

消費者委員会（第122回）
議事録

内閣府消費者委員会事務局

消費者委員会（第122回） 議事次第

1. 日時 平成25年5月28日（火） 16:00～17:54

2. 場所 消費者委員会大会議室1

3. 出席者

（委員）

河上委員長、山口委員長代理、稲継委員、川戸委員、田島委員、
夏目委員、細川委員、村井委員、吉田委員

（説明者）

池本誠司弁護士

消費者庁 長谷川 消費生活情報課長

消費者庁 村山 消費者政策課長

（事務局）

原事務局長、小田審議官

4. 議事

（1）開 会

（2）詐欺的投資勧誘対策について

（3）消費者教育について

（4）消費者基本計画の検証・評価・監視について

（5）その他

（6）閉 会

《 1 . 開 会 》

○河上委員長 それでは、時間になりましたので、始めさせていただきます。本日は、皆様、お忙しいところをお集まりいただきまして、ありがとうございます。ただいまから、「消費者委員会（第 122 回）」会合を開催いたします。

また、本日は、所用によりまして、小幡委員が御欠席の予定になっております。

それでは、配付資料の確認をお願いします。

○原事務局長 配付資料ですけれども、議事次第と書かれた紙の下に一覧を載せております。

資料 1 といたしまして、「特定商取引法の指定権利制廃止の理論的課題について」ということで、池本弁護士から御提出いただいた資料になります。

資料 2 の関係が、消費者教育の関連資料ということで、消費者庁と委員会の資料になります。

資料 3 といたしまして、「消費者基本計画の改定素案等に対する意見（案）」、これは消費者委員会のものです。

資料 4 といたしまして、第 8 回地方消費者委員会を先日、札幌で開催いたしました。その実施結果をおつけしております。

この間、5 月 21 日に委員間打合せを開催しておりますので、その概要を参考資料としておつけしております。

不足がございましたら、途中でお申し出いただければと思います。よろしく願いいたします。

《 2 . 詐欺的投資勧誘対策について 》

○河上委員長 最初の議題ですが、「詐欺的投資勧誘対策について」であります。本日は、特定商取引法の指定権利制廃止について御審議をお願いしたいと思いますけれども、これに当たって、平成 20 年の同法改正の際に産業構造審議会消費者経済部会特定商取引小委員会で委員も務められた、池本弁護士においでいただいております。池本弁護士におかれましては、お忙しいところを御出席いただき、まことにありがとうございます。

指定権利制の撤廃の是非につきましては、先月 14 日の委員会で、消費者庁より御説明をいただいたところではあります。平成 20 年改正の際の指定商品役務制の廃止の議論に関連する部分もあるかと思っておりますので、当時、この法改正に向けての議論に直接参加された

池本弁護士から、きょうは御意見をいただきたいということでございます。

それでは、池本先生、説明をお願いしたいと思います。説明時間は、短くて恐縮ですが、15分くらいでお願いできればと思います。よろしく願いいたします。

○池本誠司弁護士 御紹介いただきました池本です。

私は、特定商取引法の平成20年改正の審議にかかわったという立場と、以前に豊田商事事件の国賠訴訟の弁護団にかかわったときの情報と、2つの観点で少しお話をさせていただきたいと思います。

まず、きょうの議論の私自身の問題意識の出発点ですが、訪問販売や電話勧誘販売の方法で、権利の販売、特に利殖絡みの権利の販売を行うという取引があり、そのトラブルが多発している。それを、指定権利制を廃止することによって、そういうものも適用対象にしてはどうかという意見が出ておりますし、私もそれに賛成の立場であります。

ただ、そのことに関しては、特商法の平成20年改正のとき、結果として公序良俗に反する商品や役務を特商法の適用対象とすることになったと言えるのかどうか、それ自体が当時の審議会ですら十分議論が深められていないのではないかと、架空の取引や公序良俗に反するものを取り込むことに特商法の性質として転換されていないのではないかと、というような意見があったと伺っております。

もう一つの課題として、特商法という法律は、第1条の目的規定に「特定商取引を公正にし、及び購入者が受けることのある損害の防止を図る」という規定があります。いわば取引を公正にしていく法律であって、詐欺的な行為を念頭に置いた法律ではないのではないかと、詐欺商法を取り込むというのは特商法の性質からすると困難ではないかという、法の性質論から来る御意見があります。さらには、特商法は、書面交付義務違反や勧誘行為規制違反に対し業務停止命令1年間という規制で、詐欺商法に対しては必ずしも実効的ではないのではないかと、むしろそれは刑罰やもっと強力な業法による規制が適切ではないか、という意見が出たとお伺いしました。

これに対して、私の意見のまずポイントを紹介し、それに関連して根拠となるところを、過去の議論の経緯を紹介したいと思います。

まず、特定商取引法という法律は、一定のルールを遵守すれば取引が容認されている法律であるという意見、あるいは、架空取引や公序良俗に反するような権利の取引は適用対象にするには不適切であり、そういう法律ではないという意見に対し、私は、その考え方がそのものが特商法の性格論としては誤りであると考えております。なぜそういう意見が出るのかを私なりに想定してみたのですが、指定商品・役務・権利という制度の枠組みであれば、トラブルが出てきたこの商品・役務・権利を指定対象として入れるべきかどうかは個別判断になります。個別判断をする場面であれば、特商法でやるのがよいのか、もっと厳しい業法や罰則でやるのがよいのかということ個別に議論する、そういう吟味の仕方があったのではないかと想像します。

ところが、指定商品・役務制は、平成20年改正で原則適用方式に転換しました。という

ことは、個別の業法など特商法 26 条の適用除外規定に当たらない限りは、どのような商品か役務かを問わず適用対象になる。つまり、公序良俗違反に当たるものを除くとか、除かないとか、そういう発想はもう転換したのだというふうに理解すべきであると思います。この辺りは、後で審議経過のところでも再確認したいと思います。

さらに、特定商取引法という法律は、訪問販売とか、電話勧誘販売とか、そういう取引形態で適用対象の枠組みを画しているものですから、その取引実態をさらに究明して、詐欺商法に当たるかどうかという判断とはレベルが違う、いわば情報の範囲が違うという問題です。消費者に向けて、訪問販売等の方法によって商品・役務・権利の取引を行っていると言えるかどうかという、外形的な特徴があれば特商法の適用対象になる。さらにいろいろ実態解明をして、詐欺罪に当たるかどうか、公序良俗違反に当たるかということは、この法律の枠組みではなくて別の観点であって、この法律は、特定商取引法の適用対象の取引形態であればその適用を受ける事業者当たる、こう解釈すべきものだと思います。そうだとすると、さらに実態を解明した結果、詐欺罪に当たるとか、他の法律に当たるときは、それは競合適用されることとなり、実態解明の程度によって、どちらでやっていくのが適切かという判断の問題になっていくのだらうと思います。

この辺りの論点は、実は独占禁止法、これも 1 条に「公正かつ自由な競争を促進し」云々という目的規定がありますが、独禁法を欺瞞的業者に対して適用することはどうかという問題が、豊田商事事件国賠訴訟に関する判例学説の中で議論があります。それも少し紹介したいと思います。

近年、問題になっている権利に係る被害、特に利殖絡みの権利に係る被害というのは、訪問販売や電話勧誘販売など、いわば販売業者の責任の所在が不明確な取引形態において、多数の消費者が金融商品と誤認して被害を被っているという実態があります。そうであるとすれば、訪問販売等の形態で不特定多数人に対して金融商品まがいのものを販売しているという特徴は、特商法上の事業者に当たるということは明らかです。

それから、権利というのは外延が明らかではないという議論がありますが、これも、役務・商品の外延を画している特商法 26 条を活用すれば十分対応できると考えております。その辺りも後で補足したいと思います。

先に結論だけ駆け足で申し上げたのですが、まず、平成 20 年の審議の経過について、改めて当時の審議会での資料と議事録を再確認してみました。平成 19 年 6 月 19 日の小委員会の資料に指定商品・役務制についての論点メモが出ておりまして、その中に、「商品・役務の中には公序良俗に反するものも存在しているが、これらの商品・役務を、一定のルールを遵守すれば取引を行うこと自体は認容される特商法の規制対象とすることは、我が国の法体系全体からみて適切か」という論点提示が確かにあります。そして 2 番目に、「『役務を有償で提供する』事業の外延が必ずしも明確でないとの指摘もある」、この点はどうかという、2 つの論点提示がありました。

その日の審議の経過や、それ以降の、レジュメの 3 ページ目、9 月 27 日の審議録や、11

月 27 日の審議録なども見ていったのですが、そこでもやはり、商品・役務の指定制が被害の後追いとなって深刻な事態を招いているから、この際、すき間を生じさせないように原則適用にすべきだという、いわば実態論からのアプローチでの議論が中心でした。

議事録の中で権利のことはどこまで議論されたかといいますと、審議の過程では、「これについては今は良いだろうということですので」とか、余り権利についての踏み込んだ審議がなかったというのは確かにそうです。理論的に詰めきれているかということ、詰めきれてはいないというのが議事録上の評価としてはそうなります。

では、審議の経過をどう評価するかということで、4 ページ目をごらんください。(5) のところです。先ほど、2 つ論点提示があったという中の、公序良俗に反する商品・役務を特商法の対象にすることは法体系としてなじむかということについて、確かに正面から議論しているような記載は見当たらないのですが、私が最初に結論として申し上げたように、個別商品・役務を政令指定の下で追加指定する場面では、それを特商法の対象にするか、それとも他の法律で対象にするか、個別に吟味するという考え方で、公序良俗に反するものは特商法ではなくほかでやろうというような判断はあり得たと思いますが、それが、原則適用として、指定商品・役務制を廃止するということは、個別のそういう吟味はもうしない、ということは、公序良俗に反するものも特商法の適用対象から排除しない、という政策判断をそこで選択しているということが、論理的にも当然言えるのではないかと考えます。

審議会の中では、権利については、トラブルがそれほど多くないとか、あるいは、役務の指定制を廃止すればかなりカバーされるというようなことで、権利についてはそこまで今回踏み込まなくていいではないかという、いわば実態論からそこまでは検討に入らずに見送ったというのが実情で、指定権利制は維持すべきであるという積極的な議論はもちろんありませんでした。なお、先ほど申し上げた、これを守れば容認されるという法律かどうかという根本の問題については、後で豊田商事事件のところでもう一度紹介しますので、ペンディングにしておきます。

それから、役務の外延が不明確という議論があります。これは、(6) の「特定商取引法ハンドブック」の改訂版を斉藤・石戸谷弁護士とともに書くときに少し議論をしたのですが、4 ページの末から 5 ページのところに整理しておきました。

③のところでは、権利の外延が不明確だと言うけれども、先ほどの特商法改正の審議の中で、役務についても外延が不明確ではないかという論点提示がありました。しかし、それについて、法 26 条にあるように、個別業法だとか、あるいは役務の性質から適用除外を設けるということで対処したわけです。それに対して、権利を行使した結果として商品を受け取るのか、役務提供を受けるのかという権利の中身からみれば、商品・役務の適用除外に関する規定をほぼそのまま活用することによって、権利の外延を画することは十分対応できるではないか。そういうふうな議論をしてきました。

むしろそれ以上に、5 ページの①にあるように、商品・役務で指定制を廃止して原則適

用としながら権利だけ指定制を残したということで、もともと制度矛盾がある。審議が尽くされない、時間が十分でなかったということがあって、制度矛盾をはらんだまま法改正に踏み切ってしまったという意味で、ここはやはり権利についても原則適用というふうに一貫すべきである、こういうのが私の結論です。

さて、時間が余りないのですが、5ページの下、独禁法、景表法で事業者性の認定をどう考えるかということについて、当時の国賠訴訟の中で、公正取引委員会は、豊田商事は反社会性の強い違法な手段で虚業を営んでいたものである、これは独禁法が予定するような経済事業（公正自由な競争を促進する企業性の存在を前提にした競争）を行う事業者ではない、そういう詐欺業者を独禁法で規制対象にするものではない、こういう反論をしました。

しかし、それに対しては、東京地裁平成4年4月22日判決、大阪地裁平成5年10月6日判決、その控訴審である大阪高裁平成10年1月29日判決、この3つの判決いずれも、結論的には、不作為の違法、国賠責任まではないという点は共通ですが、いずれも、事業者性は認めるというふうに判断しております。

ただ、理論構成の仕方は若干違いがあります。その下に学説を6つほど紹介しておきました。最後のページの評価というところをごらんください。8ページの末尾です。先ほど、3つ裁判例があると言いましたが、その中の東京地裁の裁判例が学説の中では物議を醸していました。その中に、「専ら詐欺的取引を行うなど公正かつ自由な競争の促進を図る余地のない取引活動を行うものは、独禁法の適用対象である事業には当たらない」と言うべきであるという一般論が書いてあります。それを学説は、そういうものではないということを厳しく批判しています。

もっとも、その東京地裁の判決も、豊田商事は外形上は金を売り金を預かる取引としてやっていたのだから、事業者に該当するというふうに認定しているのです。大阪地裁、大阪高裁の判決も等しく言っているのは、事業者の主観的意図、つまり、だまし取るものかどうかではなくて、むしろ顧客の目から見た、あるいは社会一般から見た客観的な評価として、反復継続して事業活動と評価されるような外形があるかどうかということが判断基準にならなければならない、というふうに言っています。

そのことが明快に書いてあるのが、7ページの舟田正之教授の論文のアンダーラインを引いているところです。「豊田商事が個別具体的に『反復継続』、『経済的利益の交換』を行っていたかどうかではなく、取引の場において、顧客の側から客観的にどう見えていたかが肝要である。仮に1回しか取引を行っていなかった場合でも、また一切の償還にこたえず『交換』しなかった場合も事業を行っていたのであり、事業者に該当すると解すべきである」、こういうふうに明快に言っています。調べた限りの学説の中で、事業者性を否定するという結論のものは見当たりませんでした。そうだとすれば、金融商品と見紛うものとして消費者に販売し、消費者の多くがそれでだまされているということは、まさに事業者であるし、それが訪問販売の方法で展開されているのであれば、特商法で規律するの

が適切な対処法であると考えます。

以上です。

○河上委員長 ありがとうございます。

それでは、ただいまの御説明を踏まえて意見交換を行いたいと思いますので、御意見のある方は発言をお願いいたします。いかがでしょうか。

山口委員長代理、どうぞ。

○山口委員長代理 御説明、ありがとうございます。

2つお聞きしたいのですが、一つは、詐欺的な投資勧誘対策については、禁止法とか業法、例えば届出制とか、登録制度などの参入規制をすることによって規制するのがこういう場合にはいいのであって、特商法における指定権利制の撤廃ということでは筋が違うのではないかと、こういう御意見もありましたが、これについてどういうふうにお考えになるか。

もう一つは、詐欺的な投資勧誘に対して、特商法による指定権利制の廃止などの法律の制度の改正で実効性があるのだろうか、という点についてもお聞かせいただければと思います。

○河上委員長 お願いします。

○池本誠司弁護士 御質問、ありがとうございます。まず、他のより効果的な規制法、業法で対処すべきではないかという点で、他に適切な適用対象を画し、効果的な規制ができる場合に、それに反対するつもりは毛頭ありません。しかし、他の方法でやるべきだから特商法の適用対象にすべきでないというのは、これは明確に間違いだと思います。

少し補足しますと、他の業法で対応できるかというときに、例えば金融商品取引法がまさにこういう金融商品絡みのものを規律していますが、49人以下のものについて適用除外にするというのは、例えば小さな会社が友人、知人に声をかけて株式を出資してもらうということが、49人要件を完全に撤廃してしまうと、それもできなくなるのかということになりかねません。それなりに考えた上での適用除外です。今のままでいいかどうかは別として、金融商品取引法でずばり全部解決できるかという点、それも難しい。

では、こういう詐欺的な商品で売っているものを別の枠づけとして規律して、禁止規定を置くのはどうか。しかし、まさに脱法を目指している事業者たちですから、罰則として要件を設定すればその外側に行くし、それを広げていけばいくほど、結局、さまざまな権利一般についての規律というふうになって、それが罰則や厳しい参入規制でできるのかというと、非常に疑問です。特商法は、書面交付とか、勧誘行為規制という最小限の取引適正化の法律ですから、それは指定商品・役務制はなしでもよいという判断に至ったのですから、権利についても、指定制廃止でよいという判断にいいと思います。

問題は、書面交付とか勧誘行為規制という規制、あるいは業務停止1年、これでは不十分で実効性がないのではないかという意見、2番目の御質問です。これは、特商法は勧誘行為規制の中に不実の告知という条文を置いています。あるいは、うその説明をする行為

は、故意の詐欺までは立証できなくとも、一步手前の不実の告知を禁止行為とし、一方では罰則をつけ、他方では業務停止もかける。こういう規律をしているのは、訪問販売事業者の中には、まじめにやっているけれども一部逸脱する業者もいるし、訪問販売の方法を利用する詐欺業者も混じっている。そういうものに対して、最小限の情報提供の書面交付義務、不適正な勧誘行為を禁止するという規定を入れているわけですから、詐欺罪による刑事罰で着手するよりは、一步も二歩も早く取り締まることができる、まさにそれを目指した法律のはずです。したがって、実効性があるかという言葉の意味ですが、既存の刑罰法令よりも迅速に対応できるという意味の実効性はあると思います。

○河上委員長 ほかにはいかがでしょうか。

細川委員、どうぞ。

○細川委員 先ほど、委員長は意見交換の場とおっしゃいましたので、自由な意見でよろしいですか。

○河上委員長 どうぞ。

○細川委員 今までの議論というのは、いわゆる解釈論ですね。現行法の特定商取引法があって、その解釈として、事業者性がないと思えるような事業者だとか、権利という名のわけのわからないもの、まさに事業活動をしてウィンウィンの関係を築こうなんていう意思のない、本当にでたらめな、適当に権利をぶち上げてそれで金儲けをしようというものを、特定商取引法の理念や法体系で規制することが合うのかどうか、という解釈論でやっています。

私はもともと特商法は改正すべきだという考えを持っていて、そもそも訪問販売法という名には当てはまらないような取引形態を規制するようになったから、突然、特定商取引法という名前が出てきましたね。あの当時、訪販法と言うのに慣れていたので、「略すと特商法と言うの？」と、我々はみんな驚いたけれども、今はもうなじんでしまいましたが、それからまた一步進んで消費者庁の時代なわけです。一つの産業とか、業界とか、そういうものを規制する。すなわち特定の商行為を規制するという法律が、経産省から消費者庁、消費者庁の取引対策課にきたことの意味というのがあって、もう特定商取引という枠組みで規制する時代ではなくて、もう少し包括的な消費者取引適正化法とか、そういう法体系の中で、特商法とか、あるいは、刑事罰に触れるような犯罪に近いようなものも規制する。そういう体系に変えるという、立法のほうに動いたほうがいいのではないかというふうに感じます。

例えば、今、特商法の目的というのを見ていますけれども、確かにこの法律は「特定商取引を公正にし」と書いてあります。初めから特定商取引ありきなのです。それは何かというと、訪問販売とか、通信販売だと。それを公正にし、及び購入者などが受けることのある損害の防止を図る」と、目的規定から、ある特定の取引についての購入者の利益保護という形でうたっている。そうすると、官僚というか、担当課長からすれば、いや、これはそういう法律ではないんですよという話になってしまうわけだから、特定商取引に關す

る法律は、消費者庁時代だから、これはもう取り払って、より大きな包括的な消費者取引規制のための行政法規、もちろん、クーリングオフ規定とか、民事法規も入っているわけですし、間接罰、直接罰という刑事法規、行政法規も入っているわけですが、もう少し広がりのある法律にするという議論があっているのかなと思います。今、何をやるかというところで議論をされているのはわかりますけれども、もうちょっと中長期的に見ると、もう特商法は古いのではないかなと思っています。

○河上委員長 余り抽象的に消費者取引の適正化という話になると、これは、消費者契約法レベルですね。かなり抽象度の高いところでの立法論。それをやるのがいいのか、それとも、目的や商品に着目したり、業態でここを規制するのが効果的かという、規制の効果的なやり方を考えたときのアプローチが考えられます。効果的な対処という点からすると業態に着目した特定商取引法、目的物に着目した金商法、それはありではないでしょうか。もやっとした一般的な形でやったら逆にどこに切り込めばよいかよくわからないか、あるいは、アプローチが非常に散漫になってしまうという問題があるような気がします。余り委員長がしゃべってもいけませんけれども、いかがですか。

あと、消費者庁の方からいろいろ言われた中で、例えば一定の役務とリンクしていないと権利というのは語れないという話がありました。池本先生、この辺はどうなのですか。

○池本誠司弁護士 それは、指定商品・役務制がある当時の権利概念を説明したものです。今、権利の指定制を廃止しようかどうかという議論とはかみ合っていない。どういうことかと言いますと、以前は指定商品だけだったのです。そして指定役務を入れたときに、取引の実態としてそれを権利という名で売っている業者も現にあった。役務を指定したときに、うちは権利で販売しているのだから別だというふうに逃げる業者が出てくるのではないか、そういう脱法を防ぐために権利の形にしたものも入れましょうと。その当時起きていたのは、施設の利用とか、役務提供を受けるものを権利と称してやっているものがあったから、それを指定権利制にただけなのです。そして、現に被害の起きているものについて権利で指定しただけです。

今、指定権利制をやめて、まさに取引形態の特徴で、無責任で攻撃的で被害が多発する分野という取引形態に応じて、権利も含めて適用対象にしようという場面ですから、先ほどの理由づけは反論にはならないと思います。

○河上委員長 山口委員長代理、どうぞ。

○山口委員長代理 平成 20 年の特商法改正の審議のときの担当課長の発言が紹介されましたけれども、当時は、確かに権利を、いわゆる訪問販売その他のツールとして使って消費者に被害をもたらすというケースが、そんなになかったのでしょうか。あるいは、権利について指定権利制を外すと、例えばこういう契約書をつくりなさいという細かい施行規則がありますが、そういう規制は実務上むづかしいから指定権利を外すのをやめておこうという議論だったのか、その辺はどういうことなのでしょう。

○池本誠司弁護士 平成 19 年が審議のまさに焦点でしたが、指定商品・役務制を撤廃する

かしないかという舵取り、そこの舵を切る決断の問題と、舵を切った場合には、さまざまな分野の業法がある。それが、訪問販売形態、通信販売形態だったら、全部、特商法と競合するのか、適用除外にするのかというその整理の問題で膨大な作業がありました。50ほどの法律が適用除外として現在規定されていますが、あの作業があったわけです。

そういう中で、権利も含めて適用除外にする場合、どの範囲を対象として適用除外を検討すればいいのかという議論までなかなか入れない。権利といっても、多くは役務で読めるものもあるし、権利に関する被害もそんなに多くないから、これは今回はよいことにしようという、まさに本音が審議会の場でもポロリと出ているのです。その程度しか議論はしていなかったと思います。

○山口委員長代理　そうしますと、今、商品と役務で適用除外の条文がありますが、それで指定権利を外しても、あと幾つか業法との関係があるのかもかもしれませんが、それで間に合うだろうというのが先生のお考えですか。

○池本誠司弁護士　おっしゃるとおりで、権利と言っても、権利そのもので売買するという場面もあるでしょうが、権利を実行したときに、どういう商品なり役務が提供されるかという見極めができると思います。商品と役務に関しては適用除外はきちんと議論して、適用除外規定を置き、今、混乱は起きていません。だとすると、権利も、実行した後の給付の中身に着目して適用除外を置いている現在の規定を、そのまま権利も含むというふうにしておけば、基本的なところはセーフになるだろうと思います。

それで、さらに不十分なものがどれだけあるのだろうかということを個別にやって、もしあれば適用除外を追加するかどうか、そういう検証だろうと思いますが、少なくとも平成19年の審議の当時のように、全省庁で、これについて50あるか、60あるかという議論とは全然レベルが違うだろうと思います。

○河上委員長　細川委員、どうぞ。

○細川委員　もう一つ、アイデアというか、考え方ですけども、この前、消費者庁の取引対策課長にやはりこのこととお話ししたときに、反対だというお話でした。その例として出したのはマルチ商法。マルチ商法は禁止ではない、規制だと。だから、特商法にある。ですが、禁止なものは、ほかの法律、ねずみ講禁止法を持ってきた。別のもので行っているのだからということで例示されましたけれども、そういう意味で言えば、例えば一般法としての民法では消費者の権利や利益を守れないから、特別法としての消費者契約法があるというふうに考えれば、一般の刑法典で消費者被害、消費者詐欺を取り締まれないのだったら、特別刑法としての例えば消費者詐欺禁止法とか、そういうある程度類型化して束ねて、犯罪要件化して、それを特別刑法みたいなものとして新しい法律をつくっていくとか、そういう方向も考えられるのではないかと思ったのですが。

○河上委員長　山口委員長代理、どうぞ。

○山口委員長代理　要するに、最初からお年寄りをだましてふんだくろうと思っている詐欺的な投資勧誘業者に一番効果的なのは、警察が動くぞというのが一番抑止効果があると

思います。ところが、実際問題、特商法あるいはその他の法律が幾つかありますが、なかなか警察が踏み込んでくれないわけです。その一番の理由は、詐欺の立証が難しいというわけです。事業者の財布の中身を全部ひっぺ返して見ないと、そもそも消費者から集めたお金をどういうふうに運用して、返すつもりが最初からなかったとか、最初から運用するつもりもなく、口先から出まかせでお金を集めていたというその立証が、踏み込んでみないとわからないというところがあるのです。詐欺罪で効果的に消費者被害をもたらす業者を抑止するのは、實際上、なかなか難しいという実務上のことを言うわけです。

ですから、警察が踏み込みやすいツール、あるいは消費者庁なり行政当局がやめなさいと効果的に言えるようなツール、被害に遭ったら、被害者が迅速かつ形式的なところでお金を返せと言えるような枠組み、その辺がセットにならないと、最初から悪いことをしようという手合いを抑止し、被害を救済するのはなかなか難しい。そこが一番苦労しているところなのです。

○河上委員長 先ほど、池本先生のお話の中で、例えば特商法なら特商法で捕捉しているけれども、禁止規定があったら禁止規定と競合しても構わない。結果的に競合することもあるということをおっしゃいましたが、私もそうではないかという気はしています。例えば民法があり、消費者契約法があり、特商法があり、ほかにもいろいろな特別法がある。重畳適用はありだと考えていいのでしょうか。

○池本誠司弁護士 現実に過去の事業者に対する処分事例を見ても、消費者庁あるいは都道府県が業務停止などの行政処分を科した、あるいは、その後、警察が書面交付義務で捜索し、最後の取引部分については詐欺で立件するとか、そういう罰則による処分と行政規制による処分が、段階を追って展開していくことも十分にあり得ると思います。

○河上委員長 その意味では、ちゃんと切り分けを最初からして、適用範囲をそれぞれで画していくというのも一つのやり方ですけれども、両方から重なり合うという理解をすることも不可能ではないわけですね。

○池本誠司弁護士 競合適用か、切り分けられるかという議論、あるいは、以前の豊田商事事件のときも同じように感じたのですが、詐欺業者は特商法の対象でない、詐欺業者は独禁法の対象でないというけれども、詐欺業者であるという解明が、活動しているときはまだ完全にはできていないわけです。できていないからこそ警察は取締りに入れない。詐欺業者の疑いがある状態はあったとしても、詐欺業者であると断定できない。できるなら警察が入ればいいわけです。それを、事後的に解明した結論をもって詐欺業者に特商法を適用すべきでないというのは、これは論理のすり替えではないかと思います。というような議論が、豊田商事事件で独禁法と欺瞞的商法の適用という論点でもほとんど同じような議論をした気がします。

○河上委員長 その意味では、高齢者に対する架空商品とか、架空商品と言ってしまおうと最初から詐欺でしょうねという話になるのですが、そういう認定ができるかがわからないグレーの状態、特商法が適用されてしかるべきではないかという議論になってく

るわけです。ですから、グレーでも、真っ黒のほうからにじみ出してくるものと、真っ白のほうから黒に近づいたグレーというのがあって、白いほうから来ているのはいいけれども、黒から来たのはだめだという議論になりそうなのですが、そこは区別する必要はないということでしょうかね。

○池本誠司弁護士 ある苦情相談が出てきたときにその事業者がどうかというのは、その時点で把握された情報の限度で、訪問販売の方法で権利の販売をしていけばまず特商法の要件として適用対象にすべきだし、それで動くべきです。さらにその事業者を調べていくと、全く実体のないもので、これは詐欺としても立件できそうだとすれば、それは警察も動くべきだし、どちらがより早い段階で効果的に被害防止につながるかということで競い合っていく問題ではないでしょうか。最初の情報が得られた時点での法のすみ分けの話と、実態解明を試みたら黒だった、だからうちがやるべきではないというのは、これは、結果を見てから適用対象を議論し直しているだけの話だと思います。

○河上委員長 ほかにいかがですか。場合によっては、指定権利制を撤廃するというのはかなり重要な提案になるかと思っておりますので、委員の方々の御意見を伺っておければありがたいのですけれども、よろしいですか。

それでは、予定していた時間も大体来ましたので、これで終わりたいと思います。詐欺的投資勧誘においては、電話勧誘販売等の取引類型において、特に架空と見られる権利を商材とした不適正取引で、高齢者に対して深刻な財産被害が生じている。ほかにも訪問販売などもあるでしょうけれども、こうした実態に鑑みますと、きょうのお話を伺いながら私としては、商材ごとに見た取引の適正化というよりも、あくまで消費者トラブルの生じやすい業態といいますか、取引類型から見た、取引の適正化という観点から問題に対処することが必要であると思っております。もし、後から評価して、その商材が社会の安定秩序とか公序良俗に反する目的物が商材であったとしても、原則として特定商取引法の適用対象からは除外しないという考え方をとることも、十分考えられるのではないかと改めて感じた次第でございます。いずれにしましても、本テーマについては、委員会でも建議等に向けて引き続き調査審議を行ってまいりたいと思います。

池本弁護士におかれましては、お忙しいところを審議に御協力いただきまして、まことにありがとうございました。

《 3. 消費者教育について 》

○河上委員長 それでは、次の議題に入りたいと思います。次の議題は、「消費者教育について」であります。消費者庁にお越しいただいております。お忙しいところを御出席いただきまして、まことにありがとうございます。

消費者教育推進法では、政府が消費者教育の推進に関する基本方針の案を作成しようとするときには、消費者委員会や消費者教育推進会議の意見を聞かなければならない旨が規

定されています。このため、当委員会においては、昨年の12月25日に「消費者教育の推進に関する基本方針の策定に向けた意見」を発出したしまして、去る5月7日の第119回委員会においては、基本方針の素案について消費者庁から報告を聴取し、素案に対する意見を口頭で申し述べたところであります。

本来ですと、本日の委員会において、基本方針案に対する答申を取りまとめる予定でございましたけれども、伺いましたら、パブコメで意見が多数寄せられ、その検討にもう少し時間を要するという事ですので、本日は、その中間段階となりますけれども、パブコメで寄せられた主な意見の概要、あるいは、5月7日の当委員会から出ました意見への考え方について、消費者庁から現在の方針を御説明いただいて意見交換を行いたいと思います。

それでは、説明をお願いいたします。説明時間は15分程度でお願いできればと思います。よろしくをお願いいたします。

○消費者庁長谷川消費生活情報課長 本日は、申しわけありません、ドキュメントが用意されておりません。今、委員長からお話がありましたが、パブコメの御意見が約160件来まして、今、それを踏まえて整理をしています。修文中でございます。また、5月7日の委員の皆様からの御意見を受けまして、それもあわせて修文中ということでございますので、今回は中間報告ということでお許しいただければと思っています。

まず、パブコメでございますが、いろいろ御意見をいただきました。全体的な傾向を申し上げますと、基本方針がそもそも全体的な話があるものですから、「はじめに」というところを踏まえて、全体的、それから総論的な意見が多うございました。また、御自身の教育観を示す意見と申しますか、思いを伝えるものも多かった感じがいたします。

職業的に明示されましたコメントをいただいた方々からは、例えば消費生活相談員、弁護士、司法書士、地方公務員の方々が多かったような感じでございます。

また、今回は基本方針ということでございますので、今後の具体的な方針の展開に期待する旨の意見も多かったということでございます。

特徴的な意見を幾つか御紹介申し上げますと、消費者市民社会の概念が法的なことを歓迎するとともに、まだまだ担い手側にもその概念が共有化されていないことから、その概念をわかりやすく普及することを求める声が多うございました。あわせて、消費者市民社会の概念の重視だけではなく、被害救済をおろそかにしてはならないという声もいただきました。それから、さまざまな主体の連携の重要性について言及がありまして、具体的な連携策の提示を求めるという声が多うございました。消費者庁では、各地の優れた実践事例を収集することも予定しておりますので、そうした点で対応していきたいと思っています。

また、消費生活センターを消費者教育の拠点とするとの提案につきましては、基本方針の案ではお示ししましたが、賛同の声が多かったです。それに対しては、推進会議、小委員会で具体化を検討してまいりたいと思っています。

さまざまな担い手同士、地域、学校をつなぐコーディネーターの育成に期待する声も多

うございました。実効性の高い方法をこれから構築してまいりたいと思っています。それから、消費者団体、相談員から、担い手としての消費者団体の育成、あるいは、消費生活相談員の待遇改善の要望も寄せられているところがございます。

学校の教員のみならず消費者教育を担わせず、消費生活相談員、消費者関連の専門家がかわられる仕組みと。学校の教員はかなり負担が大きいということだと思っておりますが、そうした仕組みづくりが求められておりました。そのため、消費者行政と教育行政との連携に期待する声が多かったということが、特徴的な意見でございました。

前回、委員の先生方からいただいた意見ということで、今後の対応方針について、口頭で少しお話しさせていただければと思っております。

まず、基本方針案全体の意見ということで、基本方針案の内容は総花的という御意見をいただいたところがございます。単に考え方をまとめたにすぎない部分が多いのではないかと、あるいは、基本方針としての指針性を高め、各関係主体の取組みをリードするためには、具体的な方策を、いわばピン止めの必要があるのではないかとというような御意見を頂戴いたしました。それについては、今、重要な施策を可能な限り具体的に追記する形で対応しようかと思っております。例えば、各都道府県・市町村でこれから消費者教育推進計画を立てまして、具体的に、各地での消費者教育を実践するための有益な先進的な事例等を消費者庁で集約しまして、基本方針の公表後、速やかに情報提供をしていく予定であります。さらに、その後も継続的に情報収集に努めまして、それをさまざまな形、例えばホームページ、その他で公表してまいりたいと思っております。

それから、国が各関係主体に対して行う支援の中身やスケジュール感を、より明確化すべきではないかという御意見も頂戴いたしました。基本方針は単年度の実施計画と異なるため、個別の事業内容やそのスケジュール等までは記載しておりません。ただ、基本方針の公表後、推進会議を活用いたしまして、基本方針に記載する施策についての具体化を図りたいと思っております。こうした具体化を図るとともに、政府として、年内を目途にスケジュール感を含めて今後の施策を取りまとめ、公表したいと考えております。

次に、各関係主体による積極的な取組みを促すためには、国は、情報提供のみならず、より積極的な支援を行う旨を明記すべきではないかと、各取組みについて主語を明確化して、誰がやるのかを明確化すべきではないかといった御意見も頂戴いたしました。これについてはもっともだというところがございますので、可能な範囲で追記してまいりたいと思っています。例えば都道府県・市町村での消費者教育の推進については、より国が主体になって、説明会の実施、あるいは参考資料の配付、そういうものを具体的に示して、先ほど申しあげましたけれども、事例集を速やかに発行し、引き続き継続的に収集していく。そして、地域ごとの進捗状況を踏まえ、日本中どこで生活しても消費者教育を受けられるように支援をする。そういう形で、主体的に取り組んでいく姿勢、具体的な方策について明記したいと思っております。

それから、文科省をはじめとする関係省庁との間の実効的な連携体制をどのように構築

するか、具体的に明記すべきではないかということでございます。前回は申し上げたかもしれませんが、これは閣議決定でございますので、改めて省庁間の連携体制の構築について明記することは、この方針の中では余り適当ではないのではないかと考えております。一方、消費生活に関連する各種の教育の連携のためには、消費者教育推進会議等で各省からのヒアリングを今後も実施する予定でございますので、そうした旨を追記してまいりたいと考えております。

個別の案件といたしまして、事業をもっと充実させるという観点から、国がモデルとなる教材や事業を具体的に作成・提示し、地方自治体に提供する旨を明記すべきではないかといただきました。ちょっと私、前回は失念してしまい申し遅れましたけれども、基本方針案においても、教科横断的なカリキュラム開発や教材開発について言及しております。また、その他、実践的・先進的な事例について、事例集で情報提供をしてまいりたいと考えております。

それから、消費者教育支援センター等の関係機関を有効活用する旨を明記できないかということでございますが、閣議決定文書でございますので、個別の財団法人名は基本的には記載できないと考えております。ただ、消費者教育に専門性を有すると申しますか、専門とする団体等の研究、あるいは実践活動といったところは有効に活用する旨を追記してまいりたいと考えております。

モデル地区における先進的な取組みについては、消費者市民社会概念の普及に限定せず、より幅広い内容について行うべきではないかという御意見をいただきました。それを踏まえまして、消費者市民概念の普及を中心に、具体的な地域での消費者市民の推進施策全般もモデルの対象とし、我々としてはいろいろな情報提供の仕方を工夫してまいりたいと思っておりますし、その研究もしてまいりたいと考えております。

それから、消費者教育推進地域協議会をより積極的に位置づけるべきではないか。確かに埋もれていた感がところどころにありますけれども、そういう点は少し整理いたしまして、例えば見出しの立て方とか、きっちり明示したいと考えています。

消費者教育のコーディネーターとして、「消費者教育主事」のような役職を置くことが検討できないかという御意見を賜りました。なかなか役職として新設は困難と思われませんが、具体的にコーディネーターの役割や業務内容を整理いたしまして、さまざまな担い手が、地域ごとにコーディネーター役を担うことができるよう実効性のある仕組みをつくってまいりたい、その旨を明記したいと考えております。

簡単でございますが、現状を報告させていただきました。

○河上委員長 ありがとうございます。

それでは、御質問、御意見のある方は発言をお願いいたします。いかがでしょうか。

山口委員長代理、どうぞ。

○山口委員長代理 先ほど、160件ほどのパブコメの意見があったというお話ですが、学校の先生からはどの程度の意見があったのか、もしわかれば教えていただければと思いま

す。

それから、コーディネーターの育成です。具体的にどういう方向を考えていらっしゃるかという質問です。私とその世代であるせいもあります、私の同級生などで、定年で会社を辞めて「サンデー毎日」をやっている。でも、元気だというのがゾロゾロいるんですよ。あの辺の連中に、おまえら遊んでいないでちゃんと働け、社会に貢献しろと私はいつも言っていますけれども、要するにぬれ落ち葉になっている定年退職後の男どもを社会にもう一回引き戻す。そういう意味合いも含めてその辺の人をこういう活動に引き込む、その辺を意識的にやっていくということは、今、議論されていないのかということもお願いします。

○消費者庁長谷川消費生活情報課長 職業を明示した中の分類ですと、恐れ入りますが、学校の先生ではなくて地方公務員というふうになっておりまして、ちょっとそこは判別できておりません、申しわけありません。

○山口委員長代理 地方公務員でどれぐらいありましたか。

○消費者庁長谷川消費生活情報課長 数名ということです。

それから、コーディネーターのお話をいただきました。そこは、我々は基本方針案を作成するに当たって、いろいろなところからヒアリングや実態調査をしまして、先生がおっしゃったようなところは御意見をいただいたところでありまして、非常に能力があって社会的な関心も高い方々には、こういうコーディネーターといった役割と申しますか、是非、地域へ貢献していただきたいと思っています。

その中で我々が勉強していた柏市などは、かなりそういうところは積極的で伝統のあるところで、そうした事例も既にあるところがございますので、そうしたところを、今後、全国的に広めていくような展開をしてみたいと思っています。

○河上委員長 ぬれ落ち葉の男どもといった表現がありましたけれども、今は男女共同参画ですので、不適切ですね。ほかにいかがでしょうか。

この間、地方消費者委員会に行ってきた、地方の方に何う機会があったのですが、やはり学校の先生は大変だという感じで、何をしたらいいのかわからないとおっしゃっていました。行政の人たちも、具体的に協議会を立ち上げないといけないと思っているけれども、そこで一体何をするのかというのが具体的に見えてこない。パブコメ用に情報は回ってきていろいろ書いてあるけれども、何をしたらいいのかと、随分お悩みだったのが印象的でした。具体策に関する策定の作業は進んでいますか。

○消費者庁長谷川消費生活情報課長 繰り返しになるかもしれませんが、今回の消費者教育推進法もそうですし、基本的な方針もそうですが、連携して効率的にやっていく。これまで担っていた方々、既にある方々を利用する、という言葉はあれですけども、思う存分活躍してもらいたい。そういう視点も強くなっております、現状でもさまざまな試みがあります。隣の課ですが地方協力課というところがありますので、そこで今、情報を収集しているところでございます。

基本方針案というのは、抽象性が高い、概念的だということは事実です。ただ、それですと、先生がおっしゃったように、受け手からすると「何をやったらいいのか」という話にもなりますので、我々はそれを補完する形で、基本方針を示すと同時に、現在、地方で行われているもの、そういうものを集約した形でお示ししようかと思っています。

○河上委員長 作業はかなり進んでいるのですか。

○消費者庁長谷川消費生活情報課長 もちろん、進んでいます。もう随分やっていますので。

○河上委員長 ほかにはいかがですか。

お話をうかがった中で紹介しますと、どうしても今までの消費者教育は、被害に遭った事例を紹介したり、注意喚起をしたり、そういうことをすることが比較的多かったけれども、それにとどまらないで、まずは賢い消費者としてベーシックな能力を育てるという観点での消費者教育が必ずしも十分ではなかった。それから、そういうことを考えていく際の教材というのが実はたくさんあるのに、それが現場にまで伝わっていない。いい教材が随分いろいろなところにあるけれども、それがなかなか末端まで伝わっていないのもったいないという議論もありまして、そういう具体的なイメージを湧かせて、「こういう消費者教育があります」というメニューをもう少し具体的に示してあげると、取り組みやすいのではないかという印象でした。

細川委員、どうですか。教育に関して。

○細川委員 きょうは中間の御報告ということなので、特にあれはないので、是非よろしくお願いしたいと思います。

ただ、消費者教育というのは制度とか仕組みづくりも大切ですがけれども、教育の現場での気づきとか、あるいは、生徒・学生の生活の中での問題から考えさせるということが非常に重要で、そこで気持ちが入っていないと、外から言われたからやるというのではだめなところがあります。

例で言うと、私は大学でも消費者教育の講義を持っていて、初めのほうに、「あなたの経験した消費者教育を書いてみてください」と書かせます。「記憶がない」という子が多いのですが、中にはおもしろいのがあって、昔、ダイヤル Q2 というのがありましたね、7秒で10円を取るとか。あれが若者にはやっていたときに、自分の小学校の正門の横の電柱に、「おばけの声が聞こえるよ」という宣伝の貼り紙があったそうです。ダイヤル Q2 なんですよ。みんな、おばけの声を聞いてそれで課金されてしまったというのがあって、それをきっかけに、ダイヤル Q2 とは何とか、そういう勉強に移っていったそうです。その学生が私の消費者教育の授業を受けたときに、「考えてみれば、あれが消費者教育の授業だったかもしれない」と言うのです。

ですから、初めに制度を教えるのではなくて、学生目線、生徒目線でのトラブルから、実はそれは消費者問題なんだよ、その背景にはこういう悪いやつがいるとか、こういう制度なんだよ、ダイヤル Q2 とはこういう仕組みだから気をつけましょうと。そういう問題提

起型というか、生徒・学生がおかしいと思っているところから教育に結びつくというところが必要なので、消費者教育推進法もできて制度化されるのもいいですけども、一方で、下からのボトムアップと申しますか、そういうものが重要だと思いますが、先ほどおっしゃったように、どうも教員サイドからの声が余りないようですね。

私は日本消費者教育学会という学会のメンバーもやっていますが、学会のメンバーの構成員にほとんど現役の先生はいないです。学会と言ってしまうから敷居が高いということもありますけれども、もうちょっと高校の先生とか中学の先生が出入りしてくれてもいいかなと思うのですが、そこが足りないですね。そこは課題なのではないか。今、お話を伺っていて、ほとんど学校の先生からのコメントがないと。現場にいる人たちですから一番意見があってもいいのに、そこが日本の消費者教育がなかなか進まないネックかなと。何をしたらいいかわからないというお話もありましたけれども、その辺が悩みかなというふうに思います。

○河上委員長 法教育というか、法と教育学会がありますので、学校の先生がああいうところと連携したらいいのではないかという気がしますね。

夏目委員、何かありますか。

○夏目委員 示されております基本的な方針の概要案というのは、これに向かって進みますという目標が掲げられているわけで、それはそれでいいと思うのですが、今までずっと消費者庁ができてから、地方行政がとても大事だということで地方活性化基金をつくって、地方の行政を充実させるために活動してきて、例えば消費生活センターも本当に拡大されてきた。ですが、実際を見ると、センターはあっても相談員はいない。つまり、なかなか中身までは踏み込んでいない消費者行政の実態というのがあるわけです。

したがって、この法律ができて消費者教育を推進していくときに、もともと地方によって地方消費者行政に格差がある。つまり、行政の中にも格差があり、当然、消費者教育を進めていく学校、つまり文科省管轄の学校の中にも教員の格差があり、また、それを支える地方の消費者団体、NPO、適格消費者団体も含めて、これも地方を見たときに非常にばらつきがあり、格差がある。そういう状況の中で、本当に消費者教育を進めるために地方の格差をどういうふうに埋めて、先ほど、全体のボトムアップが必要だとおっしゃっていましたが、そのとおりで、その辺のものをもう少し基本的な方針の中に具体的に見えるように書いていただくとよろしいのではないかと、私自身は感想を持っております。

○河上委員長 教育になると、今度はメディアの問題もありますけれども、もしよければ、川戸委員、何か。

○川戸委員 今、細川委員のおっしゃったように、やはり中身が非常に大事で、消費者教育と一言に言いますが、例えば、地方で大人向けにやっていらっしやったり、小学校、中学校、高校、大学で、それこそ法教育までやっていらっしやることはありますけれども、さあ何を教えるかというときに、消費者教育はどのようなものかという、その中身

がないと皆さん方それこそばらつきが出るわけで、できないと思うのです。

メディアのほうも、消費者教育がこういうふうに進んでいるということはわかっても、その中身が具体的に何をやっているかということがわからないと、それを推進しようと思ってバックアップしても、それはわからないわけです。ただ仕組みをつくりましたということだけであって、仕組みをつくった、そこはいいのですが、そこの中身をまず、こういう形ではなくて、何を教えたらいいか。商品等の安全とか、生活の管理と契約とか、書いてあります。もう少し具体的に、こういうことをやる、また、学校の中ではこういうことをやる。日程だったり、中身の具体的なことだったりというのを早くしてくださらないと、メディアもなかなか応援できないし、現場の方も、それがないと具体策が何もできないと思います。その辺をもう少し充実してやっていただきたい。と同時に、是非、文科省との連携もやっていただきたいと思っております。

○河上委員長 長谷川課長、今まで話の中で出てきたことで何か御意見がありましたらお願いします。

○消費者庁長谷川消費生活情報課長 まさに中身が重要だということは痛感しております。基本方針は、どちらかというと概念的な整理といいますか、なおかつ、消費者行政は非常に幅広うございますし、かなり全般的な話になっているというので、そういうところをなるべく早く示す必要があるかと思っています。

ただ、消費者教育は随分といろいろな主体の方がやっていたているのは事実でございます。前回、紹介させていただいたと思いますけれども、消費者庁が持っているポータルサイトは、消費者教育の教材が登録されている、あるいは、いろいろな講座、イベントについても全国のがわかるようになっていまして、そのアクセス数がこの5月から結構増えています。今までは月々40万件ぐらいだったのですが、今は50万件ペースとなり、今月(5月)は110万件を超えています。何が契機になっているのかよくわかりませんが、これを自慢するつもりも毛頭ないのですけれども、少しずつ関心も高まってきつつあるのではないかと思っています。実際にそういうところでダウンロードしたりとか、実際に講座に参加したり、あるいは出前講座を呼んだりしてもらって、いろいろな注文を消費者庁にぶつけてもらって、それをフィードバックしていくような形で、徐々にやっていくのが一つのやり方ではないかと思っています。

今回の基本方針は、体系的にいかんかに教えていくか。今まで個別、個別で、場当たりの御批判も確かにありました。あるいは重複があったりするものですから、そこはやはり一つの共通認識といいますか、理解をつくっていこうということが一つの大きな柱だと思います。それを一つ、スタートして、また、いろいろな人たちとそこは連携して行って、教材も含めて、内容も含めて、特に地域でやっていく必要があると思っています。やはり地域が一番身近な、消費者教育の担い手が集まったり、あるいはお願いする場ですので、やはりそこへの支援というところで我々は頑張っていく必要があるだろうと、今、伺って思った次第です。

○河上委員長 創意工夫も大事ですけれども、最低のスタンダードといえますか、パッケージが幾つかあるとよいかも知れません。定食が幾つかあると、あとはオプションでいろいろおかずを選ぶこともできますけれども、日本人はどうもオプションで全部選ぶのは余り得意ではないので、定食メニューを具体的につくると意外にやりやすいかもしれないですね。

大体予定していた時間がまいりました。当委員会としては、修正された基本方針案について、後日、この日程でいくと6月11日の第123回の委員会を予定しておりますけれども、再度報告をいただいた上で、基本方針案に対する答申を行うことにしたいと思います。

消費者庁におかれましては、お忙しいところ、審議に御協力いただきまして、まことにありがとうございました。

《 4 . 消費者基本計画の検証・評価・監視について 》

○河上委員長 次は、「消費者基本計画の検証・評価・監視について」であります。消費者基本法においては、消費者政策会議が行う消費者基本計画の検証・評価・監視について、それらの結果の取りまとめを行おうとする際には、消費者委員会の意見を聞かなければならないとされております。このため、消費者委員会においては、計画の検証・評価及び見直しに向けての意見を本年の2月に発出するとともに、第119回から第121回までの計3回の委員会において、計画の改定素案の内容について、関係省庁からヒアリングを行ったところであります。本日は、関係省庁ヒアリングの結果等を踏まえて、消費者基本計画の改定素案等に対する消費者委員会としての意見を取りまとめたいと思います。資料3として意見案を配付しておりますので、事務局から説明をお願いしたいと思います。

○原事務局長 資料3をごらんください。消費者基本計画の改定素案の4月に示されたものですが、それに対する消費者委員会としての意見案をお示ししたいと思います。

当委員会は、消費者基本計画の検証・評価及び見直しに係る関係省庁の作業に先立つ本年2月26日に一度意見を取りまとめ、可能な限り改定計画に反映していただきたいというふうにしてきました。

今般、4月に示された計画の改定素案には、「消費者力向上の総合的支援」「地域力の強化」「消費者の信頼の確保」による3つの柱立ての下に、18項目からなる重点施策が新たに示されておまして、当委員会がこれまで指摘をした課題の多くが重点施策に反映されておりました。そういった従来からの具体的施策の見直しにも私どもの意見を一定程度反映されており、委員会としては、今般の計画の改定素案の内容については、総じて高く評価しております。

その上で、当委員会としては、この5月に計3回にわたって関係省庁等からのヒアリングを実施いたしました。その結果、また、委員間同士でも議論を進めまして、今回の計画の改定素案に対して、下記のとおり意見を述べたいと思います。関係省庁等におかれては、

下記の各項目についても検討の上、修正・追加等が必要なものについては計画の重点施策や具体的施策等に反映されたい。あわせて、本年2月26日付けの当委員会意見に盛り込んだ各項目について、再度検討を行い、同様の対応をとられたいとしております。

当委員会としては、本意見の計画への反映状況やその後の実施状況等について引き続き監視を行ってまいりたいと考えております。それらは必要に応じて、建議、提言等で反映していきたいと考えております。

「記」のところから具体的な意見案になります。

1 ポツといたしまして、「改定計画全般に関する事項」です。これについては2つ意見がございます。一つは、①の「総括的な検証・評価の拡充」ということです。改定計画とあわせて作成されている「施策別整理表」、電話帳ぐらいの厚さになっているものですが、これに計画の具体的施策に関する実施状況等が記載されておりますけれども、その記載内容については、施策ごとに濃淡があり、これまでの取組みの総括的な検証・評価としては必ずしも十分でないものも見受けられます。計画を起点とするPDCAサイクルを回していくためには、そういった濃淡があって具体的施策が書き込まれていないものは、検証・評価もしにくいというところがありました。不十分なものについては記載内容を拡充し、今般の計画見直し結果の根拠を十分に説明されたいと思います。

②といたしまして、「重点施策の実施工程の具体化」です。今般の改定計画で新たに盛り込まれた重点施策については、平成25年、平成26年と併記して、平成26年までの計画期間中の年度ごとの実施工程が明示されております。これは評価しておりますけれども、平成26年度のところが、概括的な記述にとどまるものが多く、当事者以外には取組み内容が判然としないのではないかとの懸念が残ります。この実施工程についても、より具体的かつわかりやすく記載されたいと思います。

2 ポツからは、個別政策に関する事項です。

(1) といたしまして、リコール情報の周知・徹底。これは、改定計画に盛り込まれた施策について、優先順位を明確化した上で取組みの速やかな具体化を図っていただきたいと考えております。

(2) が、自動車リコールについてです。こちらについては、再リコール事案における技術検証の的確な実施、並びに自動車メーカー等が行うリコール業務への監査等を通じた適切な確認・指導等の取組みを徹底されたいということで、これについては、年明け2回にわたりまして、個別の案件でヒアリングを行ったところです。さらに充実を求めたいと思います。

(3) が、食品と放射能に関するリスクコミュニケーションということで、信頼できる正確な情報を徹底的に開示することを取組みの基本とした上で、施策を推進していただきたいと思います。

(4) が、公共料金についてです。当委員会の下に公共料金等専門調査会を設置いたしました。こちらの調査審議の成果も踏まえて、公共料金決定過程の実質的な消費者参画

の確保、透明性の確保及び料金適正化の確保に向け、具体的なスケジュールを示しつつ、その取組みを強化していく旨を明記されたいということです。

どちらの省庁にというのは割愛して紹介しておりますけれども、ごらんになっていただきたいと思います。

(5) が、健康食品の表示等です。これについては、当委員会でのこの1月に「『健康食品』の表示等の在り方に関する建議」を取りまとめたところですが、健康増進法、景品表示法等の執行強化に向けた取組み。それから、機能性の表示を検討する場合には、適切な科学的手法による機能性の評価、正しい情報提供及び十分な消費者理解を確保するものとされたい、としております。

(6) が、消費者教育・啓発です。今もお話をしていたところですが、①といたしまして、現在、政府が策定を進めている「消費者教育の推進に関する基本的な方針」、これに基づく取組みを改定計画にも位置づけるとともに、基本方針案には盛り込まれなかった具体策についての検討スケジュールを、可能な限り明確化されたいと考えております。

②といたしまして、基本方針の策定を受けて、今後、各地方自治体等において「消費者教育推進計画」の策定や、地域協議会の設置・運営等の取組みが本格化していくと考えておりますけれども、地方消費者行政の充実・強化策との連携を図りつつ、国が地方自治体等における取組みを積極的に支援する旨をより明確に記述されたい、としております。

(7) が、地方消費者行政です。これについても、今、当委員会のもとに地方消費者行政専門調査会を設置して審議を進めておりますけれども、現況調査のさらなる分析、国・都道府県・基礎自治体の役割分担に関する調査審議を進めておりますけれども、その成果を踏まえ、地方消費者行政が中期的に目指すべき姿や、国からの支援のあり方について引き続き検討されたいとしております。

(8) が、エステ・美容医療についてです。これにつきましても、①と②にございますけれども、「医療機関のホームページに関するガイドライン」の遵守状況について、一定の改善が見られない場合には、美容医療機関等のホームページにおける表示を医療に関する広告とみなすなど、法規制を含めた表示適正化の実効性を担保するための措置を検討する旨を明確に記述されたい、としております。

②といたしまして、美容医療サービス等における消費者への事前説明ですが、これは、同意に係る消費者トラブルの実態把握と分析を速やかに実施するとともに、必要に応じ消費者庁と協力しつつ、美容医療サービス等に係る事前説明の内容やその方法を具体的に示した指針の策定について検討する旨を明確に記述されたい、としております。

なお、本件については、当委員会において引き続き検討を進めてまいりたいと思います。

(9) といたしまして、詐欺的投資勧誘対策ということで、①といたしまして、金融商品取引法、刑法、特定商取引法、消費者安全法等の執行力の強化をお願いしたい。それから、携帯電話不正利用防止法、犯罪収益移転防止法、振り込め詐欺救済法の運用強化等、こうした詐欺的投資勧誘に使われている犯罪ツール対策を強化することを明示していただ

きたいと思っております。

②といたしまして、特定商取引法についてということで、本日も前段で議論いたしましたが、指定権利制を含む諸課題の検討を進められたい、としております。

なお、本件についても当委員会において引き続き検討を行い、意見表明を行う予定としております。

(10)が、有料老人ホーム等ということで、①といたしまして、入居一時金については、想定居住期間等の実態を把握し、償却についての透明性をさらに高めるための方策について、早期に検討を進める旨を明記されたい。

②といたしまして、有料老人ホーム等におけるスプリンクラー等の消防用設備等の設置の実態を踏まえた検討を速やかに行い、必要な対策を講じられたい、としております。

(11)は住宅リフォームです。住宅リフォームについては、工事の請負契約を締結するに際して、内訳を明らかにした見積りを実施し、見積書を交付することについて、義務化することも含めて検討されたい。

②といたしまして、リフォーム瑕疵保険制度の普及への取組みをさらに強化されたい、としております。

(12)が、情報通信分野における個人情報保護です。これについては、新しい課題になってまいりますけれども、事業者がパーソナルデータ（個人に関する情報）を取得する際には消費者から適正な同意を得ること、また、取得した情報を匿名化して利用・流通させる場合には、それが個人情報保護法上の個人情報には該当しないという点をモニターし、担保することが重要である。それらの実効性を担保する仕組み等についても、関係省庁が連携を図り、個人情報保護法の在り方の見直しを含め、さらに検討を進められたい、としております。

3ポツといたしまして、「今後の課題」ですが、(1)と(2)がございます。(1)は「新計画の策定に向けた基本的な検討への着手」ということです。現行計画の期間は5年計画でしたので、平成26年度末までとなっており、切れ目なく消費者行政を推進させるためには、平成27年3月末までに新計画を策定することが必要となってまいります。消費者庁及び消費者委員会の発足後2回目となる新計画を充実した内容とし、中長期的に消費者行政を強力に推進していくため、今般新たに盛り込まれた重点施策、消費者白書の内容等を踏まえつつ、新計画の策定に向けた基本的な考え方や進め方等についての検討を早期に開始されたい、としております。

(2)が「より実質的かつ効果的な検証・評価のあり方の検討」ということで、現行計画の最終年度となる来年度に行う計画の検証・評価作業は、現行計画の成果を総括し、新計画の策定に向けた検討を行う上で極めて重要となります。今般作成された「施策別整理表」の書式については、施策の実施状況の報告が主目的となっており、成果や課題等についての検証を行うことについては、PDCAで回っていたかどうかというのを見るのが非常に難しいものもございましたので、その辺りを配慮していただいて、来年度の作業に向けて、

より実質的かつ効果的な検証・評価を行うための手法について十分に検討していただきたいと思います。

たくさんの方の施策がありますので、ヒアリングできる項目というのは非常に限られておりますので、実際の「施策別整理表」の工夫をお願いしたいと考えております。

ちょっと長くなりましたけれども、一応、案ということでお示しいたしました。

○河上委員長 ありがとうございます。

それでは、御意見のある方は発言をお願いします。

山口委員長代理、どうぞ。

○山口委員長代理 せっかく村山課長がおいでになっているので、今、原事務局長から述べた項目を是非基本計画に盛り込むように、より一層御尽力をいただきたいと思います。その関係で幾つかありますが、一つは、(8)のエステ・美容医療の関係です。これは、厚生労働省だけに対する課題ということになってはいますが、先般の基本計画の見直しで厚生労働省においでいただいたときにお話しした内容から言って、事前説明、その他の関係で、契約問題についてはむしろ消費者庁マターではないかという厚生労働省の発言もありました。これは繰り返して出てくる発言ではあります。そういう点からすると、私どもは厚生労働省マターだと思っています。

しかし、契約関係の適正化、その他の消費者トラブル抑止という視点から言うと、厚生労働省にお任せしていたら余りきちんと進まないのではないかという感じもするのです。むしろ消費者庁のほうも積極的にこの問題にかかわっていく必要がある。そういう意味では、①、②の次に③で、上記2点について、消費者庁としても積極的に厚生労働省と協力し、消費者及び受診者の利益確保の点から改善を図るとか、そういうことが言えないのかと聞きたいところであります。

それと、非常に重大なところとしてあるのが、特定商取引法の関係で、消費者委員会ではいろいろ検討した結果、ここには9項目の②として、特商法について、結論としては「検討を進められたい」と、こういう話でとどめたわけです。実は消費者契約法については、消費者契約法について、民法改正作業と絡めて検討していくということがはっきり書かれています。これは私は前進として評価できると思います。消費者契約法の実体法改正について、民法改正とも絡めながら積極的にやっていきますということで、それは基本計画に書かれていますので、是非、それはそれとしてやっていただきたい。

ところが、特定商取引法はどうなっているのかと思って見ますと、消費者被害の発生状況を把握し、特定商取引法の規定の施行状況について検討を行いますと表現されています。施行状況の検討をしている段階ではないだろうと思います。私に言わせれば、先ほど、指定権利制の問題について少し議論しましたが、特商法のすき間をねらってさまざまな消費者被害が起こっていることは紛れもない事実です。しかも、5年後見直しの附則もあるわけですから、実態を調査しますという、そういう状況ではないことは明らかなので、少なくとも消費者委員会のほうで書いているような、「諸課題の検討を進める」ぐらいのこと

は盛り込んでほしいと思いますが、それについてどういう状況になっているか、伺いたいと思います。

○河上委員長 どうですか。今、村山課長から何う場面かどうかちょっと迷いますけれども、何か御意見はございますか。

○消費者庁村山消費者政策課長 今、2点提案いただいたと思います。一つはエステ・美容医療の件でございます。先般、私も若干発言いたしました、委員会での御議論があったかと思えます。それが基調ということになるのかと思えます。

消費者庁といたしましても、実際に何らかのすべきことがあるとすれば、もちろん、してまいりたいと思えますし、これまでも厚労省の会議にオブザーバーで参加するとか、そういったことを通じてこの問題にも取り組んできたと思えますし、その点は山口委員長代理からこれまでも御指摘があったことだろうと思えます。この問題に関して関心を持って臨んでいくことは、委員会とほぼ同じだと考えておりますし、まさに監視機能を発揮していただくところが委員会の機能だと思いますので、委員会と連携を取って進んでいくということかと思えます。

特定商取引法の件に関しましては、先ほどの議論に私は参加していないので承知していないところでございますけれども、消費者庁としての考えに関しましては、5月7日の会議でも考え方はお話をしたと承知しております。

○山口委員長代理 見直しの工程には入れないのですか。実態解明だけではなくて、法律の在り方についての検討に入ります、というようなことは入れないのですか。

○消費者庁村山消費者政策課長 そのところは、5月7日だと思いますが、担当から説明したと思えます。こちらに書いてある御指摘に関してということですね。4ページの②。

○山口委員長代理 例えば特商法については、もちろん指定権利制の問題もありますが、例えば適用除外が今のままでいいのか、あるいは、インターネット取引被害について、何らかの形で改善等を考えなくていいのかとか、幾つか見直しの議論があると思うのです。その辺は、ただ実態を解明しますとか、調べますというのではなくて、特商法の在り方について見直しますと。別にどこをどうしますなんて約束しなくても構いませんよ。ただ、少なくとも特定商取引法が今のままでいいのかどうか、その検討に入りますぐらいのことは基本計画の中に盛り込む必要があるのではないかと思います、どうでしょうか。

○消費者庁村山消費者政策課長 今の素案では、まずは実態について調査をしようと政府としては考えているというところであります。他方で、インターネットの問題などいろいろあると思えますので、それは特商法に限らず、この委員会を通じて、消費者庁としても検討していくべきなのかなと考えております。

○河上委員長 今、山口委員長代理から出てきましたけれども、すき間に落ちているものがどうしてもあるので、その部分について、消費者庁と協力して美容医療に関してはやっていただきたいというのが消費者委員会の意見です、消費者庁としても、それはそういうつもりで取り組むというお話だったので、その辺を文章の形で書き込めないかというこ

との御指摘だろうと思います。特商法の見直しも随時やっていらっしゃることではあるかと思いますが、それも実態を調査するだけにとどまらないで、法改正もにらんだ検討をするという言葉があるかないかで、随分違ってくるのではないかという意見なので、その辺も考えていただければありがたいと思います。今、やらないというふうにおっしゃるつもりはないと思いますので、検討していただければと思います。

ほかにはいかがですか。細川委員、どうぞ。

○細川委員 事あるごとに消費者政策課長にお越しいただきますけれども、消費者庁ができたときに、消費者政策課というのはおもしろい名前だなというふうに思いましたが、逆に言うと今までなかった課ですね。まさに消費者庁が司令塔であるという、その部分での役割が消費者政策課と消費者制度課なのかなと思います。この2つがあるというのもおもしろいのですけれども、新しい制度とか、新しい法制度をつくる時は消費者政策課が担当していますね。今ある政策のエンフォースメントだとか、不十分なところを各省庁と調整してよりよいものをつくろうと、そういう位置づけが消費者政策課にあって、そこでの一番のコアが消費者基本計画だと思います。

昔、経企庁とか内閣府は、ホッチキス官庁などとやゆされて、各省庁が出してきたものを綴じるだけみたいなことも言われましたけれども、消費者庁というのは司令塔としての役割なわけですから、山口委員長代理から指摘があったようなところを踏まえて、是非イニシアチブを取っていただいて、実効性確保というその部分で是非頑張っていただきたいと思います。ともすれば作文で終わってしまって、なかなか進まない。延ばし延ばしになってしまうところもありますので、その辺はしっかり見ていただいて、本当に不十分な部分、美容医療もそうですし、詐欺的な投資勧誘みたいなものもそうですし、たくさんありますけれども、是非そこはイニシアチブを取ってやっていただきたいという意味で、お願いです。

○河上委員長 特にお答えいただくことはないですね。ほかによろしいですか。

先ほど、山口委員長代理から、エステ・美容医療に関して、消費者庁の協力ということも含めてもらえないかという御意見もございました。

どうぞ。

○原事務局長 よろしいですか。一応、書いてはあるんですね。3ページの(8)の②の3行目のところに、「必要に応じ消費者庁と協力しつつ」という文章は入っていますが、これよりもっと強くでしょうか。

○山口委員長代理 できれば、「必要に応じ」というのは取っていただけませんか。必要があることは明らかなので。

○原事務局長 そうですね。では、これは案ですから、それを取った形で。

○河上委員長 そこは取るという方向で考えましょうか。

○原事務局長 はい。

○河上委員長 それでは、ただいまの御意見を踏まえて修正を検討してみることにいたし

ます。修正の字句の出し方については、委員長一任でお願いできますでしょうか。

(「はい」と声あり)

○河上委員長 それでは、私のほうで原案を整えた上で、消費者庁長官及び関係省庁宛てにこの意見を提出したいと思います。

なお、追加的にひと言申し上げます。現在、政府において、健康食品の機能性表示を可能とする仕組みやビッグデータビジネスの関係で、匿名化された情報の利用制限の見直しについて検討がなされていると承知しております。本意見で述べておりますとおり、健康食品の機能性の表示を検討する場合には、適切な科学的手法による機能性の評価、正しい情報提供及び消費者理解を十分確保すること。さらに、情報を匿名化して利用・流通させる場合には、それが個人情報保護法上の個人情報には該当しないという点をモニターして、この点を担保することが重要であって、これらの検討を進めるに当たってはこの点を十分踏まえていただければと思います。これは基本計画に対する意見云々というよりも、むしろ委員会の立場表明として、以上のような御意見を申し上げたいと思います。

それでは、きょうはありがとうございました。

《 5. その他 》

○河上委員長 「その他」に入ります。第8回の地方消費者委員会（札幌）の実施報告です。去る5月25日（土曜日）に札幌で開催させていただきました。当日参加されました夏目委員から、実施報告をお願いできればと思います。

○夏目委員 それでは、お手元の資料4をごらんください。第8回の地方消費者委員会（札幌）は、5月25日の13時30分～16時30分まで、北海道庁赤れんが庁舎2階2号会議室で、消費者委員会、一般社団法人北海道消費者協会、適格消費者団体・NPO法人消費者支援ネット北海道、そして後援に、北海道、札幌市、一般社団法人札幌消費者協会をいただき、88名の参加を得て実施いたしました。

当日の内容、プログラムは、そこにお示しのとおりでございます。

まず、公開シンポジウム「製品安全について」ということで、基調講演、「消費者委員会の活動と製品安全」を、河上委員長からお話をいただきました。

続きまして、「北海道における消費者行政の現状と取組み」について、北海道環境生活部くらし安全局消費者安全課長の近藤隆様からいただきました。次に、「消費者事故未然防止のための情報周知徹底に向けた対応策についての建議」を夏目がいたしました。次に、消費者庁消費者安全課長の宗林さおり様から、消費者庁における製品安全の取組みについて、御報告をいただきました。

この後、パネリストに、北海道立消費生活センター商品テスト部長の梅田裕幸様、消費者安全課長の宗林さん、夏目、そして、公益社団法人消費者関連専門家会議専務理事の長谷川公彦さん、適格消費者団体・NPO法人消費者支援ネット北海道専務理事、道尻豊さ

ん、コーディネーターに消費者委員会事務局長の原早苗さんをコーディネーターにしてパネルディスカッションを開催し、最後に、消費者委員会の河上委員長から総括コメントをいただいて終わったところでございます。

次のページでございます。パネルディスカッションの概要で、テーマは3つございまして、「製品の事故情報がうまく集約されているか」「事故の分析ができているか」「消費者に情報が伝えられているか」を軸に論議を行ったところでございます。

パネリストからの主なコメントはそこに記載のとおりでございますけれども、製品事故に関するリコール情報に対する消費者の関心は非常に高まってきていることは、参加者の御発言からもうかがえたところでございます。2月に建議を消費者委員会を出しまして、その後、前後して、リコール製品が重大事故を起こして死亡事故にまで発展したという例の商品がありましたし、さらに最近では、63年くらいに発売された電気こんろのリコールもされております。また、きょうは、シャワートイレの事故が起こりやすいという話がNHKで報道されていたこともありまして、非常に関心が高いということは感じたところでございます。関心が高いのですけれども、では、的確なリコール情報が必要な人にきちんと届いているかという、なかなかそこは難しいということが皆様のところでも上がってまいりました。

したがって、きょうの基本計画に対する素案でも、2の(1)、個別のところの最初に、リコール情報の周知・徹底というところも消費者委員会として記載しておりますけれども、きちんとリコール製品であるということが消費者に伝わること、伝えること。それは企業が非常に取り組んでおりますし、リコール情報の一元化は、消費者庁に一元化されてポータルサイトで掲示されていますけれども、消費者は、そこにリコール情報が入っていることをほとんど知らないというのが、委員会の調査からもわかっております。やはり、もう少し消費者に届けるための工夫が必要ではないかということが明らかになってきたところでございます。

一方、リコール情報を受け取る消費者の側にもやはりきちんと教育が必要だということで、つまり、企業ももちろん取り組む、情報を、官庁や企業やさまざまなところで一元化して、わかりやすく伝える努力をすると同時に受け取る側への教育。消費者教育推進法が始まっているわけでございますので、これを機に一生懸命そちらのほうでもやって、両輪がうまく稼働していかないと、消費者事故、リコール製品による事故もなかなか減らないのではないかと、河上委員長の最後の総括のコメントをいただいたところでございます。

とてもおもしろかったといいますか、こういう方法もあるのではないかと、3ページにありますけれども、フロアからの質問・意見の4つ目のところです。先ほどのビッグデータの使い方のところ、それがターゲティング広告に使われていることが多いのですが、流通事業者なり販売事業者は顧客情報を持っているので、その顧客情報を逆に使って、ターゲティングリスク広告というのも可能ではないかという委員長からの御意見もあ

って、もちろん個人情報保護という上のございすけれども、こういった案が出てきたというところも皆さんの関心があるところだたのではないかというふうに思います。委員長が、100%安全なものはない。リスクゼロではないということ。それから、製品は出したときから劣化し始めるわけです。経年劣化が始まっているわけですから、メンテナンスが必要で、そこに消費者もきちんと目配りをする必要がありますねということで、もちろん学校教育も必要ですし、消費者教育も必要です。

そしてもう一つ、リコール情報を集めていくときに、医療機関のネットワークから入ってくる情報が非常に有効だということ、消費者庁の宗林課長がおっしゃっていました。そのところに行政はより力を入れていっていただけるとありがたいというような、さまざまな御意見をいただきながら、とても充実した内容で地方消費者委員会を閉じました。

以上、簡単でございすけれども、御報告させていただきます。

○河上委員長 どうもありがとうございました。

事務局長、何かありますか。

○原事務局長 88名というたくさんの方々に参加いただき、それから、消費者団体、事業者団体、行政の方と参加者も多様な方々がおられたので、会場との意見交換も非常におもしろかったという感じはいたしました。

○河上委員長 ありがとうございます。よく晴れて、桜が咲いていたりして、赤れんが庁舎という北海道の庁舎、あれは記念建物なのでしょうか。非常に由緒ある建物で、緊張しながらやらせていただきました。

それでは、本日の議題は以上でございす。

お忙しい中、審議に御協力いただきまして、ありがとうございました。

《 6 . 閉 会 》

○河上委員長 最後に、事務局から、今後の予定等について説明をお願いいたします。

○原事務局長 次回の消費者委員会は、6月11日（火曜日）の16時からを予定しております。

議題につきましては、決まり次第、御連絡を差し上げたいと思います。ホームページにも御案内を差し上げたいと思います。

以上です。

○河上委員長 それでは、本日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、まことにありがとうございました。