

消費者基本計画の検証・評価・監視に係る関係省庁ヒアリング
消費者委員会委員からの意見・委員長まとめ（概要）
（第134回、第135回、第137回、第138回、第140回委員会本会議）

平成26年1月
消費者委員会

（ ）：委員からの主な意見、（ ）：委員長によるまとめの発言、（ ）内はヒアリング対象省庁等）

【消費者基本計画全体】（消費者庁）

来年度は現行計画の最終年度に当たるので、次回の見直しに当たっては、計画の初年度である平成22年度からの全体的な評価を行うとともに、同時並行的に次期計画の策定に向けた準備を行う必要がある。次期計画においては、現行計画で十分な進捗が見られなかった分野への対応を含めて、消費者政策を推進するための新たな仕組みを検討することが必要ではないか。

計画の重点施策の選定基準を明確化するべきではないか。また、計画の進捗状況の検証・評価については、メリハリをつけた形で行うべきではないか。

ルールや制度の整備が必要なものと、運用で対応できるものを明確化することが必要ではないか。また、可能なものについてはゴールのイメージを示すことが必要ではないか。

新計画の策定に際しては、施策の達成目標を設定し、客観的で分かりやすい基準を導入する等、予め達成状況の検証・評価を行いやすい仕組みとするべきではないか。また、パブコメについてもより有効な意見を書きやすい形式に変更すべきではないか。

消費者基本計画は、関係省庁における消費者政策の計画的な推進を図る上で重要な仕組みであり、計画を起点とするPDCAサイクルを実効性のあるかたちで実践していくことが必要である。当委員会としても関係省庁ヒアリングを通じて各施策の進捗状況についての検証・評価をしっかりと行い、必要な意見を述べていきたい。

現行計画の計画期間は平成26年度末までとなっており、消費者行政を切れ目なく推進するためには、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る。このため、現行計画の見直しと同時並行的に新計画の策定に向けた検討を進める必要があるが、それに当たっては、高齢化や情報化、国際化のさらなる進展など、日本の経済社会の中長期的な姿を見据えつつ、そのなかで必要となる消費者政策のあり方について、しっかり議論していく必要がある。

消費者庁からは、消費者委員会に諮問を行うことも含め、両者の連携の下で検討を進めたい旨の説明があったが、当委員会としても、できる限りの協力をしたい。当委員会として実質的かつ十分な調査審議を行うためにも、できるだけ早く新計画の策定に向けた基本的な考え方や進め方等を提示していただきたい。

【事故情報の一元化等（施策番号 2,3,4,5・6,7,12）】（消費者庁、厚生労働省）

美白化粧品による白斑問題については、お客様相談窓口を含めた販売後の安全管理、情報収集、評価のあり方等が適切であったのかが問われている。厚生労働省が設置した研究班において改善策を検討する際には、こうした視点でも検討してほしい。

化粧品は、店頭でアドバイザーから購入するケースが多く、販売店等で早めに事故情報が入っていた可能性はあるので、流通事業者からも情報提供がなされるような対応の強化を検討いただきたい。

医薬部外品の性質に即した規制のあり方について検討いただきたい。承認までの検証のみでなく、市販後調査のあり方や、医療機関等の関係者による情報提供面での協力体制などについて検討が必要なのではないか。

医療機関ネットワークが当初の 13 機関から現在は 24 機関にまで増えたが、余りにも数が少ない。事故情報を通知することは、医療機関の社会的な責任であり、特に国立病院、自治体の公立病院、大学の付属病院等の公的な医療機関については、具体的に働きかけていただきたい。

関係省庁からの情報の入り具合が必ずしも完全ではない要因として、報告すべき情報かどうかの理解や認識に違いがあるとのことだが、各省庁からの協力を得られやすくするため、どうすれば乗り越えられるか、具体策を検討いただきたい。

白斑問題は、被害情報が表になかなか出てこなかったメカニズムがどこにあるのかを踏み込んで検討する必要がある。原因究明、再発防止策の検討については、さらに進めていただきたい。これらの検討は、厚生労働省の研究班で進めるとのことなので、委員会としても十分注視していきたい。

消費者庁、厚生労働省をはじめとする関係省庁においては、事故情報が早期に収集されるための工夫について、引き続き取り組んでいただきたい。また、情報収集後の分析、スクリーニングの方法についても、「消費者問題である」、「消費者事故である」ということをかぎ分ける感度を高めるために、今後とも改善に努めていただきたい。

【エステ・美容医療サービス（施策番号 39,39-2,39-3,153-3）】（厚生労働省）

「医療機関ホームページガイドライン」や「医療広告ガイドライン」の実効性について、検証・評価をきちんとすべきではないか。

改善が見られたかどうかは、ホームページをチェックすれば把握できるはず。独自に数字を把握されないのであれば、例えば、国民生活センターに寄せられる相談件数が全く減らない場合には、改善が見られないとして、法改正に踏み切ることなどを考えるべきではないか。

医療機関のホームページが広告にあたるかどうかについては、これだけ情報技術が進んだ状況においては、形式的な基準だけで判断することは難しい。社会的な影響力や利用者の利用の容易さ、利用の態様などを考えていく必要があるのではないか。

消費者が医療広告について問い合わせる窓口の設置や、ホームページが広告に該当するかどうかを判定する第三者機関を設けるなど、法改正も含めて検討してはどうか。

厚生労働省と国民生活センターのADRの現場との間で、医療機関名公表の判断基準などについて情報交換をすべきではないか。

まつ毛エクステンションについて、今後、教育プログラムを修了した人と修了せずにやっている人がいるにもかかわらず、その情報が知らされないのであれば、消費者としては不安。

厚生労働省が考えている広告の概念が果たして十分なのか、再度検討していただきたい。

「医療機関ホームページガイドライン」及び「医療広告ガイドライン」の遵守状況について、その検証・評価を具体的・継続的に実施していただきたい。そして、ガイドラインの実効性が担保されないのであれば、法律改正を含めた何らかの措置を検討していただきたい。

医療機関のホームページの監視については、指導権限を持つ保健所に対する厚生労働省による支援の在り方等について検討していただきたい。

美容医療サービスを利用する消費者、患者に対する説明責任に関し、今般、新たに発出された通知については、これを遵守しようとする医療従事者及び現場で指導等を行っている保健所等にとって、戸惑いのない、具体的な内容となっているのかについて、当委員会として懸念すべき点もある。具体的なQ&Aの作成や具体例の提示等、さらに踏み込んだ工夫を行うことについて検討していただきたい。

まつ毛エクステンションに係る教育プログラムと消費者への情報提供を適切に実施していただきたい。卒後の再研修も含め、教育プログラムが広く実施されるよう尽力していただきたい。

【特定商取引法（施策番号 41,43,44-2）】（消費者庁）

特定商取引法のいわゆる「5年後見直し」について、日ごろ法律を執行する立場からみた問題意識や課題等を整理した上で、できるだけ早期に見直しに向けた体制やスケジュールを明らかにすべきではないか。

訪問購入に関する相談内容について、問い合わせと苦情の区分けを含めて、できるだけ詳しく分析し、公表すべきではないか。あわせて訪問買取に係るクーリングオフの実効性（分かりやすさ、使い勝手等）についても、相談現場の声を把握すべき。

自動車の買取業界に自主規制団体を設立する動きが出てきていることは評価されるが、団体に所属しないアウトサイダーによる問題を防ぐため、できるだけ多くの事業者をカバーし、実効性のある規制が行われるよう留意すべきではないか。また、団体に加盟している事業者と消費者との間でトラブルが生じた場合には、団体がADR的な機能を担うことも検討されるべき。

今後、高齢者が自動車を手放すことが増えることから、高齢者がトラブルに巻き込まれることを防ぐための方策を十分に講じるべきではないか。

自動車以外の適用除外品目についても十分な実態把握を行うべきではないか。金券を使った交換によるトラブルがかなり発生しているとの声があることから、訪問購入については金銭だけでなく、金券その他の有価証券による交換まで適用範囲を広げることが必要ではないか。

「5年後見直し」については、高齢化やIT化等の社会状況の変化を踏まえた網羅的な検討が必要になると思われる。早急に消費者被害の実態把握と課題の整理をしっかりと行った上で、必要な対応を検討していただきたい。その際、当委員会の建議を踏まえ、指定権利制の廃止についても検討していただきたい。訪問購入規制については、規制導入による効果や適用除外分野における被害発生状況等の実態把握・検証を引き続きしっかりと行い、新しい情報があれば当委員会に報告していただきたい。

【商品先物取引における不招請勧誘禁止規制（施策番号 47）】（金融庁、経済産業省、農林水産省）

（ 当委員会が平成 25 年 11 月 12 日に発出した「商品先物取引における不招請勧誘禁止規制に関する意見」を踏まえた対応についてヒアリング）

不招請勧誘禁止規制については、司法の判断、国会の議論の経緯及び全国から多数寄せられている撤廃に反対する意見書・要望書等を十分に重く受け止めた上で検討すべき。

ぜひ、被害者の実態をしっかりと見ていただきたい。仮に、規制緩和を行う場合、

再び被害が拡大することがないという確証が得られることについての証明責任は、規制緩和の判断をする側にある。

OECD の調査等では、日本人の金融リテラシー とりわけ複雑な金融商品を含めた投資に対する知識 のレベルは非常に低いとの結果が出ており、代替的な措置や適合性の判断以前に、金融に関する消費者教育をしていくことが大切である。また国民の金融リテラシーのレベルがそこまで達してないのに、なぜ緩和するのか。

総合取引所における商品先物取引について、電話勧誘や訪問販売によるビジネスモデルを展開し、市場取引を少しでも増やそうという発想そのものが、おかしいのではないか。

消費者と投資を意図している投資家とは、区別しないといけないのではないか。初期の投資以上に損失が出るようなリスクの高い商品への投資について、高齢者の「命がね」がその原資となるような状況が本当によいと思っている人は誰もいないのではないか。

不招請勧誘禁止規制を緩和しても、高齢者等への消費者被害が再燃しないということについて、その確信を得るだけのデータがないにも関わらず、自主規制等を組み合わせてやっていけば何とか大丈夫だろうといった考え方で果たしてよいのか。

商品先物取引における不招請勧誘禁止規制は、非常に長い間にわたる国会審議を経て導入されたものであり、先人の努力によって積み重ねられてきたもの。このような先人の努力の賜物をここで無にしてしまうことが、どれほど重い意味を持つかということをよく考えていただく必要がある。

数多くの消費者団体や弁護士会から意見書が届いている現状を踏まえれば、当委員会としては、規制による保護の水準を現状よりも後退させることはあってはならないと考えている。

また、既存の商品取引所における取引と総合取引所における取引との間で規制水準にギャップが生じた場合、両方とも緩めてしまえという議論になることを大変憂慮している。

商品先物取引における不招請勧誘禁止規制については、当委員会の以上のような問題意識を十分考慮した上で、慎重に検討を進めてほしい。

【金融商品取引（施策番号 48,60,62）】（金融庁、警察庁）

そもそも人員不足など第二種業者に対する検査体制が脆弱で、トラブル防止効果が期待しづらい。

高齢者に対する勧誘に関し、適合性原則違反による損害賠償を命ずる判決が相次いでいるのは、適合性原則の実効性が上がっていないということではないの

か。

適合性原則に関するガイドラインについては、これを作れば大丈夫という問題ではない。実効性のある措置が執れないのであれば、不招請勧誘の禁止ということにならざるを得ないのではないか。高齢者の特性を踏まえた、実態に即した監督が必要ではないか。

クラウドファンディングについては、株式型は第一種登録業者なのである程度安心できるところがある。他方、ファンド型は第二種登録業者であるが、第二種登録業者は協会への加盟率が極めて低いこともあり、自主規制が働かないのではないか。

第二種金融商品取引業者及び適格機関投資家等特例業務届出業者に係るいわゆるファンドへの出資等に関する消費トラブルについては、無登録業者に対するものも含め、関係省庁における一層積極的な法執行や監督体制の強化による被害防止対策を検討していただきたい。

金融商品取引に係る適合性原則については、できるだけ実効性のある形で行政的な監督を行い、被害の減少につながるように運用してもらいたい。

クラウドファンディングについては、消費者保護の観点から見たときに、どういう形でルールを整備すべきかという点についても、十分な検討がなされることを期待したい。

金融取引については、今後も当委員会として十分注視した上で調査審議を進めてまいりたい。

【公共料金等（施策番号 67-2）】（消費者庁）

物価の便乗値上げを監視する際、募集した物価モニターだけではなかなか難しいと思われる。各地方自治体の物価モニターの活用・連携を検討してはどうか。地方自治体とよく情報共有し、国と地方自治体をあわせて最大の効果が出るような仕組みをつくるべきではないか。

これまでに行った電気料金の審査を通じて、電気料金の分野では人件費等の原価の算定について非常に厳しい物差し・相場ができた。今後の電気料金の値上げ認可申請においても、それは必ずクリアするようチェックしていくべき。その他の公共料金についても、電気料金でできた水準でチェックしていくべき。

公共料金等の妥当性の継続的な検討等として、原価が下がっている可能性のある公共料金等については、別途の機会に検証した上で、しかるべく値下げを要求していくべき。

消費税率の引上げに伴い、公共料金等の引上げ改定が行われる際は、税負担の円滑かつ適正な転嫁が基本になるということだが、特に公共料金等については、消費者等の関心も高いことから、消費者に十分な理解が得られるように、

わかりやすい説明に努めていただきたい。また、そのほかの生活関連物資等についても、便乗値上げが行われないように物価モニター調査等を通じてしっかりと監視をしていただきたい。

中部電力による家庭用電気料金の値上げ認可申請については、これまでの事例と同様に、消費者の視点を踏まえて厳正に対処していただきたい。

公共料金の決定過程の透明性や、消費者参画の機会の確保、料金の妥当性の継続的な検証等の中長期的な課題については、当委員会の建議、提言事項に対する関係省庁の取組み状況を委員会としてしっかりと注視してまいりたい。

【消費者教育（施策番号 87,87-2,90,92,93,94,95,96,97,98）】（消費者庁、文部科学省）

自治体によっては、消費者教育推進法及び基本方針についての情報が埋もれてしまって十分に認知されておらず、その内容が教育現場に浸透していないとの印象を受けている（特に市町村）。教育現場への更なる周知徹底が必要ではないか。

消費者教育は、食育や環境教育等とも関係するため、省庁内の関連部署はもとより、関連省庁間での更なる連携に努めていただきたい。

基本方針の「今後検討すべき課題」について、小委員会で検討を行うに当たっては、課題毎のスケジュールを予め想定した上で、できるだけ早急に進めていただきたい。

消費者教育の推進について、効果の検証をきちんと行う必要があるのではないか。また、イメージマップや教材の活用状況についても検証していただきたい。

消費者教育については、消費者教育推進法に明記された「消費者市民社会」の形成に向けて、多様な担い手の積極的・有機的な参画・連携を促し、国民に広く展開・定着させていただきたい。特に、法律が施行され、基本計画が策定されたばかりである現段階では、国が責任を持って、消費者教育推進法や基本方針の趣旨を周知・徹底させ、各関係者の連携を強化するための実効的・具体的な施策を推進していくことが重要である。

消費者庁、文部科学省におかれては、より一層の連携を深めるとともに、特に地方公共団体における消費者行政担当部局と教育委員会との連携が推進されるよう、努めていただきたい。

学習指導要領の改訂や教科書の検定など、様々な機会を捉えて、学校教育の場に消費者教育を定着させるための工夫を行っていただきたい。また、イメージマップについては引き続きその充実を図り、少しでも子どもたちに良い教材が提供できるように努力していただきたい。

【地方消費者行政（施策番号 121・122）】（消費者庁）

地域の見守りに関しては、既に福祉分野等でネットワークが構築されており、検討されている「消費者安全の確保のための地域協議会」については、先行する既存ネットワークを所管する関係省庁とも十分に連携した上で進めていただきたい。

地方に対する財政支援について、PIO-NET の入力事務費用の国庫負担など、引き続きご検討いただきたい。何らかの形で、恒常的な財政支援等を行っていく方向で検討していただきたい。

「消費生活相談員」に関しては、新しい資格制度の創設や、都道府県への「特定消費生活相談員（仮称）」の設置義務付けについて、地方の相談現場で混乱が生じないように、自治体や相談員の意見をよく踏まえて検討していただきたい。

当委員会の建議でも述べたとおり、地方消費者行政の体制強化のためには、地域ネットワークの構築などの「地域力の強化」が重要。「消費者安全の確保のための地域協議会」については、実効性が担保されるよう、既存のネットワークの活用を図るなど、現場が無理のない形で実施できるよう検討していただきたい。

また、国からの財政負担の在り方について、国庫負担金や補助金等を含めて幅広く検討を行い、必要な措置を講じていただきたい。

相談員資格に関しては、現場の自治体や相談員の理解を得られるように丁寧な対応をお願いしたい。

【インターネットによる財産被害（施策番号 153-2,171）】（消費者庁）

消費者庁越境消費者センターへの相談は模倣品に関するものが全体の半数近くを占める。消費者基本計画に「知的財産権の適正な保護」を加えてはどうか。決済代行登録制度は任意の登録制度であるため、問題のある事業者ほど登録しないといった問題があるのではないかと。運用の効果等について、どのように評価しているか。

- 決済代行登録制度、消費者庁越境消費者センターは時限的・試験的に民間委託している事業である。今後の運用について、民間の自主的な取組に委ねるのか、消費者庁の関与を継続するのか等、具体的なスケジュールを示していただきたい。
- 中国からの模倣品に関しては、SNS を使ったトラブルが多く、消費者庁のウェブサイト上の消費者啓発だけでは被害抑止は難しいのではないかと。インターネットを活用した効果的な対策を考える必要がある。
- 相談の現場では、決済代行が介在するため、抗弁の接続がうまくいかないこと

が多いと聞く。割賦販売法等により、決済代行の法的な位置づけをはっきりさせてはどうか。

決済代行業者登録制度の今後の運用のあり方の検討、決済代行業者の実態の把握に努めていただき、問題点が明らかになれば、制度的な対応の必要性について検討いただきたい。

インターネットによる財産被害事案においては、悪質な事業者に対して、景表法、特商法を厳正に執行するだけでは被害救済されず、同様の被害が繰り返されるという実情がある。法執行強化とともに、関係省庁との連絡や、消費者教育など、本問題を根本から解決するためのあらゆる方策を検討していただきたい。

越境消費者センターについては、現状としてニーズがあり、このような機関が継続的に消費者に提供されることは検討に値するのではないか。

【個人情報保護（施策番号 166,177）】（内閣官房、総務省）

消費者から個人データを取得し、その利用目的について同意を得る最初の段階で、「『一定水準まで個人が特定される可能性を低減した個人データ』については、利用目的を超えた一般的な利用をすることがある」との二段階目に当たる同意を予め取得してもいいのではないか。

「一定水準まで個人が特定される可能性を低減した個人データ」を取り扱う事業者が負うべき義務を法定化し、例え罰則を設けたとしても、義務履行の確保が難しい。また、当事者間の契約ベースで責任を負わせるのは、実効性の担保に疑問があるのではないか。

第三者提供における本人同意原則の例外規定の在り方は、多様な考え方があり得る。この点につき、より具体的な内容にする必要があるのではないか。

パーソナルデータの利活用にあたっては、保護されるべき個人情報の範囲については慎重な検討が必要ではないか。消費者から同意を得る際には消費者へ分かりやすく表示すること、自己に関する情報の開示・訂正・消去を求める権利が十分保障されることも重要であると考え。今般取りまとめられた制度見直し方針に基づき、各施策が検討・実施されていくことになると思うが、今後の検討に当たっては、パーソナルデータの保護に十分に配慮していただくよう、お願いしたい。

また、スマートフォンのアプリケーションについて、事業者のプライバシーポリシーの作成や利用者への分かりやすい掲示の推進、安心安全に利用するための利用者への周知啓発につき、引き続きご努力いただきたい。

【まとめ】

（消費者基本計画の在り方）

今回の基本計画に係る関係省庁ヒアリングは各施策の進捗状況の確認が中心であったが、今後はその施策が重要とされる理由、施策の到達目標、目標に対する達成度、目標を達成するための課題と解決に向けた方策といった形式で報告を求めるべきではないか。

消費者行政を検証・評価する上で基本計画は重要な役割を果たしているが、全ての施策を詳細に分析することは困難であるので、何を取り上げるのかについての優先順位を明確化することが必要ではないか。

基本計画の検証・評価・監視に当たっては、相談現場の声や関係団体からの要望等を踏まえ、できるだけ現場の目線、消費者の目線に近寄って物事を判断していくことが必要ではないか。

今後の消費者問題への取組においては、高齢化、情報化、国際化の進展を踏まえて対策を講じることが必要ではないか。現行計画には多くの施策が入っているが、優先順位や重要度が不明確。新計画については、それぞれの施策にどの程度の人、資金、時間を投入するのかを明確にした上で、策定・実行することが必要。また、施策の実行に当たっては、法令が不十分なものと法令の運用に課題があるものを区分し、実施主体を明確化した上で取り組むことが重要。

今後、基本計画においては、消費者行政の基本に係る問題のほか、高齢化が進む中での地域における見守り体制の構築、パーソナルデータの利活用と保護、課徴金制度の導入等を通じた適正な市場機能の回復など、狭義の消費者行政の範囲を超えた、社会基盤の在り方に係るようなテーマについても取り上げていくことが必要ではないか。

消費者庁及び消費者委員会の発足後に策定された現行計画は、消費者委員会が関係省庁に直接ヒアリングを行って議論した結果を踏まえて改定を重ねていくという面では以前の計画と比べて大きく前進しているが、さらに改善を図る余地が大きい。特に「継続的に実施します」等とされている施策が多くを占めているが、これでは評価・検証・監視がうまくできない。かといって全項目についてヒアリングを行うことはできないので、この辺をもう少し工夫する余地があるのではないか。

基本計画については、閣僚会議である消費者政策会議が案を策定して、その実施状況の検証・評価・監視を行い、消費者委員会はそれについて意見を述べるというというたて付けになっているが、消費者庁国会の際も果たしてそれでよいのかという議論があった。消費者政策会議の事務局を担い、かつ消費者行政の司令塔としての機能を果たす消費者庁と、消費者委員会の役割分担や連携の在り方について、さらに検討することが必要ではないか。

(規制改革と消費者政策)

商品先物取引における不招請勧誘禁止規制の廃止は、規制改革における議論の中で突如提起された。当該規制は深刻な消費者被害の発生を踏まえて30年かけてやっと導入されたものであり、各地の消費者団体や弁護士会等からも規制廃止に反対する要望書が多数寄せられていることから、安易に廃止すべきではない。

金融取引や情報通信の分野においては、経済活性化戦略が優先され、消費者への配慮は必ずしも十分でないように感じる。安易に規制緩和を行えば、消費者被害が多発するなど大きなコストが生じるので、緩和すべき規制と維持・強化すべき規制の切り分けが適切に行われているかどうかについてしっかり監視していくことが必要ではないか。

パーソナルデータの利活用促進や食品の機能性表示制度などに見られたように、規制緩和に係る新たな課題が急に提起されて、短期間のうちに実施スケジュールも含めて決定されてしまう。政府の消費者行政を監視する当委員会としては、このような問題について消費者目線で再度しっかり検証した上で意見表明を行っていくことが必要ではないか。

「規制改革」と称されるように、規制は単に緩和すればよいというものではなく、規制の必要性や実効性を具体的に検証した上で、そのあり方を考えることが基本。当委員会においても、できるだけ具体的な事例やデータに基づき議論していくことが必要ではないか。

(その他)

消費者と事業者の間には大きな情報格差が存在するほか、消費者間の意識レベルも一様ではない。このような現状を踏まえて、各教育ステージにおいて実効的な消費者教育が行われるような方策を検討していくべき。

来年度予算の政府案で消費者庁の予算は大幅に増加したが、依然として不十分。焼け太りのようなことがあってはならないが、本来の消費者行政はどうあるべきかについても引き続き議論していくことが必要ではないか。

新しい基本計画は今後5年間の消費者政策の方向性を決めるもの。高齢化の進展、情報化による非対面的な取引の増加、金融取引の増加など、今後の経済社会の変化を踏まえて、適切な対応を考えていくことが必要。消費者安全法や消費者裁判手続特例法など分野横断的な法制度の枠組みはある程度整備されてきたので、今後はその中身を充実させることにより、うまく活用していくことが重要。

今回の関係省庁ヒアリングを通じて、消費者政策が直面する主要な課題について一通りレビューすることができたので、今後は政府における作業スケジュールを踏まえた上で、消費者基本計画の検証・評価及び見直しや、新しい基本計画の策定に向けた当委員会としての意見表明を行っていきたい。消費者庁にお

かれては、現行計画の見直しや、新計画の策定に向けた基本的な考え方や進め方をできるだけ速やかに提示していただきたい。

また、今回のヒアリング結果や、本日、委員から出された意見等を踏まえ、今後、委員会としても建議等に向けた検討に順次着手してまいりたい。

(以上)