者問題に取り組んでいらっしゃるということで、御苦勞を拝察いたします。個別の問題について深入りするのは不適切なのかもしれません、大阪府が先日発表しました「貸金特区」について、ぜひ、消費者委員会からも明確なスタンスを示していただきたいというお願いを申し上げたいと思います。

今年の6月18日に改正貸金業法が完全施行されました。これは、18年の末に成立した法律が3年半越しでやっと完全施行にまでこぎつけたわけですがけれども、それがなんと7月4日の毎日新聞のスクープで、大阪府が、改正法で禁じている高金利とか総量規制、こ

れを潜脱するような特区の構想を発表しております。これは、本当に舌の根もかわかないうちの改正法の潜脱である上に、政府がこの3年間進めてきた「多重債務問題改善プログラム」にも明らかに逆行していると思います。これは現在の経済状況からすれば、利息制限法の引下げこそが求められる課題ではないかと考えております。現行でも市場金利の10倍ぐらいの高さになっておりますので、この点につきましても、まかり間違ってもこの特区が認められることがないように、消費者委員会からも強い姿勢を示していただければと思います。

そのほか、我々としましても、貸金関係に限らず現場に一番密着しておりますので、そこで得られた知見とか情報については、どんどん委員会の方に提出していきたいと思しますので、よろしく願いいたします。

松本委員長 どうぞ。

池田様（ウォッチねっと） ウォッチねっとの池田と申します。

やはり個別なことになりますが、地方消費者行政の在り方というところで私が感じるのは、消費生活センターの存在というのが非常に大きなウエートを占めていて、そこが一番の現場であると思っているのですけれども、今回の安全法の中で、都道府県は設置義務、市町村は努力義務ということで規定されております。そんな中で某市のこういうニュースが目に入りましたので、御紹介させていただきますと、ある市の市長さんが、役所の業務の包括委託についての民間事業者説明会に、ようこそ御出席くださいましてというようなことで、市がいろいろな事業を民間委託するということでスタートしているといひましようか、そのようなところを少し感じます。

消費生活センターなども、今、少しずつ民間委託が始まっております。それでも委託先は、こういうところ、こういう団体というところはあるかと思ひますけれども、これが全くの民間委託で入札のようにしてやっていられるようになってしまうと、消費生活センターの意義自体が変わってきてしまうのではないか。この報道を見まして、非常に問題があるなというふうに思ひました。安全法の中では、設置義務とかそういうことは書いてありましたが、立ち上がる業務の委託とか、どこがその事業をするかというところまでは押さえてございません。もしこれから機会があるときには、そういう部分までの議論をお願いしたいと思ひます。

松本委員長 今の部分は、恐らく地方消費者行政の専門調査会で議論していただくことになると思ひます。

では、日和佐委員。

日和佐委員 今日はたくさんの御注文をいただきまして、ありがとうございました。

ただ、本当に情けない思いがするわけですが、予算と人員がなければできない部分がかかり多い。でも、予算がないから、人員がないから、それはなかなか無理ですということもそんなには言えずという感じで、悩ましいといひますか、非常に大きな問題で、ぜひ、外側からも人員の拡充と予算の充実ということをお願いいただけると、少しはよく

なっていくのではないかというふうに思っております。その辺はよろしくお願ひしたいと思ひます。

いろいろ御意見をいただきまして、メルマガも大変は大変ですけれども、頑張ればできるのではないかと。要するにできるかなあという感じがするのはメルマガ、あるいは、建議したことについてフォローアップをするべきだという御意見がありました。これは確かにそうして、きちんとやっていきたいと感じました。今、出された貸金特区のような、皆様が専門的なお仕事の上で持っている情報で問題のあるものについては、ぜひ、情報として上げていただきたいと思ひます。すべてのことについて私たちも気がつくということではありませんので、ぜひ上げていただきたいと思ひます。

それで、たくさん御注文をいただいたのですけれども、消費者委員会がまだまだ認知されていない、広報でもう少しやるべきだという御意見がありました。例えばどんなふうになればそれをわかっていただけなのでしょうか。私たち自身も、消費者委員会というのはこういう役割を担っているんだというのがやっと胸に落ちてきたという感じで、最初はやるテーマが山ほどあった。今もやるべきテーマは山ほどあるわけで、要するに消費者委員会は毎回毎回、細切れなのです。だから、消費者委員会のときに傍聴にいらして下さっている方が一体どうなっているのかよくわからない。前回やっていたことが、その続きの消費者委員会でまた議論されるということにはならないわけです。どうしても細切れになってしまう。そして、ポーンと3回か4回か飛んで、またそのテーマでやるというようなことをやらざるを得ないのが現実で、なかなかおわかりいただけない。私たちも非常に戸惑っていたわけで、こういうやり方でやるより仕方がないのかなというふうには思っているのですが、どうしたらその辺りはわかっていたような手立てがあるのか。お知恵があればぜひお聞かせいただきたいと思ひます。

それと、審議会としてかつては御用機関的な色彩が強かった。そのイメージを払拭するようという弁護士の御提案がありました。消費者委員会は、審議会的な要素と監視という2つの役割を持っているわけですが、今の消費者委員会にもやはりそういうイメージがおありでしょうか。そんなところを少し意見交換をしたいと思ひます。

弁護事務局長 今はそのイメージは親委員会についてはないと思ひます。むしろ、専門調査会の方がどういうふうになっていくのかというのを見ているところです。御用機関的なものではなくなる可能性はあるかなと思ひますが、それ以前にきちんと回っていくのかなという方が心配で、きちんとした議論をやってちゃんとした結論を出すということが、そもそも限られた時間の中でやっていけるかどうか、そういう次元で見えています。親委員会の方は、ばらばらだとおっしゃっていますけれども、たたき台のようなものがあるに追隨する形にはなっていないので、そこはおもしろい組織になっているのではないかと思ひます。ただ、専門調査会は何とかならないかなというのはもっと根本的な問題だと思ひます。

日和佐委員 その辺りは、私もそう思う点があります。

松本委員長 山口委員、どうぞ。

山口委員 実は委員会の中で少し議論があるのは、委員会の審議を四六時中メディアがカメラ撮りをするのを認めてほしいという希望があるわけです。それに対しては賛否両論ありまして、いいではないかという意見と、発言のつまみ食いをされて、特定の変な部分だけ拡大してメディアに報じられるようなことがあればそれは非常に困るという議論と、あと、四六時中カメラが回っていると発言が萎縮するのではないかとか、いろいろな議論があります。

もちろん、委員間協議の中でだれがどういう発言をしたかということまで全部報告されるとなると、やはり発言は萎縮しますね。私などはときどき間違った発言をして、後で恥をかいたということが2、3回に1回ぐらいあります。恥をかくのは私自身は別にいいのですが、そういう心配をされる向きもなきにしもあらずで、この問題も委員間で決まらないわけです。決まらないうちにオープンにできないので、その辺はなかなか難しい。だから私などは、来年からどこかマスコミの人に一人ぐらい囑託で来てもらって、内情をバンバン外に出してもらえばいいのかなと思いましたが、その辺はどう思われるか。やはりつまみ食いされるという心配をする向きも、あることはあるわけです。

弁護士事務局長 その辺は私は結構こだわりがあるのですが、やはりそこはオープンにすべきだと思っています。つまみ食いされとか、誤解に基づく報道をされるのではないかとか、そこは記者クラブがあるわけですから、ふだんから丁寧に理解をしてもらう努力を一方ではするべきだし、どういう形であれ、公の立場で公の発言をしているわけですから、そこは責任を持って発言をするのが大前提だし、多少勘違いした発言でも、間違えた発言でも、それはあるでしょうけれども、そこも含めて委員として責任を持ってやっていく姿勢そのものは不可欠ではないかと思えます。つまみ食いされるかもしれないし、誤解されるかもしれないということを言っていたら何もできないですから、そこは一步抜けないうちがよいのではないかと思えます。

あとは、マスコミを一方では信用してあげる。それから、マスコミとの対話というのもしっかりと継続的にやっていく努力はした方がいいのではないかと思えます。

松本委員長 どうぞ。

山田消費者問題対策部部委員 話が行ったり来たりで申し訳ないのですが、消費者委員会の周知というか、どうすれば知ってもらえるかアイデアがあればというところで、非常にフランクな意見を述べさせていただきます。

短期的なやり方と長期的なやり方と2つあると思います。短期的な話は、次元としてはあまり高尚な言い方ではないですけども、もう少しマスコミを利用することを積極的に考えた方がいいのではないかと思えます。いろいろ特集を組まれたり、そういう報道番組もいいのですが、これは妥当ではないかもしれませんが、例えばサブカルチャー的な、文字ではなく漫画みたいなものやってみるとか、柔軟な発想の対応をする。あるいは、お金がかかってしましますが、何かイメージキャラクターをつくってみるとか、そういうも

のというのは、何だろうという興味を持ってもらう効果はあると思いますので、その辺は少し発想の転換をして考えてみるのも、あながちばかばかしい話ではないのではないかと
いうふうに考えております。

これは短期的な話なので、それほど重要ではないと思っていますが、長期的な話はやはり消費者教育と結びつけて考える必要があると思います。もともとはケネディ大統領の「消費者の4つの権利」というところから始まっているわけですが、何とか消費者が意見を聞いてもらう権利と消費者委員会の役割をリンクできないか。例えば消費者教育で、「もともと皆さんには意見を聞いてもらうという権利があるんです」という話の中で、その意見をどうやって反映していくべきかという一つの道として、「実は消費者委員会というのがあって」と。消費者教育の現場の中ですぐできることではないかもしれないし、今、仮に教育が実現したとしても、その人たちが意見を言うまでにはまだ何年かたつかもしれません。長期的に見た場合には、消費者教育でやっていけば、今に国民一人ひとりがきちんと自分自身の役割も把握して、消費者委員会の位置づけも相乗効果で上がっていくのではないかと少し思いついたものですから、意見として述べさせていただきます。

日和佐委員 ありがとうございます。

菊池消費者庁対応委員会委員長 少し話が盛り上がってきたところで、水を差すようなことを申し上げて大変申し訳ないのですが、私ども日本司法書士会連合会では今年から全国で、司法書士と現場の行政、相談員との間の連携をとろうという目的のセミナーを開催しているところです。これまで3か所で実施していて、まだわずか3か所ですが、それでも現場の行政の温度差というのがかなりあるわけです。非常に好意的なところもあって、これは現地の司法書士会が上手に環境をつくってくれているケースですが、そういう環境が構築できていないとか、あるいは、構築していたけれども、たまたま直前に行政の担当者が代わってしまって途端にそっぽ向かれるというケースがあります。そういうときに我々が行くと、圧力団体が乗り込んできたのではないかとというとらえ方をされて、非常に警戒され敬遠されているという経験もございます。

そうしますと、例えば活性化基金の使い方をどうやっているかという話も、こちらとしては建設的な話し合いを持ちたいのですが、相手方からすると、自分たちのあらを批判されているのではないかとというとり方もされかねないわけです。そうしますと、一般国民に向けて、今、山田さんが申し上げたようないろいろなやり方もあるかとは思いますが、実際に現場を担う行政の人たちからすると、逆に余計な仕事が増えるとか、おこられるのではないとか、そんな警戒感を与えてしまうことも、杞憂であればいいのですが、少し気になりましたので、申し添えておきたいと思います。

松本委員長 どうぞ。

唯根様（ウォッチねっと） 消費者委員会をもっと消費者に認知してもらうために、山田さんがおっしゃったイメージキャラクターというものを作って、活性化基金の次年度の予算を各自治体が予算要求をしている時期なので、消費者委員会のバナー広告みたいな形

でホームページにつなげるように、各行政機関や自治体の相談窓口に働きかけて、何かマークでもよいのですが、そういうもので消費者委員会にリンクできるような形にするのは、そんなに費用がかからないし、行政機関や自治体に予算要求をしてほしいというのだったら、時期的に間に合うのかなと思ったのですが。

松本委員長 消費者委員会の機能として審議会的な機能と監視機能と言われますが、もう一つ、3つ目の機能として、消費者の声を行政に直接届ける。これは法律には何も書いていないのですが、消費者行政推進基本計画の中には今言ったような定義づけがされています。あの時点では消費者委員会ではなくて、消費者政策委員会という審議会的な機能しか考えていなかったけれども、それでも「消費者の声を行政に直接届ける」ということをはっきり書き込んでいます。消費者委員会になったのだから、私はそういう役割は一層強くなっていると考えていまして、声を直接届けるというのは、審議会的な機能を果たすときももちろんそうだし、監視機能を果たすときは一層そうだろうと思います。そういう意味で消費者の個人の声、あるいは団体の声を、どういう形で反映させることができるかというのは大きな課題だと思っています。

各委員が、それぞれ自分の本来の仕事との関係で、あるいは個人的なネットワークとの関係で、さまざまな個人や団体からの意見を吸い上げてこの場で出すという形はもちろんやっていますが、それとは別に直接委員会宛に意見を出していただいています。常にいろいろ来ている意見や要請をどういうふうに我々で考えていこうかというのは一つの課題だし、もっと積極的に意見や要請を出してくださいという形で呼びかけるところまでは、実はまだ行ってないわけです。積極的に呼びかけてきちんと処理できる体制があるのかと言われると疑問なところもあるので、積極的な呼びかけはしていないけれども、たくさん意見が来て、それを我々の間でも参考にさせていただいて、次はどのようなテーマを取り上げるかを決めるときに使っているところがあります。

その場合に、直接個人からの意見ということになると、消費者相談の話とどういうふうに切り分けるのか。こういう困ったことがあるので何とかしてくださいというたぐいのものと、もう少し制度的な感じで問題提起されるのとは違うところがあって、消費生活センターや国民生活センターが相談に必ずべきことと、消費者委員会として取り上げるべきことは少し違うと思います。その辺をきちんと分けて意見が出される形がうまくとれれば、大変いいことだと思いますが、この点で消費者庁は消費者情報ダイヤルの開設で失敗をしましたから、そこをどうするか。あるいは、相談窓口と意見提出窓口を一つにして中で分けてやる方が、消費者にとっては親切なのかもしれません。同じ番号でかけて、あるいは同じ窓口に出して、きちんと分けてもらって消費者相談は相談として対応してもらおう、制度的な問題については別のところでしてもらおう。窓口一つで中で分けるというのもあり得るかもしれないですが、今のところ、我々としてはすぐにはそのような態勢がとれないということです。

大体予定の時間になりましたが、よろしいでしょうか。

原事務局長 御指摘ごもっともで、今、委員長からもまとめていただきましたように、委員会で何を取り上げていくのかというのは、消費者基本計画がありますし、それから、消費者庁との関係で消費者委員会の意見を聞かなければならないということがあって、それが随時入ってくる。個別のテーマというのは、委員が関心を持って持ち込んでこられるものと、例えばフロアマットなどは報道からというところがあります。もう一つは皆さんからいただいた要望書なので、決済代行はそういう形で取り上げているものです。あとは下部組織のいろいろな審議ですけれども、これはいずれも消費者庁と連携をとりながらやっています。地方消費者行政の話が出ましたけれども、これについても、資料や進め方について消費者庁側と毎回相談をしながら進めているところです。もう少しすれば、落ち着いた議論が展開できるのではないかと考えております。

私自身、事務局に1年ぐらいいて感じるのは、なかなか大変な組織ですけれども、非常におもしろい組織だなというふうに思っていて、うまくこの機能を活用していけば、消費者行政や消費者政策に大きな影響を与えていくことができるのではないかと考えています。多分、委員の皆さんもそうだと思いますけれども、「できてよかった」という消費者庁・消費者委員会にしていきたいというふうに思っておりますので、またぜひ、意見交換をお願いしたいと思います。

山口委員 一点、よろしいですか。

松本委員長 どうぞ。

山口委員 山田さんからカモリストのお話が出ましたが、確かに手薄な分野なんですよ。インターネットや携帯を悪用した詐欺的な商法による被害は、インターネットの分野というのは我々おじさん世代はよくわからないし、それこそ詐欺師連中が携帯を悪用しているところやっています。ところが、総務省やその他の部分は通信の秘密を盾にとって、被害抑止のための意欲があまりうかがえないわけです。

この分野は、消費者問題の観点から言うと未開拓の分野といえますか、どこまで言っているのかわからないけれども、言葉を選ばずに言うと、総務省が一元的にやっちらっしゃる分野で、消費者のマインドのメスが入っていない分野だと思います。むしろ司法書士会からも積極的に提言をしていただいて、若い世代の方々の10万、20万の被害がなかなか被害抑止の具体的な政策につながっていない面がございますし、消費者庁もこの分野はまだ手薄な分野だと思います。積極的にどんどん提言をしていただければ、一つの成果が出てくるのではないかと考えていますので、その点、むしろよろしくお願ひします。

原事務局長 提言を出すときに、併せて知見も持ってきていただけるとすごく助かりますので、どうぞよろしくお願ひします。

松本委員長 それでは、よろしいでしょうか。

2団体の皆様におかれましては、お忙しい中をこの意見交換会に御出席いただきまして、誠にありがとうございました。本日、出されました御意見を今後の当委員会の運営改善の参考にさせていただきたいと思ひます。

松本委員長 最後に、事務局より、次回の意見交換会の日程について御説明をお願いいたします。

原事務局長 次回は8月6日(金曜日)、委員会は15時 - 17時を予定しておりますけれども、それが終わったところで、今度は3団体ということで、日本弁護士連合会、日本経団連、全国消団連を予定しております。また、傍聴もぜひお出かけいただけたらと思います。

事務局からは以上です。

松本委員長 それでは、本日の意見交換会はこれにて閉会とさせていただきます。お忙しいところをお集まりいただきまして、誠にありがとうございました。

閉 会

(以 上)