

第23回 創業・IT等ワーキング・グループ 議事概要

1. 日時：平成26年5月8日（木）15:00～18:43

2. 場所：中央合同庁舎4号館4階共用第2特別会議室

3. 出席者：

（委員）安念潤司（座長）、翁百合、松村敏弘、森下竜一

（専門委員）小林三喜雄、川本明、久保利英明

（政府）稲田内閣府特命担当大臣（規制改革）

（関係団体）公益社団法人リース事業協会、全国消費者団体連絡会、
アジアインターネット日本連盟

（国土交通省）自動車局 萩川貨物課長

（文部科学省）高等教育局 豊岡国立大学法人支援課長

（経済産業省）産業技術環境局 佐藤大学連携推進課長

（内閣官房）IT総合戦略室 瓜生参事官、濱島参事官

（事務局）滝本規制改革推進室長、大川規制改革推進室次長、柿原参事官

4. 議題：

（開会）

1. 国土交通省、事業者からのヒアリング

「貨物自動車運送事業者によるレンタカー使用用途・期間制限の緩和」

2. 消費者団体からのヒアリング

「流通・取引慣行ガイドラインの見直し」

3. 文部科学省からのヒアリング

「国立大学によるベンチャー育成のための環境整備等」

4. IT総合戦略本部、事業者からのヒアリング

「パーソナルデータの利活用に関する制度見直し方針（定義と個人情報取扱事業者等の義務等）について」

（閉会）

5. 議事概要：

○大川次長 それでは規制改革会議第23回創業・IT等ワーキング・グループを開催させていただきます。

皆様方には御多用中、御出席いただきまして、誠にありがとうございます。

本日、所用により、滝座長代理、佐久間委員、圓尾専門委員は御欠席でございます。

それから、翁委員、川本専門委員は17時より御出席いただける予定でございます。

本日は稲田大臣に御出席いただいております。

開会に当たりまして、大臣から一言御挨拶をいただきたいと思っております。

大臣、よろしくお願ひいたします。

○稲田大臣 お忙しいところ、委員の先生方、また専門委員の先生方にもお集まりいただきまして、ありがとうございます。

また、安念座長のもとで精力的に御議論いただいていることに感謝いたします。

本日は「物流の効率化」のテーマとして「貨物自動車運送事業者によるレンタカー使用用途・期間制限の緩和」について、議論を行っていただくということです。

また、今までも議論を重ねてまいりました「流通・取引慣行ガイドラインの見直し」「国立大学によるベンチャー育成のための環境整備等」、また「ビッグデータ・ビジネスの普及」についても、再度ヒアリングを行い、議論を深めることにしていただいております。

本日も、委員の皆様方におかれては、長時間の議論になりますけれども、自由闊達な御議論をいただきますよう、よろしくお願ひ申し上げます。

○大川次長 どうもありがとうございました。

それでは、議事を進めさせていただきます。

なお、本ワーキング・グループにおきましては、議事概要を公開することとなっておりますので、御了承願ひます。

以後の進行は、安念座長にお願ひいたしたいと存じます。

よろしくお願ひいたします。

○安念座長 どうも大臣ありがとうございました。

それでは、早速、議題1「貨物自動車運送事業者によるレンタカー使用用途・期間制限の緩和」に入らせていただきます。

それでは、関係の方々に御入室いただいでください。

(国土交通省、公益社団法人リース事業協会入室 着席)

○安念座長 本日は、皆様、お忙しい中、御参集をいただきまして、ありがとうございます。

それでは、早速でございますけれども、国交省さんから御説明をいただけますでしょうか。

○国土交通省(萩川課長) 国交省の貨物課長の萩川と申します。

どうぞよろしくお願ひいたします。

座らせていただきます。

資料1-1です。

1ページは御提案の内容なので、これは割愛させていただきます、2ページをお開きください。

これはトラック関係の規制なのですが、平成2年にかなり大きな改正がありまし

て、もともと道路運送法という中で、他のものと一緒に規制していたものを切り出しまして、貨物自動車運送事業法というものを作っております。

大きくは免許制度、かなりがちがちに縛っていたのを、参入を原則自由にしようということで、許可制にするとか、事業計画なども車両数も事前届出にするというような結構大きな改正がありました。

第2弾が平成15年ということなのですけれども、さらにその右のところで、昔は営業区域といった、それぞれの関東とか東北とか、そのブロック単位でやりなさいみたいな話があったのですけれども、事業所さんもかなり営業の範囲が広がってきたということと呼応して、営業区域を廃止するとか、あと最低車両台数といって、これは事業者さんの体力をチェックするという1つの指標なのですけれども、地域によって5～15両となっていたものを一律5両にするとか、第2弾の緩和というものをやっております。

それで、入口をかなり緩めた一方で、事後の取締りをきちんとやろうということで、下に幾つか例が書いてありますけれども、スピードリミッターの装着を義務付けるとか、いろいろな処分をちょっと厳しくするとか、様々な事後の取締りというか、そういう安全対策強化をやって、現在に至っているというところでございます。

それから、3ページをお開きいただけますでしょうか。

これはいわゆる事業用自動車、この青ナンバーとか緑ナンバーと言っていますけれども、何でもこういうことをやっているかといいますと、上の青いところなのですけれども、その事業計画等で、その事業者さんの事業遂行能力というものを最低限チェックさせていただきたいということで、事業計画などを出していただいている。そういう事業者さんには緑ナンバーということで、お客さんからお金を取って人を運んだり、物を運んだりという事業としてやっていただくということで、我々が普通使っている白ナンバーとは区別してやっているわけです。

よく今でも白タクとか白トラックというものがあつたりするのですけれども、そういう人たちは無許可営業ということになりますので、先ほどの事後の取締りというもので、かなり厳しく取り締まるということをやっております。

真ん中の黄色なのですけれども、事業計画で何を見ているかなのですけれども、それぞれのどういう車を持っているか、あと何台持っているか、あとちゃんと車庫とか、そういうメンテナンスの施設を持っているのか、あとドライバーがよく過労運転ということがニュースになりますけれども、ちゃんと休憩とか睡眠をとったりする施設があるのかとか、そういう事業をスタートする時点での施設のなものを、まず、これでチェックさせていただくということになります。

それから、下の赤いところ「運行管理」なのですけれども、実際、業を始めたときに、運行管理というのは様々ありますけれども、ちゃんと点呼をするとか、いろいろな基本的な遵守事項があります。そういうものを実際にやっているかというものを監査などで定期的にチェックするというようなことをやってございます。

4 ページです。

今回、御要望いただいている、いわゆるレンタカーとか、白ナンバーというものを業として使う方法というのは、端的に言って2つございまして、その1つのやり方が4 ページです。

自家用自動車の有償運送の許可ということをおっしゃいます。それで黄色いところなのですけども、これは道路運送法、先ほどのトラックだけではなくて、タクシーとかも含めたその本法のほうに、公共の福祉を確保するためにやむを得ない場合には、国土交通大臣が許可をして、地域とか期間を限って白ナンバーの自動車を使ってお金を取ってお客さんを乗せたり、荷物を運んでいいよということが本法のほうに書いてございます。

それで、貨物の関係では、下の丸なのですけども、使用する自動車の数とか、下に書いてある何を運ぶかとか、どれだけ運ぶのだと。それから運送する期間などを限定して許可をさせていただいています。

それで、具体的な期間としては、年末年始の繁忙期と夏のお中元ですよね。それから秋は農作物の刈り入れの時期なものですから、特に北海道などはじゃがいもとかとうもろこしなどを個人で大きな車を持っている人が周りの仲間の作物も一緒に運んだりという動作が結構ありますので、そういうところで、皆さんからちょっとずつお金を取って運んであげるといような動作に対応するというところでやっております。

その場合は、国土交通大臣が許可証に判子を押すのですけれども、そのコピーは役所の方で保管しまして、その赤い判子を押した正本をそれぞれの車のダッシュボードというのでしょうか、運転する席の前に置いていただいて、確認しやすいようにというやり方でやっております。

これは例えば、お中元、お歳暮みたいなときに、どういう動作が実際に現場であるかといいますと、普通のマイカーを持っているような人が、そういう宅配事業者さんの配下に自分の車で持って入るわけなのですね。

ですから、この許可を誰がもらうかという、例えばA社さんとかいう大きな事業者ではなくて、個々の車が持っている大学生とか、普通の人がパートタイムでそういう事業者の配下に入ってやるということで、許可を受けるのは、個々の素人の人ということになっております。

5 ページになります。

これがもう一つの手立てでありまして、レンタカー使用通達というものを、平成3年に出しております。これは、先ほどの盆暮れとまた違うタイミングで、年度末、年度初というものは、引越が多いものですから、それに対応するために、3月15日から4月15日の期間は、約1カ月ですけども、15日未満の範囲内で、これはトラック事業者がレンタカーを借りたい、いわゆる増車したいという場合にレンタカーの使用を認めております。

普通、その自動車が増車する場合というのは、最初に見ていただきました事業計画の中での車両数の届出というものをしなければいけないのですけれども、本来でありますと、

青ナンバーのトラックを調達していただかなければならないのですが、それは非常に手間がかかりますし、期間もかかります。これはこの1カ月のピーク時だけの対応だということなので、何とかならないかということ、いろいろ当時、検討して、通達でもってレンタカーを、外形上は白ナンバーなのですけれども、パートタイムの青ナンバー扱いにしようということによってやっております。

一応、事業計画の変更の届出を出していただいて、先ほどと同じように、届出の判子を押したものを見えやすいところに置いていただくということによってやっております。

それで、この15日未満はなぜ15日未満としているかと申しますと、道路運送車両法というものがございます。これは※印のところなのですけれども、使用者が変わった場合には、15日以内に届け出なさいということになっているのですね。

それで、だから15日でこれはレンタカーではあるのですけれども、トラック事業者が自分の本業としてこの車を使うものですから、使用者はこれを変更した場合というのに該当します。

なので、15日以降で使っていると、登録を変更しなければいけないということになりますので、ちょっと立場を離れば、かなり柔軟なことをやったなという印象なのですけれども、苦肉の策で15日ということなのです。これは実際、現場でどうなっているかというと、事業者はこの申請書を2枚出されるのだそうです。

だから、最初の15日と次の15日、ですから、2枚同時に出して、もうほとんど連続的にこの期間は使えるということなので、これはなかなか柔軟だなと思っているのですけれども、実際は15日の期間と一応あるのですけれども、この期間は連続して、やっていただくというような運用になってございます。

下の黄色いところ、何でやっているかなのですけれども、これは事業者さんのニーズと引越のそういう国民のニーズに応えるということですね。

ただ、一番下なのですけれども、使用時期とか、使用形態を限定することで、輸送の安全に係る管理に支障を及ぼさない。これは何を言っているかというと、やはり白トラックみたいなものというのは、今でも結構あるのです。

そうすると、通報を我々が受けると、私たちは本省にいますけれども、それぞれのブロックに運輸局というものがあまして、やはり貨物担当の課があるのです。そういうところが指導に行って、やはり一々チェックをするという動作をするのですよね。

ですから、やはりこういうピーク時と利用形態というのは限られていると、結構その通報というものはいただくのですけれども、チェックもしやすいということもありますので、ある程度的を絞って、こういう例外的なことをやっていただくということで、今、運用をしてございます。

6ページなのですけれども、実際去年、御要望をいただいてから、こちらでどういう検討をしたかということなのですけれども、まず、引越以外の繁忙期というものが、今年の年が明けてからは、いわゆる消費増税がありましたので、駆け込み需要がかなりあるので

はないかということ、事業者も危惧していましたし、我々も問題意識を持っておりました。

なので、その引越シーズンとは別に、駆け込み需要に対応した何らかの措置が要るのではないかという問題意識をまず持ちました。

それからその整備・点検に関しては、事業用のトラックだけで全国に110万台ぐらいあるのですけれど、それぞれ事業者さん、ちゃんと点検と整備のサイクルが各車両ごとに決まっていますけれども、そういうものを加味して、事業運営をしているということで聞いてございます。

それで、点検整備に要する日にちは1日程度と短いということが実態としてございます。

あと、110万台全体を平均的に考えると、どのぐらい稼働しているかという数字は大体70%前後と言われているのですね。

ですから、ピーク時には車が足りないという状況も生じますけれども、そうではない時期もありますので、1年間平均的に見ると、大抵7割ぐらいが稼働している。3割が休んでいるという感じになっていますね。

ですから、その3割休んでいるやつというものをうまいタイミングでこういう点検とか整備とか、車検に出しているのだろうなと思います。

それで、ここに書いてある問題意識でもって、事業者さんにヒアリングをしてみました。それが7ページでございます。

トラックは、全日本トラック協会という全国団体があって、それぞれ各県に支部があったりするのでここに聞きました。あと、主要事業者に聞いたというのが赤でございます。

まず、トラック協会の方は、今年の1月ぐらいから、早めにとにかく引越を分散化してくださいということ、荷主さんとか、いろいろな方面に呼びかけて、我々も一緒にやったのですけれども、なるべく集中しないようにしてくださいとお願いをまずやっただけですけれども、足元の状況としてどうかと。彼らが何に困っているかという、車がないというよりも、ドライバーが足りないというのが、今、彼らの一番の悩みなのです。いろいろな原因があるのでしょうかけれども、なかなか手がないというものがあるでしょうし、バスの事故がいろいろ起こってしまいましたよね。そうすると、ああいう大型バスの免許というのは、トラックに乗っている人も乗れますので、今まで1人でバスに乗っているのが、2人乗りみたいな話になると、何かあちらの方がいいなということで、これで行ってしまったりとか、いろいろなことがあって、ドライバーが足りないというのがあって、増車よりも、まず自分の持っている車両のドライバー確保もまず大変なのだという声の方が大きかったですね。

それで、引越シーズンは、今の届出で対応しているし、盆暮れは、先ほどの許可でやっていますので、とりあえず他の時期で特にやってほしいという要望は、特段ありませんというのがトラック協会の意見でした。

それから、主要な事業者に聞いたところ、大体同じなのですけれども、その輸送需要が

上がったときというのは、車両だけをレンタカーなどで借りるという方法もあるけれども、運転手も調達しなければいけないものですから、これは備車といえますけれども、どこか子会社というか、そういう日ごろつき合いのあるところに頼んでしまうと。車も運転手も一緒にという、そういう対応の方が一般的だということです。あとはやはりドライバーが足りないとか、あとそれ以外については、特に要望はありませんという感じでした。

今後の検討なのですけれども、事業者さん、リース協会さんの方で、事業者さんのニーズがあるのだということの資料で拝見していますので、そういう事業者さんのニーズをよく聞いて、今後、必要があればやっていきたいなと思っています。

そのときに、先ほどの引越、盆暮れみたいに、ある程度期間が限定できて、それを狙って監査できるという感じだといえるのですけれども、そうではなくて、もし、110万台が年中五月雨式に借りるという状態が仮に生じると、そういう監査の対応みたいなものが非常に厳しくなるなというのが現実的であって、輸送の安全に係る管理というものをいかに両立してやっていくかというのが非常に大きな課題だなと思っています。

私からの説明は以上です。

○安念座長 どうもありがとうございました。

それでは、続いて、リース事業協会さんからお願いいたします。

○公益社団法人リース事業協会 リース事業協会の副会長・専務理事をしております稲葉でございます。

本日は、こうした御説明の機会を与えていただきまして、誠にありがとうございました。

それでは、資料に沿いまして、御説明をいたします。

まず、資料の1ページ「公益社団法人リース事業協会の概要」ということで書いてございます。

事業目的に書いてございますが、機械設備等のリースの健全な発展を図って、我が国経済の発展と国民生活の向上に寄与するということが目的としまして、1971年に設立をされております。

昨年の4月には、公益社団法人になっております。現在、役員はそこに書いてありますように、東京センチュリーリースの浅田社長が協会の会長を務めております。

2ページでございますが、リース会社の事業の展開でございますが、リースは御案内だと思いますが、リース会社が設備投資をしまして、事業会社にそれを貸し出すということでございます。

そこにありますように、自動車のみならず、いろいろな設備類、あるいはOA機器などについて、リースをしてきております。

自動車につきましては、車体本体のリースから始まったわけですが、近年は保守点検のサービスも含めまして、メンテナンスリースというものがはやっておりますし、また、このメンテナンスの部分、保守管理だけを、このサービス部分だけを切り離して、事業者に

提供するという仕事もやってきております。

リースは長期のものです、近年は、ユーザーのニーズに応じて、短期間のレンタルというものも最近は進めてきておるわけでございます。

3ページを見ていただきたいと思います、リースとレンタカーの差であります、もう皆さんよく御案内のとおりでございますが、リースの場合は、お客様がメーカーとの間で、この車種がほしいのだということを決められまして、それをリース会社が購入をして、ファイナンスをつけるというのがリースでございます。

レンタカーは、お客様がレンタカー会社に行かれまして、この車を借りたいということでお貸しする取引となります。契約の中身は、そこに書いていますように、リースは長期、レンタカーは短期でございます。

それで、ユーザーとしては、リースは法人が中心です、レンタカーは個人、法人ということでございます。

貸し渡しの許可というのは、この表の一番最後にありますが、その下に※1と※3がございます。かつては、リースも規制の対象になっておりましたが、1996年に規制が撤廃され、また※3に書いてありますが、許可制自体が廃止をされたということでございます。

後ほど御説明しますが、リースの車の台数は、今年の3月末で乗用車とかトラックとか全部を含めて300万台であります。

そのうちのトラックとか、バンのリースの台数は、145万台で約半分でございます。そのトラック、バン、約半分の145万台のうち、大部分は白ナンバーといいますか、要するに事業者が自らの製品を運ぶために使うわけですが、青ナンバー、要するに輸送業者に貸しているリースが17万台でございます。トラック業界の台数というのは、私もよくわかりませんが、100万台ぐらいかなと思っておりますが、100万台ぐらいのうちの、したがって15%ぐらいがリースによる車の提供ということでございます。これは私どもリース業界として、トラック業界にそれだけ使っていただいている、また応援をさせていただいているということではないかと思っております。

ただ、リースは先ほど申しましたように、1年以上のものということになっておりまして、むしろ、ユーザーのニーズに応じまして、短期間の例えば10日ですとか、1カ月とか、そういうもののニーズが最近出てきて非常に強まってきておりますので、その部分につきまして、レンタルについて、現在の規制の緩和をお願いしたいというのが、今日のお願いの趣旨でございます。

○公益社団法人リース事業協会 リース事業協会の企画委員代理の鈴木と申します。

引き続きまして、説明の方をさせていただきます。

4ページの資料には「レンタカーの市場規模」を示しております。

2013年3月末現在で、レンタカー車両数は50.7万台となっております。

レンタカー車両のうち、トラックは約20万台であり、主に建設業界などの自家用運送ニーズなどで使用されております。

レンタカーの月別の契約台数につきましては、トラックのみではなく、全車種となりますけれども、個人向けはレジャー用途により、8月が顕著にピークとなるのに対しまして、法人向けは3月と10月がピークとなるものの、個人向けに比べてレンタカー需要は安定しております。

次に、貨物自動車運送事業者のレンタカー使用に関する規制の現状につきまして、改めて御説明させていただきます。

現状、貨物自動車運送事業者のレンタカー使用というものは、原則としては認められておりません。

この原則のもと、一時的な需要の伸びに対応する形で、用途、期間を特定する形でレンタカー使用が認められてきたという経緯がございます。

既に国交省様の方から御説明がありましたけれども、夏期や年末年始の百貨店等の配送、秋期の農水産物運送、引っ越しシーズンなどにおいて、レンタカー使用が現在、認められている状況でございます。

現在の問題点としましては、後ほど詳しく御説明させていただきますけれども、業種ごとに異なるピーク時期や車検・点検、修理などの代車にはレンタカーは使用できない状況となっております。

こうしたことに応じて、車両を確保しておくことは、運送業者様にとりましても、経済的に不合理であり、需要に応じてレンタカーの使用を柔軟に認めていただくことが望まれるものと考えております。

○公益社団法人リース事業協会 オリックス自動車の松本でございます。

私の方から、引き続き御説明を差し上げたいと思います。

レジュメの6ページ目でございます。

先ほど、国交省様の方からもヒアリングという言葉がございました。我々の方もレンタカーユーザーである貨物自動車運送事業者の意見をちょっと抜粋させていただいています。

1つ目ですけれども、運送事業者が持っている使用車両の点検・車検もしくは修理についてです。事故修理であったり、一般の修理、不具合が起きたりした場合に、レンタカーの使用を認めていただきたいというのが中小、大手の運送業者さんからもございます。

それから、これは春の引っ越しシーズンですけれども、集中する期間にお客様に御迷惑をかけているというところで、この部分について、対応がなかなか難しいため、ここの規制の撤廃を望みたいという声もございます。

それから、貨物運送の繁忙期に合わせてレンタカーを使用したい、こういうこともございますし、極端な例で行きますと、レンタカーの使用規制は全廃していただきたいという声もございます。

それから、最後でございますが、各陸運支局への申請方法を簡素化していただきたいというの、中小・運送業者さんからの声としてございます。

今、挙げた5つ6つの項目でございますけれども、今年の春、3月から4月にかけて、

私どものお取引している業者さんに複数社ヒアリングをさせていただいた回答でございます。

さらに、現在、オリックス自動車のレンタル部門には、トラックや商業車に特化した部門がございます。そこでかなりの数、数千社と取引をしまして、その大体1割程度が物流事業者さんなのです。その中で、日ごろ我々が営業活動をしている中で、営業マンがその業者さんから、様々な規制緩和についての声を聞いているというところはかねがねございました。

今回、改めて春先に再度ヒアリングをかけさせていただいた結果ですけれども、やはり、日ごろの営業活動の中で、業者さんから出ている声としては、ここに記載されているようなところで変わりがなかったということでもございました。

まさに、これが現場というか、足元で起こっている業者さんの声なのかなと我々は認識をしております。

続きまして、7ページでございますけれども、こちらに貨物運送の繁忙期というものを簡単にまとめてみました。

御覧のように、レンタカーを先ほど繁忙期に合わせて使用したいという意見がございましたけれども、さらに説明をさせていただくと、このように1月から12月まで結構その業種ごとに繁忙期というのが荷主さんごとに異なっています。

そもそも一番上の飲み物関係ですけれども、天候によって需要に大きな幅が生じているというものも目にとっていただけたと思います。最近、夏の長さが長いようなところもございまして、8月末というところでも、9月までは夏ではないかという状況もあります。こういった幅が広いというところがあります。

ただ、この中で見ていただくように、1カ月から3カ月、4カ月と需要が生じている一方で、貨物運送事業者さんの取り巻く経済環境というのでしょうか。賃金の問題や、労働時間の問題等々も踏まえて、なかなか厳しい状況にある。

よって、増車をこの期間に合わせて都度するというのは厳しいという状況にあると我々はお伺いしているというのが現状だと思っています。

8ページ目でございます。それをもとに私どもの方から要望というか、提言をさせていただきたいというところをまとめてございます。

レンタカーユーザーである貨物運送事業者のレンタカー使用について、これの用途と期間制限の緩和を提言させていただきたいと思っております。

具体的には、下にありますように、2つでございます。

早急に規制改革をしていただきたいということに関しては、①車検・点検・修理期間ですね。先ほども申し上げた一般修理、事故の修理なども入ります。このときにおける代車のレンタカーの用途の拡大が1つ目でございます。

2つ目が引越シーズンなどというところで、先ほども御説明がありましたけれども、夏、秋、年末年始も含めた繁忙期におけるレンタカー使用期間の拡大、この2つを要望さ

せていただきたいと思います。

9 ページ目でございます。

この規制緩和をしていただくことよっての効果ですけれども、こちらは単純に4トン車100台分で営業日数が240日、法定点検が3カ月ごとに1回、車検が年に1回ということで、各1日使用不可という前提で、年間をならした表ですので、実際の運送能力はでこぼこ感はあるとは思いますが、この車検、点検で使用できなくなることよって、運送事業者さんが有している車の運送能力が約2%減少するということよってでございます。

この点検、車検の代車として、レンタカーを利用していただくことよって、運送能力の減少分をカバーできる。それよって、荷主さんの企業に安定的な貨物輸送を提供できるものを思っております。

次のページが、今度はレンタカーの使用期間の拡大よる緩和の効果というところよってでございます。

図のとおり、運送事業者の需要は大きな幅よってございます。こちらよって見ていただくと、12月と3月の差がトラックでは1,900万台分と出ておりますけれども、この部分よって増減はありますけれども、今後、景気回復の局面よって運送事業の増加が想定される現状にあると思っておりますけれども、このピークの需要にに応じて、車両を確保しておくことは非常に運送事業者にとりて、経済的に不合理であると思っております。

先ほど、7ページよって御説明したよって、繁忙期にはいろいろな幅がありますということよって御説明させていただいたのですけれども、ここでやはりピークにに応じて車を持つということよって、レンタカーを利用していただくことよって、柔軟に需要を取り込む、対応するということよってできるのではないかと思っております。

景気回復局面において、事前規制よって、車両不足が生じる、このようなことよって、需要を抑えることよってなった場合ですけれども、やはりこれは一般の経済的にもダメージが出るおそれがあります。また、この需要が今後も続くのか、一時的なものなのか、判断が難しいことがあります。

よって、長期的な運送需要が見込まれない場合は、やはり事業者さんにとりては、固定費が増加するよって増車というのはなかなか難しいということだと思っておりますので、レンタカーの活用、規制の活用を撤廃いただくよってな形よってお願いしたいと思っております。

以上よってでございます。

○安念座長 どうもありがとうございます。

それでは、ディスカッションいたしましょう。

どなたからでも結構ですが、しかしあれですな。まず、業者さんというか、ユーザーさんの声というのは、ちょっと国交省さんの御説明とリース業界さんの御説明と違いますが、どうして違ってしまったのでしょうかね。

萩川さんの威厳に押されて、余り言いたいことが言えなかったのかな。

○国土交通省（萩川課長） 私が直接聞いたわけではありませんよ。

○公益社団法人リース事業協会 これは何とも言えませんが、我々、国交省様がヒアリングを実行した大手さんもしかりですけれども、孫請けとよく言われる業者さんですよね、そういう小さな業者さんともお取引があります。その声と大手さんというのは、やはり体力的にも状況的にも違うところがあるのではないかなとは感じています。

大手さんでは、確かにいろいろな背景を踏まえて、連携が多分できたり、体力もあったりすると思うのですけれども、やはり小さい業者さんは、厳しい状況であるのは変わりないかと。そこでちょっと温度差というか、国交省様の方との違いがあるのかなとは感じています。

○国土交通省（萩川課長） よろしいですか。

○安念座長 どうぞ。

○国土交通省（萩川課長） 先ほど資料の7ページなのですけれども、トラック協会に聞きました。あと主要事業者が聞きましたということで、今のお話でいわゆる大手というところですね。トラック協会のメインの事業者さんというのは、そういう大きなところではなくて、協会の会長さんというのは、リーダー的な会社でも、100両とか、数十両、大きいところもあるのですけれども、いわゆる一般の我々が余り知らないような事業者さんが多いのですよね。

ですから、何でもこうやって2つ聞いたかということ、そういうすごい大手というのは、そういうグループではないものですから、それはそれで別に聞いたということなので、結構そういう中規模、小規模のところの声も反映していると思います。

それから、ちょっと御質問とは直接あれですけれども、トラック事業者がどう思っているのか端的に言ってみてと聞いてみたら、彼らの希望は、柔軟にはやってほしいのだけれども、余りに白がたくさん入ってくるのは困るという、ちょっと両方の要望がある感じなのですよね。

例えば、先ほど最低車両台数というものを見ていただいて、5両ということで、一応ハードルがあるのですけれども、実際は減車も手続的には可能なのです。だから、結果5両で入っているのですけれども、すぐ手放してしまって、2両とか3両の方がいっぱいいて、そういう人がやはり体力が弱いから、結構運賃なども下げてしまったりして、白トラックだとか、そういうものが増えるのは、業界全体にとってはよろしくないけれども、柔軟にはやってほしいと、結構そういうニーズがあったりという感じなのです。

ですから、そういうところでとりあえず今の制度というのは、微妙なバランスをとっているのかなという印象を私は持っています。

○安念座長 それはごもつともではないですか。

規制産業というのは、みんなそういうもので、許認可を持っている人は許認可の範囲内では自由にやりたいが、新規参入がゲリラ的に入ってくるのはごめんだという。それはある意味で当然のこととして、そう聞けばそうおっしゃるだろうというのはよくわかります。

ただ、先ほどリース事業協会さんがおっしゃっていた、大手と中小では話が違うのでは

ないかというのは、これは事実認識の問題だから、想像で幾ら言ったってしようがないところもあるのですが、例えば、資料の7ページを拝見しますと、大体いつでもどこかの業態では、繁忙期になっている。そうすると、ある種の規模の経済というのか、たくさんの車を抱えている大きな業者さんは、1月には1月の繁忙なところに車を使う、2月には2月の繁忙なところに使うとして、大体年間を通じて均していけるということがあると思うのです。これが、中小の業者さんだと、そうはいかないので、突発的に何かいい仕事が来たときには、是非これに食いつきたいのだけれども、車の手配ができないので、いい商売もついつい見逃してしまうというようなことのないようにしたいなとおっしゃるだろうなというのはわからなくはない。

そこはしかし事実認識の問題だから、これはとにかく調べてみないとわからないと何とも言えません。

森下委員、どうぞ。

○森下委員 国交省の資料で、7ページ目のところをお聞きしたいのですけれども、今後の検討で、一番最後「輸送の安全に係る管理が困難であることも考慮する必要がある」と書いてありますけれども、レンタカーも当然輸送の安全にかかわるような検査をされていますよね。

そうすると、これは何をもちって輸送の安全に係る管理が困難であると言われているのかちょっとお聞きしたいのです。

○国土交通省（萩川課長） 端的に言うと、白トラックの取締りということですね。

ですが、こういう手続をとっていただいているのは、問題がない人たちなのですけれども、やはり白トラックは結構あるのです。それで、監査とか通報があると、監査には行ったりしているのです。

ですから、やはりこういうある程度、この届出のものもそうですし、先ほどの許可のものもそうですけれども、期間を限って、あと用途を限っているというのは、やはりある程度そういう取締りといいますか、そういうチェックとか、それをしやすい状態をつくっているということがあるのです。

ですから、安全に係る管理というのは、そういう白トラックのチェックというか、そういう趣旨で書いております。

○森下委員 そうすると、白トラックであれば、ずっと借りているというか、ずっと白でやっているという意味ですよね。レンタカーとしてやっている場合というのは、レンタカー会社は当然、保守とかその責任をとられるわけですね。

そうすると、さすがに1年ずっとではないのでしょうかけれども、例えば、今、15日が30日になったり、あるいは2カ月になったとしたら、それが必ずしも白トラックの今のお話だと、輸送の安全に係るということではないですよ。

○国土交通省（萩川課長） ごめんなさい。手続を経ている白トラックはいいのですけれども、そうではなく、手続を経ていない悪い、本当に黙ってやっている者が結構いるのだ

そうです。

ですから、こういう時期に、結構そういう人たちも横行するので、通報があつて取締りに行くということもやったりしているのですね。

ですから、手続を踏んでいただいているレンタカー利用のいわゆる白ナンバートラックは別に私たちは問題視していないのです。

○森下委員　すると、今の15日というものをもっと伸ばしても大丈夫ということですよ。

○国土交通省（萩川課長）　先ほども御説明しましたけれども、15日を2つ合わせると、ちょうど期間になるのですけれども、最初から2枚出してもらっても連続的に借りていただいている実態がありますので、事実上問題はないのかなど。道路運送車両法という別の法律があつて、名義を変えなければいけないということになってますので、真面目に議論をされると、それはそれで結構法律事項で重いのですよね。

ですから、私が脱法と言ったら誤解が生じるおそれがありますけれども、そういう2枚同時に届け出ることを認めるということで、事実上15日の利用制限はない状態になっております。

○安念座長　どうぞ。

○公益社団法人リース事業協会　先ほど御説明した私どもの要望で、8ページの具体的要望として書いてあることについて、もう少しちょっと補足的に御説明をさせていただきます。

要するに、1つは、①に書いています車検・点検・修理期間の代車などのレンタカー使用をお認めいただきたい。

もう一つは、引っ越しシーズンなど繁忙期におけるレンタカー使用期間の拡大と書いてありますが、これは具体的には5ページの方に戻っていただきたいのですが、①②③で規制を緩和して来ていただいております。

ただ、この中でも、例えば、①の百貨店等の「等」には、スーパーとかコンビニなどが入るのでしょうか。この辺が地域によって運用が違ったりしている面がございます。

それから、①②でそれぞれ期間がございますが、実際の運用を見ますと、この間、例えば3カ月夏期というのは6、7、8、3カ月あるのですが、実際にお認めいただいているのは、この中で、1カ月とか2カ月に限るといような運用がなされておまして、もし可能であれば、先ほど申しましたように、ほとんど真っ赤になるぐらい忙しいものですから、本当を言いますと用途規制をなくしていただきたいというのが本音ではあるのですが、そこはなかなか制度の関係で難しいことであれば、例えば、夏期の間であれば、6月頭から8月末まで3カ月ずっと認めていただけないかというようなことがございます。

それから、③の引っ越しシーズンについてですが、3月15日から4月15日ということになっているのですが、御案内のように、引っ越しはもっと早くから始まりますので、3月の頭から4月末まで、もう少し延ばしていただいて、先ほど森下委員がおっしゃったような15日というものを、できればこの間、2カ月間認めていただければということがございます。

ます。

これは企業によって、車が足りない企業もあれば、その分、ドライバーが足りない企業もいろいろあると思います。

ただ、どうも国交省さんの資料を見ても、どうも4割ぐらいの業者さんが車の1.2倍ぐらいの乗員を確保しているという会社がやはり4割ぐらいあるようでございまして、そういうところは、逆に繁忙期に車が足りないということになるわけです。

そういうところの規制をなるべく緩和していただきたい。

まさに、白は排除しなければいけないわけですが、こういう許可なり届け出の中で認めていただいているものは、その許可書なり届出証を車の前面に置くことになっています。

したがって、法的にも問題ない形でやれることになっていますので、そうした期間規制の緩和を何とかお願いできないだろうかということがお願いの趣旨でございます

○国土交通省（萩川課長） 今のリース協会さんの資料の5ページですよ。それで、期間、6、7、8ですから、3カ月例えば夏期だったらありますけれども、そのうち1カ月しか認めていないということはないです。

この3カ月間、やりたい事業者さんにはやっています。それぞれ個別にこの期間をとということで、許可の申請をしていただきますので、それに応じてやっているということですね。

それから、あと、百貨店等ですけども、別に利用者の誰にも限定しているわけではないので、ここは問題ないですね。

それは大丈夫ですよ。

○公益社団法人リース事業協会 その辺の運用がはっきりした。

○安念座長 何か余り問題ないみたいな。

○公益社団法人リース事業協会 というか、恐らく、手元にもちょっとこれは埼玉陸運支局からの通知が私の手元にあるのですけれども、ここでは完璧に6月1日から8月20日まで許可については区切られてしまっているのですね。

だから、ここは多分、我々も業者さんといろいろお話を聞いていると、やはり各都道府県というか、陸運支局さんによって見解がまちまちであるという話は実際に聞いております。

○安念座長 ちょっといいですか。

法律の根拠をはっきりさせるために伺いたいのですが、この協会さんの資料の5ページの規制の現状というか、規制の事実上の緩和の現状といったほうがいいかもしれないけれども、これの①②③の根拠は通達ですか。

○国土交通省（萩川課長） そうですね。

○安念座長 そうですよ。だって、法律本体は個別許可なのだから、こういうカテゴリーとしての規制緩和はあり得ないですよ。

だから、これは、御省の通達でまあこれぐらいはいいのではないかというものでやって

おられるということですよ。

つまり、失礼ながら、もともと法律の根拠がないわけだから。

○国土交通省（萩川課長） それに関して言うと、道路運送法だというわけですよ。

○安念座長 それはそうなのだけれども。

○国土交通省（萩川課長） それで、定めなさいとなったので、通達がされた。③は、貨物自動車運送事業法で、実際に通達で定めたということです。

○安念座長 はい。わかりました。

とすると、ではどうなのだろう。リース事業協会さんと国交省さんとの間の事実、存在する対立点は何なのですかね。

何かよくわからなくなってしまった。

○公益社団法人リース事業協会 まずは、ですから、先ほどの要望のところ。

○安念座長 特定しましょう。ではまず5ページの①の用途を百貨店等の中に、コンビニとか。

○公益社団法人リース事業協会 ですから「等」の中に、スーパーなり、コンビニなり、百貨店以外の流通店も含まれるということをはっきりもししていただけるのなら、それはまず1つのことですね。

○安念座長 わかりました。

いかがですか。

○国土交通省（萩川課長） はっきりしています。

○安念座長 はっきりしているの。

○国土交通省（萩川課長） 問題なし。

○安念座長 問題ないそうです。

どうぞ。

○森下委員 よくあるパターンで要するに中央では問題がないと思っているけれども、恐らく現場で勝手に取り締まっているというパターンではないかと思うのですけれども、であれば、周知徹底をしてもらえればいい話でしょうけれども、恐らく周知徹底の通知なりも出してもらおうというので片がつくような話のような気がします。

○国土交通省（萩川課長） それは幾らでも周知徹底しますよ。

昔と今と違いますから、現場の人が裁量で好き勝手にやっているということはないと思われ、若干先ほどの資料はわからないのですけれども。

○森下委員 若干ありますね。

○安念座長 わかりました。では、ここはこれで。

○公益社団法人リース事業協会 それがまず1つですね。

それから2つ目は、この①と②につきまして、この期間を制限して、このここで書いてあります中で、1、2カ月に制限をしてレンタカーの使用が認められていると。その1、2カ月という制限を取っ払っていただけますか。

○国土交通省（萩川課長） そんなものはないですよと先ほど私言いましたよね。

○安念座長 困ったな。

○公益社団法人リース事業協会 これはこの課長通達の中に書いてあるのです。

1 カ月から2 カ月程度の。これは私の持っている課長通達なのですが、それでは、夏期とか秋期については、1 カ月から2 カ月程度の期間を適宜設定すると書いてあるのです。

○国土交通省（萩川課長） これは目安でしょう。

○公益社団法人リース事業協会 結局、この期間全部を認めていただけるようなことになれば、このもし通達を直していただければ。それで私どもとしては助かる。

○国土交通省（萩川課長） 今、おっしゃったとおり課長通達です。

○安念座長 それはいつ作るの。

○国土交通省（萩川課長） これは大分昔です。これは昭和60年です。

○安念座長 ではいいではないの。全然ずっと10代ぐらい前の、

○国土交通省（萩川課長） 大分先輩です。

これを1 カ月から2 カ月期間を適宜設定するというので、設定したのがこの期間なのです。この3 カ月ぐらいの期間なのです。

○安念座長 ちょっといいや。だから、最新バージョンはどうなっているのか。

○森下委員 でもあれですよ。通達が残っていると、民間側はやはりその通達に縛られてしまいますよね。だから、正しい通達が出ればすぐという話になる気がします。

○国土交通省（萩川課長） 書類としてありますから、何かそれを解釈するような紙などを出したほうがいいというもし御指導があれば、それはやりますよ。

○安念座長 わかりました。ここでやりあってもしょうがないから、リース事業協会さんの方から、この①～③に関して、我々の要望はこうであるということをおつちり文章にしてください、その上で、国交省さんとしては、異論のないところは異論のない範囲でクラリファイするための文章を出していただくという、基本的な筋道でよろしいですか。

○国土交通省（萩川課長） それでいいですよ。

○安念座長 では、そうしましょう。

ここで議論してもしょうがないから、まず、数日中に事務局の方に、この①～③に関して、我々の要求はとにかくこれとこれというのを出してください。その上で、私も拝見しますけれども、萩川さんの方に投げますので、このうち、異論のないところについては、これだけなので、はっきりクラリファイするための文章を出していただけるものは出していただくとしましょう。

○国土交通省（萩川課長） 了解です。ありがとうございます。

○安念座長 どこが違っているのかよくわからない。

○公益社団法人リース事業協会 座長、1 つ抜けている面がありまして。

○安念座長 どこが抜けているのですか。

○公益社団法人リース事業協会 私どもの要望の中には、8 ページにもう一度戻っていた

だきたいのですが、8ページの具体的要望の中で、下の②は今のお話でございます。改めて整理してお出しします。

その上の①車検・点検・修理期間などの間の期間について、やはりレンタカーの利用を認めていただきたいということでございます。

○安念座長 これはいかがですか。

○国土交通省（萩川課長） 我々の先ほどの事業者団体に対する確認においては要らないと言っています。

なぜ要らないのというと、先ほどの実質稼働率が70%なので。

○安念座長 1日時間がかかると。

○国土交通省（萩川課長） そう。ということなのですね。

ですから、本当に引越でも全部そうなのですけれども、すごくニーズがあったら、具体的に話して、できるだけ柔軟にという形でやっていますので、ニーズがあれば、もちろん考えますが、確認したところニーズはないと言われたのですね。

○安念座長 これは困ったな。

○公益社団法人リース事業協会 温度差があるようです。

○安念座長 温度差が。

どうしようかな。これも確かにその所管官庁として業界にニーズがないものについて、わざわざ紙に書くというのも、妙といえば妙なので、どうしようかな。これは、事実の確認がまず最初だから、ここはちょっとリース事業協会さんにひと汗かいていただくしかないな。

つまり、ユーザーさんにニーズが現実にあるのですというものを、何かエビデンスとして出していただければ、これはこれで国交省さんも考えてくださると思うのです。まずはその作業からやりましょう。

どうぞ。

○国土交通省（萩川課長） 今の作業をやっていただいたらいいと思います。それで、私、前職が航空局だったのですけれども、航空会社とトラック事業者と、1つの事業者の中に入っている人たちの幅が全然違うのですよね。

○安念座長 それはそうでしょう。

○国土交通省（萩川課長） 全然違うのです。だから、やはりある事業者にとってはやってほしいことも、こちらの人は全然違った立場のことが結構あったりするのです。

ですから、我々、一応トラック協会というところで、きちんと意思決定というか、全体の状況を把握してやっていますので。

1回実情を聞きましても、リース協会さんの作業と並行で、もう一回きちんと聞いて、協会としてどうなのだというものを確認してみたいと思います。

○安念座長 当会議として、直接お話を伺うのは別にやぶさかではありません。とにかく作業を進めましょう。

では、①についてはそういう作業をそれぞれの立場でやる。

②については、先ほど申し上げたように、リース事業協会さんとしての要求事項をわかり文字にさせていただいて、その上で国交省さんにできるところでは論点をクラリファイする文書を発出していただくという手順で行きましょう。

では、そういうことで、よろしく。いいかな。皆さんいいですか。

どうぞ。

○松村委員 具体的に出ていたものの中で、5ページの3の引越のこの期間を、3月15日からではなく、3月1日からにして欲しいという具体的な要望があった。これはニーズがないことはないと思うのですが、これもやはり難しいでしょうか。

○公益社団法人リース事業協会 私も先ほど15から3月頭から4月末まで。

それもまた後でお出しします。

○国土交通省（萩川課長） 何で3月15日でなければいけないのだという理由はないでしょうね。

○安念座長 ではそれでいいではないですか。

○国土交通省（萩川課長） なのですけれども、やはりこのある程度制限なしだったら、いつでもになってしまうので、やはり1カ月ということ、一番繁忙期ということ、これはピンどめしたのだということなのですよ。

○安念座長 昭和60年にはね。

○国土交通省（萩川課長） ちょっといいでしょうということを重ねていると、結局ずるずるになりますから。

○松村委員 だから、3月の後半に集中してしまうという事態は望ましいことではないですよ。国民経済的に。

○国土交通省（萩川課長） まあそうですよね。

○松村委員 可能なら3月の前半にやってくれた方が本当はいいわけですよ。

○国土交通省（萩川課長） 結局は人事異動だとか、そういうもので引越しが発生しているの、またそこが変わらなくなかなか変わらないのですよ。

○松村委員 そういうことを言いたいのではなくて、だから、ここを3月1日からにしてもずるずると期間を増やすということにはならないのではないかと、というだけのことです。

○安念座長 はい、それは私の認識では、国交省さんも基本的には御異論のないところだったように思います。

ですから、何度も同じことを言って恐縮だけれども、この5ページの①～③については、例えば3月1日からにしてほしいというのであれば、3月1日からということ、明記していただいた要望書というか、要求書をもう一回つくっていただくという作業を、まず、とにかくいたしましょう。

よろしゅうございますかな。

割に丸くいきそうな感じがして、大変心強いです。

どうも皆さんありがとうございました。

ではよろしく申し上げますね。

(国土交通省、公益社団法人リース事業協会 退室)

○安念座長 それでは、議題2「流通・取引慣行ガイドラインの見直し」に移らせていただきます。

本日は一般社団法人全国消費者団体連絡会様からのヒアリングということになっております。河野さんはもう来ていらっしゃいますか。

(全国消費者団体連合会入室 着席)

○安念座長 今日はどうもお忙しいところありがとうございました。

河野さんは、昨日も今日も全然違う話でお劳れのところもあるけれども、誠に申し訳ないです。

では、早速、御説明いただいてよろしゅうございますか。

○全国消費者団体連絡会 皆様こんにちは、一般社団法人全国消費者団体連絡会事務局長の河野でございます。

本日は、規制改革会議創業・IT等ワーキング・グループで御審議が進められております「流通・取引慣行ガイドラインの見直し」に関しまして、消費者の立場から意見を申し上げる機会を頂戴いたしましたことを心から感謝申し上げます。

簡単な資料を用意しました。

それから、先日、私たち消費者団体連絡会が総意として稲田大臣の方に出させていただきました意見書も同様に資料としてつけさせていただいておりますので、それも御覧いただければと思っております。

今回、このガイドラインの見直しが進められている旨の報道を拝見したり、それからさらに何回か御説明をいただいた折りに、消費者団体で、これはどう受け取ったらいいのだろうということで、私どものところでも、内部で意見交換をしたところがございます。

結果として、今日資料につけさせていただきました大臣に対しての意見表明ということになったわけでございます。ただ、恐らくここの会議の場で検討されている本来の趣旨を私たち消費者団体が正しく理解しているのかどうか、そのあたりが甚だ不安でございまして、今日私どもの意見を申し上げるに当たりまして、そのあたりを多少なりとも勘案した形で聞いていただければなど、まず、言い訳めいたこととなりますけれども、お伝えしたいと思っております。

1枚おめくりくださいませ。

「はじめに」というところで書かせていただきました。今回の見直しの大きな柱となります、恐らくこれが私たちの理解が正しいかどうかということに関わってくると思えますけれども、私たちが受け取ったのは、メーカーさんが小売店に販売価格を指定することを容認するという方向性に関しまして、消費者団体としては、当然のことながら、選択の自由が奪われてしまうということで、反対であるという御意見はまずお伝えしたいという

ところでございます。

従来は、競争を促すために、価格指定を一律に禁止していたところが、流行動、それから消費行動の変化に対応して、ミニマムのデフレ解消のために、再販売価格拘束の規制を緩和する方向であるという理解をしているところでございますけれども、その方向で消費者としての、今、率直な意見といいたいまいしょうか、これの受けとめをお伝えしたいと思っています。

もう一枚おめぐりくださいませ。

「消費者意識の変化」というところになります。

まず、消費者意識について、お話し申し上げたいと思います。

私自身が戦後の日本の高度成長期をそのまま体験しつつ、今日まで普通の主婦として暮らしてまいりました。食料から日用品へ、さらに暮らしを豊かに彩る様々な生活用品、さらにはよりグレードアップした衣食住へ。そしてモノからサービス、コミュニケーションなど、形のないものへどんどん私たち消費者の要望、要求というのは膨らみ、それが市場によって満たされ続けてきました。

まだ市場にないものが出現すると、あっという間に売れ筋になり、時間がたって、全てに行き渡って、消費者側も満足し、そうすると飽きられて世代交代が進む、そのさまを実は私たちは何度も何度も見てまいりました。

今、若い世代は、私の学生時代には想像もできなかったスマホ貧乏という通信費との闘いを強いられています。そういう時代になっているのですね。

日本国民の消費のベクトルが、同じ方向を向いている時代は、実は終わったと感じております。今回、資料で拝見しました窮状を訴えていらっしゃる家電業界さんで言えば、既に十分に飽和市場であり、商品の機能や質での差別化というのが非常に難しくなっているのではないかなと思います。

それから、②に書きましたけれども、情報通信技術のめざましい進歩というものが、特にここ数年、10年前は折り畳み式の携帯でしたけれども、今ではもうガラパゴスと言われていて、スマホでもバージョンがどんどんアップしているという状況ですけれども、情報通信技術のめざましい進歩によって、かつてはメーカーさんからの一方通行でしかなかった商品情報というのが、今、様々な手段を通じて、消費者側からも手に入れることができるようになっていきます。

さらに、3番目に書きましたけれども、先ほども申し上げたように、当然のことながら、時代を席卷した新商品やサービスでも、その後の技術の進歩、特にITの驚くべき進歩によって、古くて使えないものになっているということは事実だと思っています。

そうした日本の市場において、消費者の購買行動というのは、単純なセグメントでは括れない非常に複雑化していると思っております。

以前のこの会議で、資料を拝見しましたが、消費者動向について、インフィニティの牛窪代表の書かれた中身を拝見いたしました。そこでも最終的には非常に複雑化している

と、マーケティングが難しい時代になっていると書かれていました。

10年前、多分、マーケティングというのは、4 Pということで考えられていたと思いますが、今は3.0というものが主流だそうで、私は詳しいことはわかりませんが、そういう消費者動向を読み取るということもなかなか困難な時代になっていると理解しております。

1枚おめくりください。

では、そういった消費者、どうニーズに応えるのだということで、専門家ではありませんから、思いつくままそこに今の消費者ニーズにおける幾つかのキーワードを書いてみました。

まず「価格」というのは、価格だけではないと言われながらも、恐らく価格というのは、商品やサービスの価値を表すこれはかなりしっかりした基準であろうと思っています。購入契約を結ぶときに、最終的に消費者は価格でやはり価値を判断するというか、せざるを得ないと思っています。

では、その価格は誰が決めるのかというと、メーカーがどんなに価値のある商品だと言って、高価格で販売したとしても、消費者にとってその価値を認められなければ、当然のことながら売れ残ってしまい、返品されるか、逆に見切りということで、さらに安値で販売されるしかないのではないのでしょうか。それが現実だと思います。

さらに、以前から比較して、購入するということは、消費者にとって重要でしたけれども、そのネット販売とか、オークション等、対面以外の販売方法が広まった結果として、消費者の選択肢というものがより広がりました。今回の検討課題になっているフリーライダーというところで、恐らくネット販売というものが脅威になっていると思います。

より付加価値ではなくて、商品の価格でということだと思いますが、必ずしもそのネット販売がフリーライダーであって、その量販店とか直販店がそうではないかどうかというのは、それぞれ消費者のそれも選択肢の1つかなと感じております。

その次、4番目のところにまいりますけれども、モノやサービスが溢れている飽和市場において、ほしいと思える新商品というものは、実はもうそれほど多くはありません。ライフサイクルが短い食料品や日用品の新旧交代は非常に激しいです。季節が変わるごとに新しい商品だといって、いろいろ売り出されてきますが、それはライフサイクルが短いから、そういった形で消費者の購買意欲を刺激するのであって、逆にそのライフサイクルが長い家電ですとか、車ですとか、さらにもっと長いもので言えば、当然、消費者の懐ぐあいにもよりますけれども、本当に画期的な新商品の出現でならばともかく、リニューアルとか、マイナーチェンジぐらいでは、なかなか購買意欲というのは、そそられないというか、わからないという状況であります。

1人の人間がそこに書きましたけれども、それぞれモノやサービスに関して、購買の基準というものを持っていて、高級店と量販店・ディスカウントストアをそれぞれモノやサービスに応じて使い分けているのが現実だと思います。

洋服を例えばオートクチュールで買う。なかなかそういう人もいないと思いますが、そういう人がいると思えば、逆に日常のどうでもいいものというか、自分が価値がないと思うものは百貨でも買ってしまふ。それが同じ消費者に起こり得る状況だなと私は感じています。

ですから、最終的に消費者側からすると、消費者の納得感、それからコストパフォーマンスをどう見るか、それは本当に1人1人の物差しというものがあるって、1人1人の物差しに合ったものを選ぶ今の消費者ニーズにおいて、本当に最終的に選択の自由というものが私たち消費者側から見た一番の権利だと考えております。

次のページを御覧ください。

今回、ここに伺うに当たって、2月10日の皆様のこの御審議の際に提出された電子情報技術産業協会さんを初め、業界団体の皆さんからの、今の窮状とその御要望というものを拝見いたしました。

幾つか今回の流通取引ガイドラインを是非見直していただきたいという根拠として書かれていた理由があったのですけれども、そこには3つだけ挙げさせていただきました。

例えば、このガイドラインの見直しによって、消費者は末端価格だけで、本当の価値を見誤っているのではないか。消費者はもっともっといろいろなものに反応するはずで、その消費者ニーズに合ったものをメーカーは是非提供したいのだ。だから、最終的にガイドラインを見直したいと読み取ったのですけれども、そこに書かれていた理由が価格重視の消費者には、特売でセール。エコ重視の消費者には、環境配慮機能を。それから性能・機能を重視の消費者には、多分、高スペックで高価格の商品を、安全重視の消費者には、セキュリティーサービスをと矢印が1つの付加価値が1つの価値観ということで結びつけられて、理由が説明されていましたが、実は、私なら、全て備えたものを、より適正な価格、できればより安価に手に入れたいと思います。

1つのひもで括れないと思いました。

それから、2つ目のところでは、新商品を出しても、一様に右肩下がりで、価格が下落していってしまう。薄型テレビ、デジカメ、電子レンジ、エアコンしかり、91年比較で一様に全てどんなに新商品として出しても下落していってしまうと書かれていました。

ただ、これは申し訳ないのですが、消費者の常識として、技術革新が進めば進むほど、よいものが安く手に入ると実は思っています。

さらに、③番目のところで、新モデルとして新しい商品を本当に例えば新しい技術といいましょうか、特許をとっている技術を使って新商品を市場に出しても、出した瞬間からは価格は下がっていってしまうというコメントを拝見したのですけれども、実は消費者側は、ほしい商品は待ってでも、例えば1カ月、2カ月、長い商品ですと、2年待ってでも高くてもほしいものは買いたいのです。

ですから、もしかしたら、メーカーの皆さんが思っているこんなに苦労して出した新モデルがすぐに末端のところでは価格が下がってしまうのは、あんまりだと思われているかも

しれませんけれども、本当に私たちがほしいものが提供されてくれば、少なくとも消費者はそれに対して価格ではなく、他のもので価値を見出すと思います。

例えば、家電商品の中でも、メーカー名は言えないので、羽根のない扇風機ですとか、布団専用の掃除機ですとか、自動で部屋の中を動き回る掃除機ですとか、炊いたごはんを使ったパン焼き器ですとか、油を使わないフライをつくるフライヤーですとか、水蒸気を使った電子レンジ、オーブンの類ですとか、あとはきれいなお姉さん専用の美顔器などが中古品を見ても実は値崩れをしていません。

ということは、ほしいものはやはりほしいのです。価格ではなくて、そちらがやはり勝ると思っています。

今回のガイドライン見直しで、メーカーさんの思いだけのその価格維持というのは、本当に消費者の心に響いて、利益の循環につながり、本当にメーカーさんのところで、消費者の希望に合うようなイノベーションというか、新しい再生産につながるかというところ、このガイドラインの改定で、そういうことが起こり得るかというのは、ちょっと甚だ疑問であるというのが正直な気持ちでございます。

最後に、1枚おめくりください。

済みません。本当に最初に言い訳を申し上げたように、私たちのこのワーキング・グループでの検討課題を正しく理解していないかもしれないという言い訳のもとに、最後のまとめを書かせていただきましたが、生産、流通、消費の在り方は、本当に変わってきています。

今回、提案されている価格維持の問題と同様に、消費者ニーズの調査という課題も示されています。つまり、垂直の価格の問題と、それから価格を除いたそのマーケティングというか、消費者ニーズの調査というふうな課題が示されているのも理解しています。

それで、私自身が思ったのは、今の世の中で、量販店を通じて、消費者動向のデータをとることがメーカーさんにとって、どれほどの新商品開発にメリットがあるのだろうかとすごく不思議に思ったのですね。

実際、商品を買ってくれた人の調査というのは、もちろん大事だと思いますけれども、2番目のところに書きましたように、超高齢社会にもう突入しています。

それから、少子化・労働力不足、それから独居の人がどんどん増えてきて、世帯数もどんどん増えてくるし、50歳になったときに未婚の人は、男性では2割、女性でも1割、そういう時代背景とか、社会背景を分析したり、それから、今後、別のところで検討されていると思いますけれども、現在、利活用が検討されているビッグデータ、その活用方法として、クラウドなどのそういったことを利用してこそ、消費者があつと驚くイノベーションの源になるのではないかなと思った次第です。メーカーの人たちと流通の方が御一緒に何かをつくり上げたいというそのお気持ちはわかりますが、本当にチャンネルは物すごく幅広く、今、出ているのだと思っています。

本当に、最終的には、これに収束してしまうのは、甚だ本当に恐縮で申し訳ないと思っ

ているのですが、再販売価格拘束の規制を緩和するということには、添付の意見書に書いたとおり、消費者団体とすると、反対をさせていただいて、是非、メーカーの方には、この流通・取引慣行ガイドラインの見直しというよりも、もっと大局的なところで海外メーカーにも負けないような大きなイノベーションを是非実現していただきたいと考えております。

非常に簡単な資料と説明でございますけれども、以上で私どもからの説明を終わらせていただきます。

どうもありがとうございました。

○安念座長 どうもありがとうございました。

それでは、ディスカッションしたいと思います。

いかがでしょうか。

どうぞ。

○久保利専門委員 ありがとうございました。

弁護士の久保利ですけれども、私もJEITAさんに対して皆さんと同じような質問をして、このガイドラインが変われば、そんなにたくさん売れるようになるのですかそのストーリーを聞かせていただきたいと聞きました。そしたら、座長からそれは大変難しい問題だとおっしゃられて、余りストレートな回答が得られなかったので、今日お話を聞いていて、私とやや同じ問題意識なのかなと思った次第です。私はこのガイドラインを変えるということは、消費者の立場から言っても、あり得る話だとは思っていますけれども、それがどうして、そんなにいい商品がこれをなくせば開発され、たくさん売れることになるのだろうかというところがわからなかったのですね。

今のお話を聞いていて、そうやはり皆さんもお考えになっているのだなということがわかりました。

むしろ、逆に言うと、日本の電気製品メーカーから、だったらこうなのだよという説明をもう一度聞いてみたいと私は思っております、おっしゃることは私なりに理解しましたけれども、でもそれでおしまいではちょっと日本の製造業としてはだらしがないなという感じがありまして、その再反論をお聞かせいただきたいとかえって思った次第でございます。

本当に貴重な御意見をありがとうございました。感謝します。

○安念座長 松村先生、どうぞ。

○松村委員 まず、この委員会でも実は聞いたときに同じことをメーカーというか、事業者には指摘しました。イノベーションが進まない唯一の理由がガイドラインでは絶対はない。最大の理由でもきつとない。だから、これだけに原因を求めないでくださいと。メーカーの側にも問題があるということは自覚する必要はあると思います。

その意味で、メーカーにもっと頑張ってくださいというのは、確かにその通りだし、本当にいいものがつくられれば、このガイドラインのもとでだって、高い値段で売られてい

る例もあるというのも、全くその通りだと思います。

それで、これは経済学者が言うことではないのですが、私たち消費者の心理として、例えば売り出された直後に、メーカーは1万8,000円の価値があると思っているもので、それで1万8,000円で売って欲しいと思っているものが、どこかでどういうわけか1万2,000円ぐらいで売られていた。ひょっとしたら、客寄せみたいなつもりでおとりの的にやっているのかもしれない。

消費者には1万2,000円で買えた人がいたということが情報として伝わると、それが刷り込まれて、1万2,000円の価値しかないと思込んでしまう。もちろん合理的な消費者だったら、そういうことはないはずですけども、しかし実際にはそういうことは十分ありそうな気はする。この点は同意していただけますよね。

そうすると、基本的にその程度の価値のものという先入観のもとで、その後ずっと闘っていかなければならなくなる。仮に最初の段階で1万8,000円でうまく行って、本当に価値のあるものなら、その程度の価値のあるものだと消費者も納得してくれる。だから、本当に最初の立ち上がりだけ価格を維持させてくれれば、その後は価値で、品質で勝負できるのだけれども、最初に1万2,000円と刷り込まれてしまうと、もう闘えない。消費者の心理としても、1万2,000円で買った人がいるのに、自分が1万8,000円で買わされると、すごく損した気になるというのはありがちなことです。

そういうことが十分あり得るので、価値を訴求するのに、足を引っ張られないように、最小限のことをお願いしたいというのは、全く故なきことではないと思います。

2点目、是非わかっていたきたいのは、私たちはこの再販規制の改革に関して、消費者の利益を犠牲にして、メーカーの利益を増やし、これでメーカーの開発インセンティブを高めようとか、全体として不当に価格水準を引き上げるためにやろうと考えているわけではありません。この改革は消費者の利益にもなる可能性が十分あると思っているから、支持しているということは御理解ください。

普通の上流企業同士の、B社とC社との間での競争を制限するということをすれば、ほぼ確実に消費者の不利益になるのですが、同じC社の製品を売っているもの同士での競争があることが、本当に消費者の利益になるかどうかはかなり微妙です。

それは、C社の販売事業者間、下流企業間の競争の有無によって、出荷者の、上流企業の、C社の行動が変わるからです。上流企業が価格を引き上げる結果として、再販価格を拘束できないことが、消費者が不利益になるということも十分あり得ることなのです。この点は是非まず御理解ください。

それから、選択肢を狭めないで欲しいという点に関しては、むしろこのような垂直的な取引制限に関しては、規制が厳しければ厳しいほど、選択肢が減る可能性も十分あります。

例えば、メーカーが何かモノを開発して、これはD社だけの専売にすれば、D社内で価格は変えないでしょうから統一価格になります。再販規制に引っかかりません。

ところが、全く同じものをE社にも卸したい、しかし、安売りしてブランドイメージを

壊してほしくない、E社とD社で価格が違うとすごく困るなど思っているときに、ガイドラインがあって、価格拘束するわけにはいかないというのだったら、D社にしか卸さないという選択をすることによって、価格を維持する。つまり、上流の企業の行動が変わるという1つの典型的な例なのですけれども、そうすると、むしろ消費者の選択肢は狭められてしまうことだって十分あり得るわけなのです。

競争がなくなると、選択肢が小さくなるのではないかというのは、普通の財の場合には、確実にというか、かなり高い確率で起こることではあるのですが、こういう文脈だと、垂直的取引関係の文脈だと、必ずしもそうは言えない。私たちは決して消費者の利益を犠牲にして、メーカーの利益を増やすために規制改革を提案しているのではないということは、是非是非御理解ください。

○安念座長 何かありましたら、コメントしてください。

○全国消費者団体連絡会 ありがとうございます。

久保利先生のお話は共感していただけてよかったなというのと、松村先生のお話は、ああやはりそういう見方があるのだなということでも理解しました。

私も松村先生のお話で、メーカーさん側がその末端価格のところ、価格勝負になってしまうので、例えば、出荷をコントロールしたりして、消費者がその商品を手にする機会が減るかもしれないので、消費者にとってみると、余りいいことではないだろうというお話だと思うのですけれども、メーカーさんはそもそも、もし、今、先生がおっしゃったことが可能であれば、この価格のガイドラインの見直しは必要ないのではないかとメーカーさんが思ういわゆる希望販売小売価格というのですか。わかりませんが、そういったそもそも卸すときの価格で、商取引の私は今の日本のその慣行というものがよくわからないので、その量で全部を販売してしまうのか、残ったものを戻すのか、それから多少なりとも売れたものに対して、マージンみたいなものがついているのか、全くわからないので。

でも、もしそれが可能であるとすると、末端で価格で勝負されてしまって、自分たちの開発意図が伝わらなくて困るのであれば、出さないという選択肢は今の競争の中では可能なのでしょうか。

○安念座長 ええもちろん。

○全国消費者団体連絡会 それは大丈夫なのですね。

○安念座長 それは出荷しないというのはもちろん。

○全国消費者団体連絡会 ああそうなのですね。

でも、済みません、いいですか。

○安念座長 どうぞ。

○全国消費者団体連絡会 その出荷しないということで、その価格を維持したいというメーカーさんがいてもいいということではないのかなと思ったのです。

○安念座長 いいですか。

○全国消費者団体連絡会 はい。

○安念座長 ガイドラインは法律の規定を明確化するために作ったということになっているのですが、それほど明確化されていないということなのです。

つまり、A流通ルートに流したのであれば、B流通ルートからも売ってくれという要請があったら、メーカーとして当然に売らなければいけないという義務はないのです。それはある意味で当たり前の話。要するに自分の買い主を選ぶのは契約の自由の大原則ですから、それは当たり前なのですが、では常にいいのですかととなると、いやいやそれはつねにとは言えません、とこうくるわけですよ。そこに価格維持の目的とか機能とかというものが入ると、違法性を帯びる場合があります。こういう説明になってくると、一般論としては確かにそうだろうけれども、ではどこまでが黒でどこまでが白なのか、非常に困る。企業としては、一番困るのは、白黒のミシン目がはっきりしていないことである。なぜなら、ミシン目がはっきりしていないと、企業の担当者としては、一番安全サイドで行動せざるを得ないので、結局全部だめというのと同じだということになってしまう。

だから、この議論はいろいろな論点があるのですが、メーカーさんの一つの不満は、結局何がよくて何が悪いのか、何が違法で何が適法なのかというのは、言葉の上ではいろいろおっしゃるけれども、いざ実際の現場に自分が担当者として立った場合には、結局よくわからないので、では全部やらないことにせざるを得ませんねとなってしまうというのは1つあることは確かです。

○全国消費者団体連絡会 わかりました。そうか。

○安念座長 例えば、プライベートブランドのように、同一系列の全てのコンビニで完全に価格が恐らく全国同じだろうと思うのです。少なくともプライベートブランドに関する限りは、店舗間での価格競争はおよそないわけです。再販売価格拘束が一般的におかしいのであれば、それもおかしいと言わなければいけないはずなのだが、実は同じ価格で売ることこそ、プライベートブランドというものができて、消費者の利便性に奉仕しているのではないかという論法もあります。消費者サイドからすると、どうお感じになりますかね。

○全国消費者団体連絡会 確かに、今回のお話を伺ったときに、PB、プライベートブランドのことは、私たちもああそういえばそうだなと思ったのですね。商品設計を流通のところでやって、それでメーカーさんにつくってもらい、それを販売する。

ただ、消費者側から見ると、PBのいいところは全て流通さんが設計することによって、その最終的に全てかかる経費を初めから価格に入れている。メーカーさんがつくる場合は、メーカーさんの固定費やら、製造にかかるお金やらがあって、NB商品はそれでこのぐらい利潤を乗せればいいだろう。それに今度は卸で買ってきた小売業さんは、それに自分のところの経費を上乗せして、最終的にはまたそれにお金が雪だるま式に増えて、最終的に私たちが買うではないですか。PBはもうそれも全部見越した形で、利潤もほぼ決まった形で私たちのところに来るということは、そもそも商品設計自体が消費者側から見ると、選びやすい、どこでどんなマージンが取られているかではなくて、商品そのものがそういう形であるという、その理解がまず1つはあるのと、それからもう一つは、これは間違ってい

るかもしれませんがけれども、PBは、確かに流通の人が企画しているのですけれども、私は直販品だと思ったのです。

つまり、E社のPB商品は、E社の店でしか売っていないのですね。

つまり、どこがつくろうが、つくった責任者のところでしか売らない。E社の商品はその辺の店では売らないということは、直販をやっているのかなと思ったのです。

ということは、結局、そこには流通がつくっているけれども、変な形なのですから、なので、そこは直販だから価格は自分で決められるのだろうという理解をPB商品に関していうとしたのです。

あとはPB商品は、逆にNBとの間で、価格競争を強いられていて、そこでは品質だとか、様々本当に苛酷な競争があって、その中から選ばれるということになっているので、そういう私は理解をしました。あくまでもPBは直接販売されているものだろうと思います。

○安念座長 どうぞ。

○松村委員 それはルールを理解として、100%正しいと思います。

それは、流通事業者がやらなくても、例えばC社がつくって、C社が自分の資本でC社ショップをどんどんつくっていったとして、このC社ショップでしか売らないというのはまさに直販なわけです。これでやれば、自分のお店で売るわけだから、当然、同じ価格がついているでしょうし、法的には問題ありません。これと同じ理屈ではないかと思います。

それが法的におかしいというわけではないのですが、流通事業者間で競争し、流通事業者がいろいろな価格をつけている。違う価格をつけているというのが、消費者の利益だとすれば、直販だってその利益は実現していないわけですよ。

そうすると、法的にももちろん全く問題がないのはわかりますが、何で直販しかしない人たちは消費者の利益を損なっていないのに、直販からさらに他のところにも、自分がショップを出していない地域もあるから、そこに卸すが価格は同じにする、価格競争はないというのが、どうして直販のみのケースに比して、更に消費者の利益を損なっているのか。現行ルールに反しているかどうかではなくて、本当に消費者の利益になっているのかどうかという観点からすると、やはり同じ理屈で、後者だけ制限するルールはそのものがおかしいのではないか。

ただ、おっしゃったことは、私は100%正しいと思う。プライベートブランドはナショナルブランドと競争しているのではないかの指摘。これは全くその通り。更にプライベートブランドは別のプライベートブランドとも激しく競争しているわけですよ。だから、D社の店1軒1軒で価格が違わなくても、全然競争的ではなくて、暴利をむさぼっているとか、消費者の不利益になっているとかと思わないですよ。

○全国消費者団体連絡会 そうですね。

○松村委員 そこは激しい競争があるということがあるから大丈夫なわけですね。

だから、先ほどのテレビの例で言うと、C社とB社と、もちろんもっと多くのメーカーがちゃんと競争しているということ自体は、確かに重要なことなのです。

しかし、同じC社のテレビを流通業者が競争しているということが、どれくらい重要なのかということと言うと、D社のプライベートブランドとE社のプライベートブランドが競争していることは重要かもしれないけれども、D社の各店ごとで競争するという事は、それほど重要ではないのではないかという発想とつながってくると思います。

○安念座長 垂直制限、とりわけ再販売価格維持という行為が消費者の利益になるのか反するのか、あるいは中立であるのか。ここは常に問題となるところで、いわゆるブランド間競争、C社のテレビとB社のテレビとまた何かのテレビの間で熾烈に争ってれば、争うことが、消費者にとって大切なのであって、B社のテレビで例えばある店では5万円で売っている、ある店は4万8,000円で売っているという、そういう競争は要らない。つまり、B社のテレビは全部5万円ならそれで結構です、どこのショップに行ってもみんな5万円で売っている、そういう統制はしても構わない。そのかわり、ブランド相互間では血で血を洗う競争をやってくれればいと。それで十分なのではないかというのが、別にJEITAというか、家電業界だからというのではなくて、昔から1つの理屈としてある筋道なのですが、これはどうですか。直感的にユーザーというか、コンシューマーのマインドにとって受け入れやすい議論ですかね、それともやはり、それはちょっと違うのか、どんなものでしょう。

○全国消費者団体連絡会 おっしゃることは、松村先生のお話と安念先生のお話は、今、伺っていて、それも確かにああそういう考え方もあるのかなと納得したところです。

ただ、私がおの例え、今度は家電量販店のF社さんとG社さんとかを考えると、流通のところでも、やはり競争は当然起こっているわけで、おとなしく流通のところはどこで買っても、だから、B社は例えば5万円、C社さんも6万円、それぞれ多少なりともスペックは違うけれども、テレビで言えば、多分そんなに差別化はないと思うのですけれども、そういうふうになら売られていて、どこの量販店に行っても、同じという、それこそ購買意欲は起きないのではないだろうかと思うのですね。

消費者は、先ほど松村先生が1万8,000円を出されたものを、ああいいなと思って1万8,000円を買って、すぐに値下がりして、2,000円下がって、すごく損したと思うのと一緒で、できれば、そのいろいろなところを見て回って、自分の消費行動の結果として、本当に1日中歩いて、3,000円安い同じ型のテレビを見つけたら、私は物すごい満足感に浸れると思うのです。

○安念座長 それはそうですよね。

○全国消費者団体連絡会 それがなかなかきつとすごく有識者の方には腑に落ちないところだと思っていて、例えば、主婦の世界で言うと、当日の食料品のチラシをさっとネットにアップするサイトがあるのですね。そこで、トイレットペーパーがAのお店が今日は10円安い。納豆はBのお店が今日セールになっていて、15円安いという、それをはしごするのは。経済学者の方が考えると、そこにかかる労力と時間を考えたら、絶対に1カ所でたとえ定価で買っても、そちらの方が合理的だと思われるかもしれませんが、そこで赤

ん坊を背中に背負い、バギーを引きながら炎天下を歩いて、お店を4店、5店はしごするというのが、実際の消費行動なのです。

ですから、もし、そういう形で価格がどこに行っても同じとなったときに、私たちがそのことに対して、ある一定、例えば100ぐらい買おうかなと消費マインドを持っていたとしても、そのことによって、恐らくその消費マインドは60以下ぐらいに下がってしまうのではないかな。どこに行ったって同じなら、まあいいかと。あとは時間を見て、ライフサイクルの問題ですけれども、食料品とかは、やはりすぐ買わなければいけないので、そこそこあきらめもつきますが、例えばテレビだったら、半年ぐらいは別に待たたって壊れなければいけないのではないのという感覚を持ってしまうのですね。

本当に申し訳ないのですけれども、それが。

○安念座長 いやいや、おかしくはないですけれども、こういうことです。

再販価格維持の規制の合理性に疑問を抱く人々は、何もメーカーに全部再販価格を拘束せよと言っているわけではない。

つまり、あなたはどこの流通に卸すときにも、全部このテレビは5万円にしなさいと言っているわけではなくて、それを許すと言っているだけです。

ということは、そのメーカーの中には、再販で全部末端5万円で売らなさいというメーカーも出るだろうし、いやどうぞ御自由です、それはそれぞれの小売店さんで御自由にしてくださいという価格政策をとるところも出るだろう。そして、今、河野さんがおっしゃったように、ちょっとでも安いものを見つけると大いなる喜びであるので、そちらの方が売れるというのであれば、他のメーカーもやっぱりだめかと、ここを拘束してはだめなので、やはり自由に売らせたほうがいいなとなるであろうと思われるのです。結果として再販がやはりだめでしたというので、自由価格になるというのは、それは全然構わないことなのだけれども、再販で拘束するというのも認めるというのはだめですかね。

○全国消費者団体連絡会 事務局次長の板谷と申します。

○安念座長 どうもありがとうございます。

○全国消費者団体連絡会 そのメーカー、ブランド間競争があれば、結局選択肢は残るわけだから、それはそれでいいのではないかという議論が大分あると思うのですけれども、その点で言うと、例えば、逆にそれでいいではないかという話にしたとしたら、結局高い値段をつけたブランドというのは、選択されないわけですから、買われぬ。

したがって、意味がないということになると思うのです。

逆に私どもの意見書の1番のところの最初に書いてあるのですが、私どもは今回のJEITAさんの御提案をその1番の最初に書いてあるような形で、再販価格の維持によって、メーカーの利益を確保することで、調査力、開発力を強めたいという趣旨なのだろうなと受けとめて意見書を出しているわけですが、再販価格を維持することによって、結局選択されず、退場するという話になるのであれば、今回のこの提案自体が意味がないのではないかと思います。

逆に、そういうことに意味を持たせようとする、今度はこの垂直の緩和というものが、水平のカルテルに行かないと意味を持ってこないのだろう。

だから、したがって、そこに結びつくのではないかという不安を持っているということです。

○安念座長 わかりました。それはよく指摘される場所ですね。

はい。わかりました。

大体、河野さんを説得できないようでは、そろそろ退却せざるを得ないかという、そういう感じなのですが、今、紙にさせていただいた意見書も、今日のプレゼンもそうなのですが、ほぼ再販売価格拘束、価格維持について、反対であるという御意見だったと承ったのですが、非価格的な制限、例えば売り方をこうしてくれという注文をつけるとか、それからこのエリアでだけ売るとか、こういった非価格的な制限というものも非常によくあって、これについてもガイドラインは、ざっくり言えば、原則適法なのだけでも、やはり価格維持につながると違法なこともあるよねという書き方になっているのです。

いかがですか。これも、また、コンシューマーマインドとして、非価格的な制限であるならば、価格制限よりは許してやってもいいといったような感覚というものはあるのでしょうか、ないものでしょうか。

○全国消費者団体連絡会 その売り方に関して、価格ではなく、だから価格制限につながるようなその提案というのは、違反になる。でも、価格制限につながらないで、自分の商品を価格には関係ないところで価値を正しく消費者に伝えるために、小売店の人たちと協力するという点に関しては、違反ではないのですよね。

○安念座長 それは、実は、はっきりしないのです。

○全国消費者団体連絡会 それははっきりしていないのですか。そうですか。

私が思うには、現在、それがされていないかという、済みません。家電業界さんのところにちょっと例を集中して。

量販店さんに伺っても、新商品はそれなりに消費者の目につきやすいところに置いてありますし、それなりになぜこの商品が他の商品よりも優れているのかという、そのいわゆるプロモーションに関する情報というのは、かなりしっかりされていて、説明をする方もいらっしやったり、パンフレット等もたくさん置いてあったりして、それはそれで、今、現状、そういったおそれがあるとしても、少なくともなされてはいるのではないかなと。メーカーさんがそれで新商品を出されるからと言って、そういったこのガイドラインに抵触するのを恐れてそれをされないとはとても思えませんので、ちなみに、そういったことをされたことで、何かそれでルール違反になるから、それを恐れてメーカーさんがやはり積極的にそういった自分の商品の価値を消費者に伝えることを非常に二の足を踏んでいらっしやるというのが現状なのではないでしょうか。済みません。逆に質問するような。

○安念座長 彼らはそう言うのです。もちろん。

○全国消費者団体連絡会 先ほど申し上げたように、これも消費者側からの様々な心配と

どうか、懸念があって、簡単には検討といいたしめようか、利活用には進まないかもしれませんけれども、今、非常にその消費者のデータが消費行動も含めて様々なデータがいろいろなところに集まっていると思っています。

そういったところを共同で利用するというか、当然、分析する方がいらっしゃらなければ、データもただのあれだと思えますが、宝の山をどう活用していくか、今、政府でも非常に検討されていると思えますので、そういったところはみんなで利用していくという方向でマーケティングといいたしめようか、消費者のニーズに応えるという場所を見つけていただければなと思えます。

今回のこのことが、もし本当にメーカーさん、様々な業界のメーカーさんにとって、非常に大きな足かせになっているのであれば、それは御検討いただくことにやぶさかではございませんけれども、でもこのことが本当に大きな何度も申し上げているとおり、画期的なイノベーションにつながるというか、今、皆様方が御懸念に思っているようなことの解消に簡単につながる方策とはとても思えないですので、そのあたりは少なくとも消費者側から見ると、全く例えば流通の場面で、商品のよさをアピールする機会と場というものは、確保されているのではないかなという感覚を持っています。

○安念座長 わかりました。ありがとうございます。

私どもは別にガイドラインが足かせのために画期的な新製品が出ないのだと、それが最大のネックになっているなどと思っていないし、それはメーカーさんも思っていないと思います。

最初に河野さんがおっしゃったとおりで、要するに、売れるものをつくらぬお前たちが悪いのだよと、一言で言えばそういうことになるなら、それは私は全くそのとおりだと思います。

どうぞ。

○松村委員 ちょっと戻して申し訳ないのですが、板谷さんが御指摘になった点です。実は、公正取引委員会の人と同じような考えを持っておられるようで、どうしてもこの点の理解を変えておきたいのです。メーカーに利益がたくさん渡れば、その結果として研究開発をしてきて、その結果として回り回って消費者の利益になるではないかという、そういう理屈を仮にJEITAさんが言ったとしても、あるいはひょっとして経産省が言ったとしても、それを受け入れて、こうすべきだと言っているのではない。

もし、そんな理屈が正しかったとすると、それこそ、ではカルテルを結ぶことを認めればいいではないか。そうすれば、利益は出てくるではないか。この利益も消費者のために使うということになれば、消費者のためになるでしょう等と妙なことを言い出したら、本当に消費者のために使うという保証などどこにもないと反論すべき。そんな理屈が一人歩きしていったら、もうどんなものだって、正当化できてしまうということになりかねない。私たちはもちろんそんな妙な理屈を支持したりしない。そうではなくて、よいものを適正な価格でつくるイノベーションをしたところが儲かる。そういうことをしないところは儲

からない。こういう仕組みを作ることによって、よいものをつくるインセンティブを高めるということであって、お金を儲けさせれば、消費者に還元されるだろうという、いい加減な理屈は支持していない。企業に儲けさせるのが目的なのではなく、よいものをつくるところが報われるような制度にして欲しい、それを実現する手段をつくって欲しいと言っているだけです。JEITAさんのあの主張に対する御指摘は正しいと思うのですが、その理屈として正しくない主張を受け入れて、今回改革を提案しているのではないということ、是非御理解ください。

○安念座長 どうぞ。

○全国消費者団体連絡会 よく御趣旨はわかりましたし、理解いたしました。

消費者側も長く続いたデフレで、すっかり価格に対する感覚というか、ものをつくるということに対する感覚が鈍くなっているというのは、本当にそのとおりだと思っています。

今の世の中で、しっかりとした安全にも配慮し、環境にも配慮し、さらに消費者の使い勝手にも配慮し、かつ価格にも配慮した商品がこれだけしっかりと市場に出てくるというのは、本当に日本のメーカーさんの御努力によるところだと思います。

しかも、そこに人ももちろん働いていますので、人件費というか、労働力も乗ってくる。

そのあたりを私たち消費者は、適正価格ということを少し忘れていないのではないかなど。

そのあたりは、なかなかこれは世の中全体で思い知るといえるのは、なかなか厳しいものがあると思うのですけれども、でもどこかでやはりモノの値段というのは、やはりそれにかかった目に見えるもの、見えないもの全ての合算で決まるのだというところは、やはり理解しなければいけないというのは、今の松村先生のお話でよく理解したところでございます。

どうもありがとうございます。

○安念座長 ありがとうございます。

よろしゅうございますか。

では、今日はどうもありがとうございました。

(全国消費者団体連絡会 退室)

○安念座長 どうもありがとうございました。本当に。

では文科省さんに入ってくださいませ。

(文部科学省、経済産業省 入室 着席)

○安念座長 どうもお忙しいところ、お出ましをいただきまして、ありがとうございます。

続きまして、第3議題「国立大学によるベンチャー育成のための環境整備等」に移らせていただきます。

それでは、文科省さんからお願いします。

○文部科学省（豊岡課長） 文部科学省でございます。

本日は、特定研究成果活用支援事業の実施に関する指針に関しまして、御説明をということで、私の方から簡単に御説明させていただきます。

お手元に、資料をお配りさせていただきましたけれども、色のついた3枚の資料ですね。指針についてというものと、2枚目に参考とございます出資範囲の拡大と、それから3枚目に事業スキームが出ております。

その資料を使って御説明申し上げたいと思います。

まず、指針について御説明いたします前に、2枚目の「(参考)」を御覧いただければと思いますけれども、この事業「国立大学法人等による出資範囲の拡大について」ということをごさいますして、昨年12月に、さきの臨時国会におきまして、これを可能とする産業競争力強化法案を成立させていただいて、この4月からこの制度が施行されているということをごさいます。

それで、事業のスキームにつきまして、簡単に次の3枚目で御説明申し上げたいと思います。3枚目の下の方に【事業スキーム】という形で図示をしております。

左手の中ほどに「国立大学法人等」とございまして、その横に「認定特定研究成果活用支援事業者」とございまして。

こちらがいわゆるベンチャーキャピタルということをごさいますけれども、この事業者として、まず国の方に文部科学大臣、経済産業大臣に対して、認定の申請をしていただくわけをごさいます。

その認定を行うに当たりまして、照らし合わせる指針というものが後ほど御説明申し上げる指針ということをごさいます。

この事業者が文部科学大臣、経済産業大臣の認定を得ますと、それを前提といたしまして、左側の図にごさいます国立大学法人ですけれども、こちらから出資を行う前提ができるわけをごさいますけれども、その出資に先立ちまして「政府」という枠の中から、青字で「認可」と書いてございまして。国立大学法人評価委員会という組織に対しまして。これは法律上の要請をごさいます。この認可についての意見聴取を行った上で、認可になりますれば、国立大学法人から出資ができるという仕組みをごさいます。

この事業は、4つの大学が基本的に対象となって準備を進めてございまして。

東京大学、京都大学、大阪大学、東北大学という4つの大学がこれに向けて、今、準備をしているところをごさいますけれども、いずれも、この特定研究成果活用支援事業者という形で新たな法人、会社を設立し、その中に投資事業有限責任組合を設けていくということで、左下にごさいます「大学発ベンチャー等」に対して、黄色い字でごさいます「経営上の助言、資金供給等の支援」を行っていく。

一方で、国立大学法人は、これに対して共同研究その他の連携をしながら、このベンチャーを国立大学法人としても、様々支援していくという形のスキームになってございまして。

2枚お戻りいただきまして、この認定を行うに際しまして、文部科学省と経済産業省で指針というものを策定いたしております。

黄色い色をつけているところで、この法律の条文を書かせていただいておりますけれども「実施指針に照らし適切なものであること」がこの認定の要件となっているということ

でございます。

認定の指針でございますけれども、ブルーの色がついたところに、ちょっと簡単に書かせていただいておりますが、まず「(1)事業者が満たすべき体制に関する要件」ということで、株式会社が無限責任組合員として業務を執行する投資事業有限責任組合であるということ。また、事業の実施に必要な知識、能力、経験を有する役員をその事業所に備えていただくこと。

3つ目に、支援・投資委員会。これは、出資の意思決定を行う機関でございますけれども、これを置いていただくこと。この際に、学外者を3分の2以上とし、かつ、学外の社外取締役を1名以上置いていただくというようなことを条件としております。

また、次のポツでございますけれども、役員及び支援・投資委員会を監督・けん制する機関を設置していただく。

それから、次のポツで、技術に関する研究成果の見極めですとか、事業化の可能性を判断するための体制をきちんと備えていただくといったことが主な内容になってございます。

それから(2)でございますけれども「事業の進め方に関する要件」といたしまして、民間事業者からの資金供給が行われるものであること。

次に、政策目的を踏まえて、適切な分散投資を行っていただくものであること。

それから、次の点でございますけれども、民業の補完に徹していただくということ。

それから、次のポツでございますが、計画期間を通じて得られる総収入額が総支出額を上回るように、出資先の事業の進捗状況、収益性を適切に評価すること。

それから、事業の実施に必要な資金の出資、人的・技術的援助が国立大学法人その他の関係者との適切な役割分のもとで行われること。

それから、情報の公開に関しまして、事業の透明性を確保するものであることといったことございまして、これは「官民ファンドの運営に関するガイドライン」閣僚会合の方でお定めいただいているガイドラインの内容を反映して、このような形で指針を定めております。

実際の各大学における検討につきましては、先ほど文部科学省内に置かれております国立大学法人評価委員会という組織が認可を行う、認可に当たって意見聴取をさせていただくわけですが、この中に、官民イノベーションプログラム部会という有識者の組織を設けてございまして、こちらの組織の方に制度設計の段階からいろいろとアドバイスをいただきながら、各大学準備を進めているというところでございます。

簡単でございますが、私からの説明は以上にさせていただきます。

○安念座長 ありがとうございます。

経産省さんからもコメント。

○経済産業省(佐藤課長) 特にございませぬ。

○安念座長 ああそうですか。わかりました。

それでは、ディスカッションをいたしましょう。

どなたからでも結構でございますよ。

では、川本さん、ちょっとペーパーを出していただいているから、ちょっとざっくり御説明いただけますか。

○川本専門委員 どうもありがとうございます。専門委員の川本でございます。

私は、今、御説明いただいた指針を見させていただいて、意見を書かせていただきました。

言うまでもないことですがけれども、私、ベンチャー、日本の特に科学技術を基にしたベンチャーは、日本の成長の新しい核をつくる上で大変重要だと思っています。非常に巨額なこの1,000億円の予算を、最大限効果を上げるものにしていただきたいという思いを非常に強く持っております。

皆様の日ごろのいろいろな御努力に敬意を表したいと思っておりますけれども、前回、12月13日ですね。ワーキング・グループに豊岡課長、来ていただいて、いろいろお話をいただいたわけですが、そのときに出てきた論点として、幾つか気になる点がございまして、それに基づき、4点ほどまとめさせていただいております。

この問題は、12月13日もそういう議論が出たと思うのですが、もともと日本の官も民もベンチャーキャピタルの投資にはちゃんと成功してきていないという点が出発点です。一生懸命みんなやってきたけれども、やはり成功していないという十分な反省に基づいて、もう一度政策を考えるというのが基本姿勢だと思います。

その観点から、まず第一に業務執行法人等の独立性確保というのを明示していただきたいと思っております。

これは、もともと一番12月13日の議論で気になった点です。「投資家としての大学」は、今回、全く新しい機能として大学に付与されることになる機能ですね。

これまでずっと伝統的に大学に与えられていた、科学技術の研究主体という役割との関係をどう整理するかということになります。非常に大事な問題でございます。

投資家としての機能というのは、投資案件を発掘し、審査して投資決定、モニタリング、育成支援を行う、長きにわたって専門的能力が非常に必要になるところであります。

これについて、前回の議論では、投資をマネージする会社をGPと呼んでいますが、文科省さんからはGPを大学のある意味事実上の子会社にするということが前提になっていると承ったと思っております。

その点については、専門的な能力を発揮させるという意味で、科学技術研究主体としての大学に完全に従属したGPということになりますと、非常に懸念が強いのではないかと思います。

それから、同時にそのGPについては、大学への資本的な従属関係があるだけでなく、GPを新たに創設するということが暗黙の前提になっていたように受け取りました。

これについても、なぜ創設をしなければいけないのかと思っております。私も民間でファ

ンドの資金を集めた経験がありますけれども、一番言われるのは、やはり、投資のトラックレコード、実績でございます。

民間の機関投資家等からお金を出していただくときに、ファンドマネジャーとして実績があるということを示さないと、なかなかお金を集められないという事情があるのですが、創設を条件にしてしまうと、その点でも非常に懸念があります。

今回、指針を見させていただくと、その2つの点、GPを大学のコントロールのもとに置くという点と、それから創設をするということは、いずれも指針には明確に書いておられません。

これについては、基本的に指針を見る限り、何か私どもの懸念を反映していただいたのかなと思うわけでございますが、そういう意味で、2つ解釈があると思うのです。

解釈Aは文字どおり、大学がGP資本的なコントロールに置くということも認定の条件ではないし、それから創設の条件でもないとする。従って実績を上げている(独立した)ファンドマネジャーを選ぶということもこの指針のもとで許されると。それはある意味で、逆に大学が自分の責任においてそれをやるのだという、文字どおりにそういう解釈をするというのが解釈Aです。

ただ、もう一つは、もしかしたら、いろいろ事前に準備をされているという中で、事実上、この前、12月13日にお伺いしたようなGPは資本的にやはり大学のコントロールに置く、あるいは創設が条件だというようなことが前提となって、実際話が進んでいる。暗黙の指針みたいになっているのが実態、という解釈Bです。私としては、是非その解釈Aだということを文科省さんあるいは経産省さんの方から、政府として明確にさせていただきたいなと思っております。

それが私の意見の第一でございます。

第2の点でございますが「専門能力の高いGPの選定」ということで、これはもう皆様御承知のように、この投資スキームが成功する上では、どういうGPを選ぶかというのが本当に一番大事なことになってまいります。

しかも、先ほど来のお話の中で申し上げましたように、既存の日本の金融機関もこVC投資で実績を上げたところは正直言ってめぼしいところがないというのが現状でございます。

日本のVC投資は大規模な伝統的な金融機関の子会社のVCという業態が中心となっていたのですが、私も複数の業界のVCの経験者から聞いたのですけれども、ベンチャー企業に投資をして、うまくいかなかったときに、その投資した株式を、起業家に買い戻す約束をさせるというようなことが慣行としてあるということです。ある意味で全然リスクをとらない、日本だけのベンチャー投資の慣行なのですけれども、そうした慣習になってしまったというのが、これまでの日本のベンチャー投資の民間の限界でございます。

したがって、どういうGPを選ぶかというアドバイスを受けるときに、日本のソースだけに頼ってはいは、到底うまくいかないのではないかと。実績を上げているのは、やはりアメリカですから、アメリカの事例・ノウハウをどうやって吸収するか、あるいは国際的なベ

ンチャーキャピタルの投資ネットワークをどうやって選定に生かしていくかが重要です。GPの選定プロセスは各大学の責任ということになりますが、これは本当に知恵を尽くしてやっていくことが必要で、まさに大学ごとに有識者による選定の委員会をきちんと開いて、そのプロセスも事後的にも検証が可能になるようにすべきでしょう。詳細にどういう議論をしてこのGPにしたかということもきちんと事後的にも検証できるようにする、それをむしろ指針上、きちんと義務付けるというのが、質の高いGPを選ぶ一非常に難しい作業だと思いますが一最低条件かなと思っていまして、是非それを指針にも位置付けていただければと思います。それが第2の意見でございます。

第3でございます。

指針の二（6）で先ほど課長も仰った民業補完に徹し、民間資金も最大限確保するということを述べられております。

方針として賛成いたしますし、評価をさせていただきたいと思います。

他方で、指針二（10）に、事実上、目標とする収益性にこのファンドの目標とする収益性については、ゼロ以上であればいいということが書いてあるように読めます。

ここは民間資金を導入するという趣旨から、ちょっと矛盾することかなと思っております。やはり、機関投資家などから、資金を導入していくときには、やはり一定の収益率を設定して、それを目指すという形で投資をしていかなければ民間はついてこないということではないかなと思っております。

したがって、その点でも、収益目標について、きちんと設定するという指針上も定めるべきではないかと思っております。

それでは、どうやって民間の補完や民間資金の導入を図っていくかということなのですが、その大学のお金の使い方なのですが、大学のLPとしての投資割合は、全体の各VCのファンドの半分以下にとどめて、むしろ認定の条件として、大学以外の民間の方の出資を半分以上引っ張ってくるということがそのVC発足の条件だよということで、各大学に努力していただくのがいいのではないかと。

そういう能力のあるGPでなければそういうことはできませんし、かつそういうプロセスで、これまでベンチャー投資に経験のある機関投資家の方、これは海外に多いと思いますけれども、そういう方にも、是非有力なLPとして入ってきていただいて、そのモニタリングの知見も活用することができます。大学だけがこうした前代未聞のベンチャーの投資のモニタリングをするという負担を担えるものではないと思いますので、そういう形にするのが一番いいのではないかと。それによって、民間資金も確保されますし、同時に長期的なモニタリングが可能になるということではないかと思っております。

長くなって済みません。

第4点ですけれども、二（14）のところに、研究者の自主性や国立大学法人の主体性を尊重するとともに、国立大学法人等が行う教育や学術研究に支障を来すものでないことというのが認定の条件として挙げられております。

この(14)の文章自体に、私、何ら反対をするものではございませんけれども、ここの認定の指針として書かれるのはどうかと思います。今後、そのVCが投資を行っていくときに、その投資を判断する上で、科学技術の研究の成果を投資の対象にするのですけれども、おそらくそれだけではなかなか投資の判断はできない。なぜならば、科学技術研究というのは、科学技術研究であって、ビジネスの上で、これが本当に投資に値するかどうかというのは、追加的に実証的なデータをその理論に基づいて出していただくとか、あるいは理論に基づいた試作品、プロトタイプをまずつくってもらうとか、そういう追加的な作業が必要になると思います。

これには、いわゆる研究者の協力が不可欠であると思います。

しかし、その研究者にとっては、実はそういう作業というのは、科学技術研究上は余り高い評価ではない。それは理論的に最先端を求めるのが科学技術研究ですから。

しかし、そういうものにも協力してもらわないとなかなか実際に成功できる投資ができないというケースが多く出てくると思うのです。

そういうときに恐らく、私が想像するに、研究者の方が、いやいやそういうことは指針(14)もあるので、自主的な研究の妨げになるのでできませんという根拠になるのではないかと考えております。したがって、その文脈で指針に入れるということには、非常に疑問が大きいということで、削除していただいた方がいいのではないかなというのが私の意見でございます。

以上、長くなりましたが、是非この事業、私、是非成功していただきたいと思っております。御配慮いただきたいと思っております。

○安念座長 ありがとうございます。

川本さんのおっしゃる民間資金の導入のところの考え方は、一種のマッチングファンドみたいな考え方で、民間で集めてきた金が、大学から出るお金、ということは、つまりは公金ということだけれども、それを投入する上限になるよと。つまり、民間で金が十分集められないようなプロジェクトについては、大した金はどのみちつかないからねという考え方ですかね。

○川本専門委員 そういうことです。

○安念座長 いいですか。わかりました。

ありがとうございます。

文科省さん。ちょっとコメントがありましたら、どうぞお願いします。

○文部科学省(豊岡課長) 川本先生、貴重な御意見ありがとうございます。

4点の御指摘があったと思います。

それで、冒頭おっしゃいましたこれまでの反省といいますか、これまでのやったこと取組をどう生かしているかということについて、1点申し上げたいと思うのですけれども、この事業を制度設計するに当たりまして、御指摘のように、これまでの事業がどうだったのかという実績みたいなものは十分踏まえて検討したつもりでございます。

その際に、やはり大学発ベンチャーに課題があると指摘されておりますのは、ベンチャー企業へも担う技術面の課題とか、経営面の課題とか、あるいは大学発のものであるということで、いろいろ民間の資金が集めにくいというような資金面の課題とか、そういった課題がこれまであったという御指摘がございます。

今回、この制度設計をするに当たりまして、この課題が1つのところで大学を核としまして、3つのこれまでの課題が解決できるような制度設計ができないかということで、先ほど絵の方で申し上げたような仕組みを作ったということで、改めて御説明いたしませんけれども、まず、大学にある技術力、それから、大学が民間企業、経営ノウハウを持った方をそこに集める。それから、その資金を使って、事業化を図っていくというその3つの課題を1つに合わせて隘路をから出て行こうというような制度設計をしたつもりであるというのが1点でございます。

それから、まず1点目に、独立性の確保という御指摘がございました。これは前回、この場でも御指摘いただいて、私ども大学がこの事業をするに当たって、実際に投資を行う会社が経営判断をしていく、その経営判断の独立性をきちんと確保していくということは、極めて重要なことだと思ひまして、そこはそうようになるべく制度設計をその後進めてきたつもりでございます。

その1つとしまして、先ほど色のついた絵でも申し上げたのですけれども、きちんと投資会社において、その投資の意思決定を行う支援・投資委員会をきちんと置いてくださいと。その構成員は学外者を3分の2以上にするということで、これは最低限ということでございますので、各大学がもっとそれ以上に学内者を少なくすると。あるいは場合によっては学内者はいないといった形の検討を、今、いろいろしていただいているところでございます。

そういうことで、やはり大学のこれをやりたいということと、ビジネスとしてやる事業化としてふさわしいかどうかというのは違いますので、そこは大学には御判断が難しいというところがございますので、ここは大学の意思と投資の意思決定をはっきりと分けないといけないということで、例えば、そういう形の条件を置かせていただくことで、分離をしようと考えてございます。

それから、昨年、こちらの場でGPを子会社にするのが前提になっていなかったかとあるいは創設するのも当然の前提になっていなかったかということでございます。

この点については、その場でも申し上げたのでございますけれども、公金を使って、各大学、4大学で1,000億円でございます。大きな投資をするということでございますので、大学はそのお金を出して、あとは経営判断として、その会社に全てお任せするということでは、これは大学としての責任が果たせないのではないかとということがございまして、この公金を適正に使っていくことを確保する上でも、大学がこの会社に対する実質的な支配権は持っていなければやはりいけないだろうと、そこは変わってございまして、この指針の中にそれが出てきておりませんのは、先ほど、今後のプロセスとして認定、認可と

いうプロセスがございまして、認定された場合には、次には国立大学法人評価委員会の意見を聞いて認可をするということでございますが、その認可のプロセスの中で、きちんと大学の支配権というものが確保されるのかどうかは、見ていくことにしております。

ただし、またもとに戻るのでありますが、だからと言って、大学がこの投資判断に口を出してはいけないということは御指摘のとおりですし、私どもも官民イノベーションプログラムの有識者の先生方からそこははっきりと分けるべきだという御指摘を受けておりますので、そういう形態をとりながら、大学としては経営判断からはもう一歩、一線を画すると。

ただし、その会社がこういうことがあってはいけませんけれども、違法なことをやってしまうとかがあったときには、大学として、その出資をした責任ある立場として、ガバナンスをきかせないといけないということで、そういった支配権は大学に留保させていただくということは、引き続き念頭に置いておりますということでございます。

それで、どういうGPを選ぶのかという点もございましたけれども、ここも、この指針の上では、必ずしも新しいものを作っていたただかなくてはいけないことになっていないのですけれども、ただ、先ほどのこの会社に対するやはり支配権を最終的な公金の使用ということで確保していただく上で、ここは大学に支配権を持っていたただかないといけないという前提に立っておりますことから、各大学は、新たにこの会社を株式会社として立ち上げて、その会社がGPとなるファンドを設けてやっていこうというのが、多分、現在の大学の検討している中身でございます。

こういう会社を設立していくに当たりましては、どういう方がそこにふさわしいのか、それは川本先生がおっしゃいましたように、いろいろな情報を得て、適切に決めていかないといけないと思っておりますが、各大学では、それぞれ大学のネットワークもございまして、産学連携とか、あるいは企業との共同研究といった実績のある4大学でございますので、各大学ごとにそういった情報は収集しているというのが1点あります。

それから、先ほど申し上げました文科省内にございます官民イノベーションプログラム部会で、有識者の方にアドバイスをいただいております。このアドバイスも踏まえながら、各大学でよりふさわしい方ということで、人選も進めていただいているというのが実情でございます。

実際には、各大学において、説明責任を最終的に果たしていただかないといけませんので、この事業全体につきましても、御指摘の人選についてもでございます。

そこはきちんと大学の方で説明責任を果たせる形でこのプロセスをたどっていただくという必要があると思っております。

それから、民間の資金の導入に関してでございますけれども、ここは私どもも官民イノベーションプログラム部会の有識者の先生方からのアドバイスもいただいておりますけれども、またこの事業が民業補完に徹するということにもなってございますように、実際にはなかなか民間が手を出さないような大学のアーリーな段階のものについても、やっていくということを想定しているものでございますので、そこは直ちに大きな額の民間の資金

が入ってくるかというところ、そこは少し難しいところがあると思ってございまして、ただし、民間の方が全く入ってこないようなファンドになりましても、これはどうなのかということがございますので、あくまでの民間からの協調出資はいただくことにしながら、ただし、例えば先生がおっしゃったような2分の1以上はといった条件を現段階では設定してございません。

それはちょっと非常にハードルが高過ぎるのではないかとということもアドバイスいただいております、現在のところはそれほどの高いハードルを設けていないということでございます。

それから済みません。4点目で、研究者の協力と御指摘がありました。

これは御指摘のとおり、本当に不可欠だと思っております。

この事業をやっていく上には、会社の人選を含めた体制を整えるということも非常に大事だと思っております。

一方で、これを大学側がサポートしていく学内体制、これがきちんとできないと、やはり車の両輪になっていかないだろうと思っております。

したがって、この事業をしっかり支えるための大学の体制は、各大学もこれはもうしっかり認識していただいて、今、体制づくりをしていただいているところではございまして、その際に、研究者の協力が不可欠だというのはそのとおりでございます。

指針の中に、教育研究について、支障を来すようなことのないものであることと書かせていただいたのは、全くそれを否定する趣旨ではございませんで、この事業も大学の事業としてきちんとやっていきますけれども、これをやるから教育研究とか、大学の学生への教育とか、研究をおろそかにするものではありませんということをちょっと理念的に書かせていただいているものでございまして、そういう意図ではないわけですが、御指摘のように、協力体制をつくることは不可欠でございますし、また、そういった協力をしていただいた方がきちんと評価できるような学内システムも大事だと思っておりますので、そこは考え方が基本同じだと思っております。

長くなりましたが、ちょっとお答え漏らしたところがございますかもしれませんが、回答とさせていただきます。

○安念座長 佐藤さん、何かあります。

○経済産業省（佐藤課長） 少しだけ、コメントさせていただきます。

この告示は、経済産業省との共同告示でございまして、経済産業省としては、このGPを担う会社がやはり適正にGPを担うに値する会社であるかということが一番重要な観点として見ていきたいと思っております。その中で、ポイントとなるのは、川本先生がおっしゃったとおり、独立性の確保であったり、あるいはGPの構成員、会社の構成員に適正な方々がしっかり入っているかというようなことかと思っております、その辺を勘案して認定の指針について、文科省さんと協議をさせていただいたということでございます。

投資判断の独立性については、先ほど豊岡課長がおっしゃったとおりですが、投

資委員会の独立性をきちんと担保することによって、会社としての投資判断の独立性をしっかりと確保するというのを認定審査で見ていくことにしておりますし、また認定の基準はこの告示に記載されている基準でございますので、この認定基準に合ったものであれば、私どもとしては、きちんと受け付けて、審査を行いたいと思っておりますのでございます。

それから、2点目のGP会社としての専門性を備え、しっかりした人員構成等になっているかということについても、これは逆に各大学さんがしっかりつくってこられることを期待しているわけですが、私どもできちんと見ることが認定の際の審査だと思っております。これについては、大学毎にと川本先生が書いてございますけれども、私どもとしても、有識者に御意見を伺いながら、しっかりと実質的に会社の人員や体制が要件を満たしているかということを見ていきたいと思っております。

補足は以上2点でございます。

○安念座長 他いかがですか。

しかし、非常にアーリーな、ベリアーリーなステージのものであれば、別にベンチャーにしなくてもいいのではないかな。直接研究費の補助の方がかえって話が早いのではないかなと、これは素人の考えかしら。

どうぞ。

○久保利専門委員 これは桁が1桁2桁違えば別に何も言わなくてもいいなと思ったのですが、1,000億の桁の話になってきて、しかも、今、おっしゃったように、要するにターゲットがきちんと絞られていないという感じがいたしまして、申し上げざるを得ないと考えました。しかも、川本先生がおっしゃるとおり、いわば国がGPをどう選ぶとか、何とか評価委員会がと言ったって、大学のガバナンスのなさというのは、もう全国の人が知っているぐらい大学のガバナンスレベルは実は低いわけでありまして。そういう中で、実は、私事ではありますけれども、日本取引所の自主規制法人の理事として、新規上場というものを取り扱っております。つい先日ですけれども、サイバーダイナミクスという大学発の、筑波大学のベンチャーとして非常に有名なものの上場審査をいたしました。

これはいわばロボットスーツでございまして、ドイツでは公認されています。サイボーグ的に足につけて、健康の障害のある人に対して、トレーニングして、リハビリする機械をレンタルしている企業でございます。

結局、この企業、マザーズに上場いたしましたけれども、この会社の資本金がわずか33億円です。投下した資本、もちろんこれは大学が投下した部分もいっぱいあるでしょうから、必ずしも企業会計から全部クリアになるわけではありませんけれども、それにしても数十億でございます。

マザーズに上場して、大変高い評価を得て、現在、純資産は29億、69名の従業員がまさに専従で働いていて、ここのトップである山海先生は、寝食を忘れてここに全人生をぶちこんでいる。

私は一番心配するのは、説明責任も結構ですし、独立性も大事なのですけれども、それ

よりも誰がこの業務に全身全霊を捧げて頑張ってくれるのでしょうか。ベンチャーキャピタルに大学がお金を出す。問題はこの事業を本当にやる人は誰なのでしょう。大学でもファンドでもないでしょう。その人は一体どういう人が選ばれて、しかもその人はこれを事業をやるからといって、教育もおろそかにはしません。研究もおろそかにはしません。そんな人が100億円の対象になるほどいるのだろうか。本当に山海先生は1日3時間しか寝ないでやっているという、しかも彼の配下がたくさんいるわけです。100人近くいるわけです。

そのチームで、この作業をやってきた。こういうことを1つのモデルとして考えてみると、お金も大事だし、ベンチャーキャピタルも大事だし、透明性も大事だけれども、その前にそこで手を挙げて命がけでやりますという学者が各大学に30人、50人いらっしゃるのでしょうか。

そこをちゃんとクリアにしないで、これだけのお金を投入するというのは、私にはどう考えてみても、今の日本の財政の現状からすると、無駄遣いのように思えてしょうがないのです。ここから上場会社が50社、100社出ますというのだったら、それは大いに大賛成でございますけれども、そういう見通しについての御説明が全くなかったものですから、ちょっと心配になって発言をさせていただきました。

○安念座長 どうなのでしょう。

○文部科学省（豊岡課長） 会社について申し上げますと、この会社の経営を担う方がまさにそれにふさわしい方を各大学ごとに出資の規模とか、あるいは各大学ごとの強みもあると思いますので、そういったことも踏まえながら、どういう専門の方に、つまり専門の経営人材にその会社に入っていただくかということで、いろいろな検討を、今、いただいているということでございます。

この各大学のやろうとしている事業にふさわしいような人をどうやって確保するかということで、その御努力を、今、いただいている。

その方々が専門家として、投資の御判断をしていく。その上では、やはり内容が大学にかかわるような科学とか技術ということになってまいりますので、そういった技術面に明るく、そういう方も必要でしょうし、あるいは事業の立ち上げとか、あるいは投資の経験がある方とか、いろいろなこういう方が必要ではないかということはあるかと思えます。

そういったことを大学ごとに考えて、この事業を担っていただくのにふさわしい方をまず会社に確保しようとしているのが1つ。

それから、これは繰り返しになるのですが、学内でもこれは今までの研究者ごととか、研究室ごとの支援とは違いまして、大学が組織としてこれを事業化を後押ししていこうと。大学としても、この事業化を通じて、みずからの研究成果を社会貢献という形で結びつけていこうという事業でございますので、学内でも、きちんとこれをフォローしていく体制をとっていただく。その学内的な仕組みづくりというのも、並行してやっていただい

るということをごさいますて、こういった、まず、どのぐらいの規模の会社なり、投資額になるのかということ、先ほど先生がおっしゃったような桁が違うのではないかとということもごさいましたので、当初から全てのお金を入れるのかどうか、あるいは一部なのか、状況を見ながらや決めていくのかということ、そこはもうまた判断のあるところをごさいますので、当然、一時に全額を入れるかどうかというのは、また認可のところできちんと判断していきたいと思てごさいますけれども、こういった取組を進めていきたいと思ていているわけをごさいます。

○安念座長 いや、ちょっと待ってくださいね。

川本さんのおっしゃるのは、このスキームについて、果たしてワークするのだろうかという御心配です。それから久保利先生のおっしゃるのは、もう一つ前というか、実態論で、そのスキームが仮に整ったとしても、そもそも金を突っ込むだけの下品な言い方をするとタマがあるのかということですよ。

おっしゃるように、研究自体が大変なのだけれども、に商品化するという話ですから、その研究と商品化というのは、それはもう小林さんなどはよく御存じだろうけれども、研究室の間にデスマレーだのデスマウンテンみたいなものが腐るほどあって、みんな大体その間で死屍累々、ほとんど商品化に結びつかない。それをやろうと思たら、本当に死ぬ気でやるしかないわけですよ。

大規模な企業としてやるのではない。研究室単位、それから研究者単位でやろうというわけですが、そんな人本当にいるのですかというのは、これは伺わざるを得ないな。本当に。そういう人はそんなにいるのですか。

○文部科学省（豊岡課長） 大学としてそういう体制をとろうとしているということをごさいます。

○安念座長 いやいや、体制をとったって、ある意味で異常な人がいないと、それによってできないですよ。異常な人。つまり、パワーに溢れていて、欲が深くて深くて物すごいという。これは言ってもしょうがないけれども、川本さん、何か。

○川本専門委員 いや、まさにそうなのですけれども、そこら辺、どうやって成功させるかというときに、その研究を指導している先生が直接やらなければいけないのか、それに代わるどういう体制を組むのかというところが、まさに専門能力の高い実績のあるGPがいろいろ知恵を尽くしていくところだと思うのです。私の懸念は、もう一回スキームに戻ってしまうのですけれども、今のお考え、今日のお話で、やはり事実上、新しくつくったもので大学がコントロールをするものでないとだめだということのようです。やはり非常に伝統的な研究主体としての大学の影響のもとにあることを前提とされています。実はベンチャーというのは、既存の大学に異質のものをどうやって中に取り込めるかというのが本当のチャレンジで、これはそんなに言うほど簡単な話ではありません。大学にとって自分がもう逆に壊れるぐらいの話です。アメリカの実例を上げますとMITなども、大学のコンセプトを変えたのですね。

要するに、これまでの科学技術研究主体ではなくて、もう企業家大学なのだという、その大学のコンセプトを転換をした。それは学長が主導してやったのですけれども、それぐらいのことをやらないと、成功はできないのだと私は思っているのです。

○安念座長 我々の懸念は懸念で、実証しろと言われてたって難しい点だから、それは皆さんのお立場もあって、なかなか難しいことを申し上げてわからないのだけれども、両専門委員からの御指摘は、非常に重いものと感じています。はっきり言えば、1億や2億の金を突っ込むのであれば、まあ授業料でしたねと、それでいいのだけれども、桁が2桁違うのだな。非常に容易ならざる話です。

○翁委員 先ほど安念先生が異常なほど欲が深い研究者、大学の方が研究者としてパッションを持ってやらなければいけないというのは、そのとおりなのですが、またそういう人、個人が非常にプレゼンスを発揮し過ぎるのも、やはりこれはGPとの問題で、やはりGPが投資判断をするわけですから、やはりその人たちがきちんと評価をしなければいけないので、そのバランスが非常に難しいのだと思うのです。

ですから、それはガバナンス、大学がどうガバナンスするかということにもかかわってくるし、やはり久保利先生がおっしゃったように、私は大学のガバナンスというところには、非常にやや不安を感じているところでもありますので、非常にクリアすべき課題が多いなと思いますね。

研究者として、やはりそういう情熱を持った人は重要なのですけれども、同時に、会社の社長ですよね。CEOと投資委員会の委員長です。その人がやはり明確な強い意思を持って、大学とときには対峙しながらやっていかなければいけないのだと思っております。

○安念座長 両方いなければいけないわけでしょう。とてつもないパワフルな研究者、つまりそれは実際に研究を推進し、事業化していくのはその人ですよね。

一方、その人に鵜飼のように金をつけてコントロールするのは、これはGPなりあるいはGPの経営者だ。これは両方いなければいけない。それを大学でやろうということです。

○川本専門委員 ですので、大学になかなかガバナンスを期待するのは非常に難しいので、私が申し上げているのは、民間の、少なくともベンチャーに投資したことがある機関投資家、そういう人たちも入れる。その人たちがやはりこれなら、こういうモデルならお金を出して成功するだろうという確証を持った仕組みで発足させるべきだと思っております。ハードルは高いのはわかっているのですが。

○安念座長 研究機関として純化するなら、下手にガバナンスなどないほうがいいのですよ。みんな好き勝手やってねというのがいいに決まっている。

だから、MITがそのフィロソフィーを変えたというのは、本当に大学にとっては一大決断で、今までのような研究はもちろんやるのだけれども、それだけではないというのは、それはもうよほどのことだろうな。なんて言って、慨嘆調で終わってしまっても余り意味がないのだけれども、すぐに答えが出る話でもないけれども、今後も追々研究していきましょう。

どうも今日はありがとうございました。

(文部科学省、経済産業省 退室)

○安念座長 では次、やりましょう。

(IT総合戦略本部、アジアインターネット日本連盟入室 着席)

○安念座長 どうも皆さん、お待たせいたしましたして申し訳ございませんでした。

パーソナルデータの件でございますが、では、まずは早速で恐縮ですが、IT総合戦略室さんから御説明をいただけますでしょうか。

○内閣官房(瓜生参事官) IT総合戦略室の参事官の瓜生でございます。

私は資料4-1について、説明をさせていただきます。

資料が多ございますので、簡潔に15分程度と聞いていますので、説明させていただきます。

まず、資料4-1-①でございますけれども、これまでの経緯と今回の始めた中身を書いていまして、1ページ目でございますけれども、昨年12月20日に既にこの会議でも御説明していると思っておりますけれども、制度見直し方針というものをつくりました。

その簡単な中身ですけれども、背景はここで利活用が行われる一方で、プライバシー意識が高まっていて、社会的な批判を受けるような危惧が見受けられるということでございまして、ポイントは2つございまして、1つはいわゆる利活用に向けた見直しということでございまして、3つほど項目がありますけれども、保護されるデータの範囲をどうするかという点と、あと一方で、利活用するための本人同意を要しない種類のデータについてどう形を決めて、義務をどうかけるかという話がございます。

あとはセンシティブデータの話もございました。

2番目でございますけれども、一方で、プライバシー保護に定めるために、独立した第三者機関の体制の整備をするというものを主なポイントとして挙げております。

スケジュール感といたしまして、12月に制度見直し方針を決定した後、6月に大綱を決定をしまして、来年の通常国会に法案を提出するというのを昨年末に決めました。

2ページ目は組織の話なので飛ばさせていただきます、3ページ目でございますけれども、今回は、3月からパーソナルデータに関する検討会を再開していまして、それに当たって、事務局から最初の整理として出したもののポイントがこの3ページ、4ページ目でございます。

結局のところ、再度原点に立ち返ってといいますか、事業者のまずニーズはどうなのだろうかという話と、一方で、消費者の意識はどうだろうかという話について、いろいろな事業者の方に対しては、いろいろなヒアリングをさせていただきます、一方で、消費者の関係は、いろいろなアンケート調査等がございましたので、それを引っ張ってきています。

簡単に言いますと、その事業者のニーズでございますけれども、基本的にはやはり①から⑥までありますけれども、やはり定義、グレーゾーンが多いと言われておりますので、そ

の定義にしても、取扱いルールにしても、明確化をしてほしいという話がありました。

特に、②ですけれども、ただ、有用性が出てくる情報として、顔画像などの話ですとか、入手後にビッグデータとして活用する場合の再同意取得に係る負荷が大きいので、その点につきまして、本人の同意を得ないようにするような形の扱いを明確化してほしいという話がありました。

同じように③ですけれども、医療情報などの基準、ニーズが高いというものもありますし、④番目でございますけれども、これはEU等に展開している国際的企業におきましては、今、EUの制度は過度な負担をしているものに対して、そうではないような形にしてほしいですとか、⑤ですけれども、第三者機関を設立するのであれば、主務大臣を掲示することによる多重行政の回避を必ずしてほしいですとか、⑥は、ポータル的なものですが、その負担の在り方を考えていくものでございます。

消費者でございますけれども、アンケートなので、ちょっとポイント的に書いておりますけれども、まず、ビッグデータ利活用と、今、期待がどうかといいますと、4割ぐらいが「期待と不安が同じくらい」とかで、やや全体でいうと「不安」のほうがややちょっと大きいなというのがまずあります。

②ですけれども、抵抗感につきましても、中身によってちょっと変わってしまっていて、画像がすごく抵抗が高いのですけれども、購買履歴などは余り高くないとか。

③ですけれども、それについても、一応個人が特定できないような加工技術を使っていたら、その不安感が低減されるということで、こういう何かしら提言したものであれば、利活用に持っていけるのではないかというのがここから見えるのではないかという形で3番などは置いております。

④は、診療情報ですけれども、これも抵抗が大きいかといえば、そうでもなくて、条件によって許容できるという。利活用はしてもらいたいという話がありました。

⑤ですけれども、自己情報のコントロールみたいな話というのをちゃんとしてくださいというものを言っています。

⑥は、最後、第三者機関的な話ですけれども、こういういろいろな相談窓口、判断窓口みたいなどころはあるといいですねという話がございますので、こういういろいろな意見を踏まえながら、4ページ目でございますけれども、そのポイントといたしまして、①ですけれども、基本的にはそのルールの明確化を行うという話。

②ですけれども、そのルールの明確化におかれましては、負担に配慮しつつ、確認できる手段を用意するということが、本人の確認手段を用意するという話がございます。

③でございますけれども、これは重複の関係ですけれども、現行の主務大臣制と統一的な第三者機関の関係をちゃんと整備をするというお話があります。

④は、国際整合性ですけれども、これもちゃんと図っていくと。

⑤は、医療については、その公益の利用のために使う形にしたらどうかとなっているところ です。

こういうスタンスに立って、3月27日の第6回から7回、8回、9回と、9回はまだですけれども、第8回とやってきまして、7回、8回のところで個人情報のまさに定義の話と、権利の保護という話と事業者の義務の話というものをやっております、その中身が資料4のうちの②と③なのですけれども、一応資料4-1-②の方が概要版ということなので、これだけをちょっと今日説明させていただこうかと思っています。

1ページめくっていただきまして、1ページ目で「はじめに」というところですが、ここで一応、我々の基本的な考え方をあらわしているところをごさしまして、今回、IT総合戦略本部が始めたということで、最初の黒ポツですが、安倍政権の成長戦略において、ビッグデータ活用で、そういうものを行っていくという中で、特にパーソナルデータというものについて、個人の利益のみならず、公益のために積極的に利活用することによって、新ビジネスや新サービスを創出と既存産業の活性化というものを図っていきましょうというものが大目的として考えているところです。

それで、進めてきたわけですが、一方で、非常に個人情報保護法の制定以来11年が経ちまして、いわゆるICT技術が非常に発展してきて、十数年前には想定されなかったような、いろいろなやり方でパーソナルデータが扱われる形になってきておりまして、これによっていわゆる過去に個人情報と定義したものについて、それは概念が非常に広がってきているというか、グレーゾーンが広がってきていると認識をしています。

その結果、どうなるかと言いますと、消費者から言いますと、自分のパーソナルデータが悪用されるのではないかという不安感が顕在しておりまして、事業者から見ると、ちゃんと法を遵守したはずなのですが、社会的なプライバシーで批判を受けるようなケースが見受けられることになっておりまして、それで事業者の活用がなかなか、今、進んでいないのではないかという問題意識を持っています。

こういう現状を変えたいというのがございまして、それが3ポツ目ですが、ただ、原則として個人情報とプライバシー保護をちゃんとしているということで、消費者の不安感を排除しつつ、その利活用を安心して事業者が活用できるような環境整備をしたいというお話でございます。

それに当たって、留意点ですが、世界的な活動をする企業もございまして、センシティブデータとか適用除外等々の国際的調和のとれた制度をつくりたいという形で考えているところです。

そこで、2ページ目でこれは課題を解決するための視点として4点挙げられておりまして、1つ目が「グレーゾーンの拡大への対応」という話でございます。

2つ目が「消費者の不安を解消しつつ、パーソナルデータの利活用を推進する仕組み」でございます。

3つ目が「国際的調和を図るための適正な取扱い」ということです。

4つ目が「その他の対応」ということをごさしまして、早速、4ページ目ですが「グレーゾーンの拡大への対応」ということをごさしまして、まず、どういう形でグレー

ゾーンが拡大しているかというのをここでちょっと絵も踏まえて書いております。

典型的には、これまで個人情報とっていなかったような、今で言いますと端末のIDですとか、情報機器等を使った本人というよりは、そういう人がいるという形のものをデータとして認識をしまして、それに例えばどんなウェブを閲覧したかとか、GPSでどこにいるかとか、いろいろなそんなことがどんどんひもづいていくというのがございまして、それが異常に情報通信技術の発展によって、このようにいろいろなこれまでとれなかったようなパーソナルデータがどんどん集まっていっているというのがまず1つの発端かと思っております。

一番下ですけれども、複数のデータを組み合わせられると、それによって個人が特定される可能性が広がり、プライバシーを侵害する影響が高くなっていくというのがありまして、これに何かしら対応しなければいけないのではないかとというのが1つ目の話です。

2つ目ですけれども、次の5ページ目ですけれども、一方では、消費者の側から見た話ですけれども、こういう情報技術が発展して、いろいろなことが起きるわけですが、そうすると、消費者から見ますと、法律上、これまで個人情報と言われていないパーソナルデータというものであっても、要するに先ほど申し上げたプライバシーの侵害に当たるのではないかと出始めることによって、保護してほしいというものが拡大をしてきたというものがございまして、そうすると、当然のことながら、法律を守っている事業者と、不安感を増している消費者に対して、お互いの意見が一致したくて、どちらかという事業者の方がネット上等でいろいろ批判に遭うという形になっているのだと認識しております。

3つ目でございますけれども、まずそれで個人情報か否かという判断基準といいますか、法律上の書き方の問題でもあるのですけれども、現行では特定個人を識別できる情報というものがまずあって、括弧書きでその後に容易に照合できるもの、容易に他の情報と照合して個人が特定できるものというものをあえて入れることによって、容易に照合とどういうことかというのは、非常に曖昧になっている。要するにICT技術を使うと、いろいろなものをどんどん照合できるという力が増しますので、これまでITが進んでいなかったころにはできなかったものがどんどんできてくると、法律のもととやっている定義自体が曖昧になってきたのではないかとというのが問題点としてあるかと思っております。

それはちょっと例としまして、下にありますけれども、赤い枠の大きさが情報の量だとしますと、量が右下に行くと拡大をしつつ、さらに、これまで個人情報と非個人情報であって、グレーゾーンがほぼなかったであろうという分野が、ICT技術の発展によって、非常にいろいろな端末ですとか、位置データでいろいろなものが入ってきて、これがいろいろなグレーゾーンとして事業者と消費者側でちょっと意識の違いができていないかと認識しているところでございます。

さらにもう一つ、6ページ目でございますけれども、これはまた定義の問題になってきますけれども、このまさに個人情報のデータをある事業者が下にありますA社という提供

元の事業者がございました。その事業者から第三者提供という形でB社に渡すに当たって、いろいろ法律の義務がかかっているわけなのですが、基本的に法律の中では、個人情報であれば、本人の同意をとって出すのが原則になっていますが、一部オプトアウトという違うやり方もありますけれども、一方で、いわゆる個人情報ではない、本人が特定できないデータであれば、別にそういう義務はかからずに出せるであろうというところがばつと来るわけですが、その判断が非常に、今、曖昧になってきていると認識しております。

今、2つ判断基準があると呼ばれておりまして、それがAとBと上に書いてありますけれども、提供の元におきまして、特定できないような形に加工されているようなデータについては、提供しても問題ないであろうという考えから提供元基準と言われているものをごさいます。一方で、B社については、それを使っているわけですが、それで問題が起きるのがB社の方に持ち帰っていますけれども、今、そうではないものもいただいたところで、今、ICTは発展していますので、いろいろなデータベースをたくさん持っている。そういういろいろなものが入手しやすくなっている状態を考えると、ひょっとするとA社からB社へと行って、B社のところで特定ができてしまうのであれば、もともと個人情報を出したと同じことになってしまうのではないかという話がありますので、そうすると、上のBの基準ですけれども、結局、Aでは大丈夫なのだけれども、Bで本当に大丈夫かというのをちゃんと認識した上で、それでも安全なものを出すべきではないかというのが提供先基準というものがあります。

そうすると、A社からしますと、B社がどんな状態かわかりませんので、非常に難しい基準と言われてはいますが、そういうことになってきている。この辺で第三者提供における扱いが非常にグレーになっているのではないかというのが6ページの言いたいところでございます。

以上が、問題点でございます。7ページ、8ページは例でございますので、飛ばささせていただきます。9ページの解決策なのですが、グレーゾーンというものが存在しているという絵がありますけれども、それについて、まず1つ目でございますけれども、特定の個人を識別していないと、いわゆるこれまでの個人情報の概念には入らないのですけれども、やはりその取扱いによっては、権利利益を侵害して、プライバシー侵害にも至らすようなものに対しては、何か一定のたがをはめるべきであろうと考えては、それについて、仮称ですけれども、我々事務局の案ですけれども、準個人情報と類型化して、いわゆる保護の面でそういう定義、義務をかけるという形でしたらどうかと考えているところでございます。

2つ目の先ほど申し上げた個人情報はどうかと、適用に当たるかどうかという判断ですか、第三者機関における判断につきましては、法律で書くというものなのですが、ストレートに情報の技術の進歩によっていろいろ変わってくるものもありますので、できれば新しくできた第三者機関のガイドラインですとか、事前相談等々におきまして、明確化にしていくのがいいのではないかと考えているところでございます。これが1つ目

の話でございます。

2つ目の個人特定性低減データ、つまり利活用のためのデータでございますが、11ページ目でございますけれども、これまでの絵で恐縮でございますが、基本的に絵の上にありますけれども、赤字で書いてありますけれども、本人から利用目的の変更とか第三者提供するために本人の同意を得る必要があったと。これが要するにビッグデータの活用が広がっていきますと、全てにおいて、数多くの人にいろいろな目的変更について問い合わせるのを非常に難しくなってくるというのが事業者側から負担として言われているところでございます。

とは言いながら、ではどういう形で定義をすればいいかということですが、12ページ目でございますが、これは低減が失敗した例としてちょっと左側の2003年当時にアメリカのある知事の事件を書いておりますけれども、左側の保険会社のところで医療データを氏名だけ抜いて出したという例がございます。

一方で、右側の市役所のところで、知事とかの投票者というか候補者の名簿が氏名等々、生年月日と入って入って、これを実は2つ突合しますと、性別と生年月日と郵便番号で1人に特定されてしまったと。

要するに、不十分な節目だけ削ったような提言データというか、匿名データというのは、公開することによって、本人が非常に被害を受けたという例がございますので、それとどういう形でこのデータを低減、特定性を低減させれば、安全とニーズを流通させることができるかというのを考えるのが今回の制度上の手当てではないかと感じているところでございます。

そこで13ページ目でございますけれども、これまだ1つの案なのですけれども、上の文章は下の絵の説明なのでございますが、一応その個人特定性低減データという真ん中のものがあるとしまして、それは、今、個人情報という、たまたま先ほど事務局が提案している準個人情報とかどちらからも生成すると考えた場合には、個人情報におきましては、結局、特定の個人を識別できるものを全て削除する加工をすればいいだろうと。上の絵の例でいくと、当然、氏名とか削除されますし、住所などは都道府県ぐらいにまとめるとか、そういうような形でやることによって、先ほどのアメリカの知事のようなことは起きないであろうと判断していますし、あと準個人情報につきましても、数多くの事業者が共通で使えるような携帯IDという危険性があるものについては、それを取っ払ってしまって、仮名IDと書いてありますけれども、1事業所の中でしか使えないようなものまで低減してしまえばいいのではないかとか、そういうプライバシー等を侵害しないような低減の加工方法を提案しようと考えているところでございます。

さらに、その上の文書の2つ目のパラにありますけれども、こういうものを出す事業者に対しましては、第三者機関に対しまして、こういうものを出しますという情報の提供というか、届け出をすると同時に、受け取った事業者に対しては、さらにその受け取った情報を、本人を特定するという、禁止するというのを法律で行うという制度的な措置を行う

ということになって、その技術的な面と制度面の両方で手当てをせよと検討しているところでございます。

次も例示なので飛ばさせていただきます、次に国際的な調和を図るもので2つございますが、1つは、いわゆる「機微情報」、センシティブデータを言われているものでございまして、国際的な諸外国の制度を見ましても、機微情報というものをちゃんと定義している国も多ございますし、一方で、我が国も、今、主務大臣制で行われているガイドラインにおきましても、機微情報といろいろなものを定義して、原則やはり取扱いを禁止するという形になっております。

これについては、国際整合性をとりつつ、現状の我が国のガイドライン行政というか、そちらの制度とあわせようとする、機微情報は何らかの形で定義をする必要があるのではないかというのが1つ目の話でございます。

2つ目は、法律の対象となった事業者の範囲の話なのですが、過去10年前におきまして、ある一定の規模の小さい事業者を適用除外して、負担を低減するという観点から、法律ですけれども、6カ月以内のいずれの日においても、5,000件超えない場合については外れるというお話をしていたのですが、こういうまた裾切れといえますか、外し方をしている諸外国は全くないものもありまして、さらに医療の関係でいきますと、診療所等などは特にこういう少ない情報ですけれども、非常に機微情報を扱っているものもありますので、そういうところについては、こういう適用除外を見直したらいいのではないかという話をされているところでございます。

それで、18ページ目でございます。対応策でございますが、国際的な状況とあとは国内ガイドラインの状況を踏まえまして、機微情報として4つほど定義したと書いてあります。人種、民族等に関する情報ですが、思想、信条等に関する情報は②でございますし、③は社会的身分とか門地とか言われているところでございますが、その情報で、④が前科・前歴でございます、あと医療はちょっと例として原則禁止すると、まさに医療改革に使えるものがなくなってしまうので、医療は別途扱いを変えるべきではないかということで、第9回で議論をする予定でいます。

一方で、事業者につきましては、5,000件要件を外すのですが、それでも全部事業者が入ってしまうと困りますので、一部、適用除外の説明でありますけれども、販売されているものをそのまま使っている人たち等々を抜いたらどうかと思っております、さらには、一番下に赤字がありますけれども、いわゆるまさに小さな規模の事業者については、過度な負担になりますから、それに対して、例えば機微情報を含んでいない情報しか持っていないですとか、販売しないというものの条件で何かしらの義務を外すというのはどうかと、今、検討しているところでございます。

最後「その他」でございますけれども、20ページでございますけれども、そのいろいろな事業者に対して義務のかかる特に目的の公表ですとか、開示とか、訂正とかの事業者が義務を負うわけですが、それについて、対象データの範囲がこれも負担軽減のため、

6カ月以内に消去されるものについては、対象となっていないという話になっていたのですが、それについても、先ほどのICTの進展でいつ発表しますと、いろいろな情報がすぐに集まって、すぐに消されるような状況になり、かつ一方で、いろいろな情報が瞬く間に拡散していくというような形もありますので、ちょっと6カ月と聞いたらちょっと長いのではないかという話が起っておりまして、ちょうど6カ月という規定を削除して、何かしら保護する範囲を広げるというような話をしているところでございます。

以上が中身でございまして、22ページ目がその一覧になっておりまして、23ページ目はそういうことで、これまで申し上げた情報の定義がどういう形で全体に最後になるかというのが直した絵ですけれども、下の方にありますが、一応5つカテゴリーで座長からおっしゃられたのより多いかもしれませんけれども、個人情報がありまして、中に機微情報がございます、それからちょっと特定性がないものですが、保護すべき情報として準個人情報があり、さらに利活用のためにある程度自由に使う範囲として個人特定性低減データというものがあるという形の状況になるのかなと考えているところでございまして、それぞれの情報に対して、ある事業者に義務がかかるわけですが、それが24ページにありますとおり、個人情報と真ん中に準個人があって、右側に行けば個人特定性低減データがありますが、結局、グレーのところは義務はないとしますと、右に行けば行くほど義務はなくなっていくという形で、ある程度右側に行けば行くほど利活用の促進という形で制度を設計できないかなと考えているところでございます。

ちょっと時間がオーバーしましたけれども、説明は以上でございまして。

○安念座長 どうもありがとうございます。

それでは、次に、AICJさんに御説明をお願いできますか。

○アジアインターネット日本連盟 AICJの方から御説明させていただきたいと思っております。

ヤフー株式会社の別所と申します。

AICJ、Asia Internet Coalition Japanという団体がございまして。

基本的には、インターネット上でビジネスをしている会社の集まりでございまして、インターネットに関する政策についての提言とか、理解促進活動ということをしていただいております。

今回のパーソナルデータに関する見直しについて、私どもとしては、幾つかの懸念点があります。今日はそれをお話しさせていただきたいというところです。

そもそもパーソナルデータの見直しの出発点は、私どもの理解としては、ビッグデータの利活用だと考えております。経済政策、産業政策として、ビッグデータの活用は非常に重要だと思っておりますし、これからいろいろな可能性が出てくると思っております。AICJの加盟各社全体のデータはちょっと手元にないのであれなのですが、ヤフー単体だけで申し上げましても、年間約700億円の税金を納めさせていただいております、これは日本の法人税総額の約1%ほどでございまして。その基本的な源泉というのは、やはりビッグデータを活用した様々なビジネスにあります。相対ではもっともっと大きくなると

思っていますので、その利活用が妨げられないような制度設計をお願いしたいと考えているというところです。

ビッグデータに関して言うと、実は、私ども、よくパーソナルデータ検討会のいろいろな議論に関して意見を言っているのは、ヤフーとかグーグルとかにすぎないという意見をよく聞くのですけれども、ある意味そこはやむを得ないかもしれないと思っています。

といいますのは、私どもが多分見ている絵姿と他の会社様が見ている絵姿がもしかすると若干違うかも。ビッグデータの時代になって、一種のパラダイムシフトが起きたのだと思っています。

今まで、データプロセッシングというのは、データの処理がちゃんと決まっていて、何をインプットして、何をアウトプットするとかわかっていたわけですね。なので、どんなデータを集めてくるかということから、そのデータを加工して、どこまで持っていくということが非常に見えていた。ですから、個人情報などに関しても、どういう利用目的で使うことができるのかということがあらかじめわかかってデータを集めていた時代です。

ビッグデータになってどこが変わったかということ、データをありとあらゆるものを集めてきて、その中から新しいものを見つけていくということで、データを集めるときに、そのデータは個別に最終的にどんなものになっていくのかがわからない。ただ、お客様対応になることを目指したいという意識はありますけれども、目的を明確にわかるような形でのプロセッシングを前提としているものではなくて、データの収集が限りなく、自由にかつ広く行えることができないと、ビッグデータそのものと呼べるようなデータが集まらないというのが現状です。

そういうパラダイムシフトが起きている中で、今回のそのパーソナルデータに関する検討が進んでいるというところなのですけれども、なかなかそこは御理解いただけていないのかと思います。

私ども、よくお話しをさせていただいていると、ユースケースを見せてくれと言われるのですけれども、そのユースケースがたくさんある状態ではなくて、まだデータを集め出した状態だというのが認識しているところです。

ここでユースケースをという、そのユースケースに従って何かをということであると、枠にはまってしまって、自由なデータの利活用ができなくなるおそれがあると思っているというところでございます。

もう一つは、現在、個人情報保護法の見直しをしていただいている最中ですが、確かにグレーゾーンがあるという声はなくはないと思っています。ただ、それによって具体的な実害が何かあるとか、損害が発生しているかということ、実はそういうことはないという認識です。

消費者の方々の方が不安だという声も聞きますけれども、具体的にどんな不安があって、どんな損害が発生するのかということは、実は明確になっていなくて、ただ単に不安とだけしか言われていないというのが実情です。

明確に何か事が起きるといのがわかるのであれば、それに対する具体的な対策というのは可能だと思っているのですけれども、漠然とした不安に対して、何か対策をしてくれというのが一番取組が非常にしにくいのだろうなと思っています。

そういう意味で言うと、立法事実たるものの細かい部分が実はきちんとわかっていない状態ではないかと私どもとしては認識しています。その中で、制度設計がされていくということが一番恐れているというところです。

私たちの主張としては、基本的には本来の目的だと言っている成長戦略に沿ったものにしていただきたい。将来のデータの処理の在り方も含めて、未来を見据えた制度設計にしていきたいということと、個人情報も含めてですけれども、個人に関するデータというのは、そのデータそのものが社会的な機能を持っています。これは言うまでもないと思いますけれども、個人の名前も、個人を識別するための記号として社会には存在していますし、個人が存在していることによって発するデータというのは、今でも役に立っているわけですね。その人が意識するしないにかかわらず、通行している道路を見直すとなると通行している人たちの量は必要ですし、実際にリアルなお店でも、リアルのお店の品揃えというのは、来ているお客様をきちんと見て、それを反映してお店づくりをされたりしています。来ているお買い物をした個人の方だけではなくて、他の買い物をしているお客様にそういう環境というのは還元されていくという意味で言うと、そのデータの持つ社会性は非常に大きいと思っております。

その社会性を損なうことなく制度設計をいただきたいということと、もう一つはグローバルに戦える規律にしていきたい。

インターネットの場合は国境を簡単に超えてしまいますので、グローバルに戦える規律でない私どもとしては耐えられないと思っております。その3点ということと、もう一つは、やはりフェアにいろいろな検討をしていただきたいと思っています。

なかなか事業者の意見を言う機会がこれまでなかったということもあって、フォーマルにきちんと事業者の意見を言えたりするような機会が担保されるといいなと思っているというところです。

資料の前半のところは、今、申し上げました総論部分のところカバーされておりますので、資料の6ページ目のところから、若干個別の話をさせていただきたいと思っています。

1点目は「個人情報」の定義です。

私どもの課題意識としても、容易照合性という要件の取扱いだと思っています。私どもとしては、その容易照合性という要件そのものを見直して外していただきたいというのが一番大きいところです。

今、何が起きているかという、容易照合性というのは、データを持っている事業者を基本的には基準に判断されています。そうすると、氏名とか住所とかというのを、その利用者のIDと結びつけて、あるデータベースに入れておきます。その人の住所とは別なデー

タを例えば、閲覧履歴みたいなデータを持っています。その履歴をどこかで照合するために、ひも付けするためのキーをつけなければいけないわけですね。そのキーをつけて、どこかで照合できるようになっていて、そのデータベースにたった1人でもアクセスできたら容易照合だと言われてしまっています。

そうすると、結局、氏名とか住所を持って管理している事業者自体は、全てのデータが全て個人情報だという枠に今ははまっているというところなんです。

私どもは、情報の安全性という意味で言うと、個人の住所とか氏名とか、特に決済情報などは別に切り離して持っていたいと思っていますし、Cookieを始め、そのキーで簡単に結びつけるようなものは、履歴情報みたいな軽い情報とセットにして別建てに管理をしています。

そうすることによって、万一外側に置かれているデータがアタックされたとしても、重要な情報を内側に置いておくことで、一定のセキュリティーを保つことができるのですが、今この基準からいうと、そういう管理をしても全て容易照合なので、個人情報が漏えいしたと言われてしまうという状態です。セキュリティーの観点から考えても、そういうデータを区分けして保存するというようなインセンティブを働かせるという観点からも、容易照合性のところはきちんと見直しをしていただきたいなと考えております。

それから、2番目が7ページ目の準個人情報と、新しく出てきたところですが、私どもとしては、この情報区分が本当に必要なのかどうかはかなり懐疑的であります。

今回は、ビッグデータの利活用ということで検討が始まったはずで、規制範囲を拡大するという話ではなかったという理解でいます。現実はこの準個人情報をめぐる議論を聞いていると、規制の拡大としか捉えることができないと思っています。その観点でいうと、本当にこのカテゴリーを新設する必要があるのだろうか。

先ほども言いましたけれども、グレーな領域があって困るという事業者が確かにおりますけれども、現行法をどうきちんと解釈していくのかということからは、まさに各企業あるいはその各企業が使っている法律家の仕事でもあって、その人たちがきちんと一義的には判断して、適切かどうかというものを世の中に問うていくべきだと思っていて、それをすることなく、頭の中で考えた新しい基準でグレーゾーンを拡大してしまうというようなことが本当に政策的にいいのかどうかということが、私どもとしては疑問に思っているところでもあります。

あと、8ページ目ですが、その準個人情報に関していうと、現在提案されている準個人情報というのは、実は第三者提供が禁止されています。例えば、資料中出ているものでいうと、IPアドレスとかCookieと言われているものを準個人情報の中に入れようとしているのですが、そういうもので持ったデータの第三者提供ができない。

実は、インターネットの広告の技術というのは、Cookieの情報を使って、Exchangeと呼ばれている機能を使って、いろいろなデータをいろいろな事業者が持っているものを重ね合わせていって、適切な広告を出すような仕組みをもう既に導入しています。では、そう

いうものができなくなってしまうのかというような課題にも直面するということなのです。

全体的に、今、技術的に何が行われていて、ビジネスの最先端で何があるのか。ここから先、どこまで、全部を予見することはできませんけれども、2、3年先の技術水準というのは予見できますので、そこまで見据えて、きちんとした規制の枠を考えていただかないと、事実上、今あることもできなくなるというようなことが将来されるおそれがあると思っています。

それから、9ページ目は個人の特定性を低減したデータというものを定義して、これを比較的自由に流通させたいということだということなのです。

この特定性の低減という視点だけがここに入っているのですけれども、特定性を低減させればしていくほど、データの有用性も欠落していくというような関係にありまして、このバランスをどうとっていくかということは、非常に課題だと思っています。

ここを何らかの形でア prioriに決めることができるのかどうかというのはかなり疑問だと思っています、この決め方も非常に要注意ではないかと思っています。

10ページ目は「機微情報」です。機微情報に関しては、その機微情報の定義によるとなっておりますけれども、差別とかプライバシー侵害につながりやすいというようなものもありますので、法の適正な定義と取扱いというのは、ある程度枠組みは必要かなと思っています。

ただ、機微情報も、その機微情報の中身によるので、何でもかんでも例えば本人同意が必要だといえるかどうかというのは、非常に疑問なものもあって、分野別にもしかすると細かく定めていただかないと難しいかもしれないと思っています。

多くの方々が機微情報の例をしてよく出される医療情報があります。個別の疾患の情報は確かにその方の治療に関する情報としては、その人にとっては機微な情報ですが、医学の領域は例えば主要な研究でコホートの研究とかをしています。コホートの研究をしていくためには、やはり全てのデータが必要なのです。データの悉皆性が必要なものというものがあって、そういうような機微情報というのは、個人の同意とかということではなくて、集めざるを得ない。集めることによって役に立つ、その人自身にとって役に立つかということ、実はそうではなくて、次世代の治療のために役に立っていくというようなことなので、まさに先ほどちょっと言いましたけれども、個人のつくり出すデータの社会的な還元という観点から考えるものが重要だと思っています、機微情報の中でもそういうものがあるので、個別に細やかに見ていただく必要があるのではないかなと私どもとしては考えております。

あとは、私どもがもう一つ懸念しているのは、国際的調和という中で、EUの制度を大分意識されている委員の方とかがいらっしゃるのですけれども、特にEUとのデータのやりとりをもっと自由にできるようにしたいと。EUからデータを出してくるためには、EUから十分性を認定されなければデータが出てこないというものがあって、その十分性認定を取るに必要なだけの水準にしたいというような声があります。今回のプライバシーコミッショナ

一を置きたいということの背景の1つにもそれが入っていると思っています。

しかし、私どもが何度もいろいろなところで申し上げてはいますが、ヨーロッパが十分性認定をする根拠というものが、実は明確ではないように思われます。たとえば、オーストラリアと南米のある国では、ともにプライバシー法が整備され、プライバシーのコミッショナーも置かれているものの、片や十分性認定が全く認められず、片や十分性の認定をされているということがあります。

日本がこの制度水準にしたからといって、十分性認定がされる保障があるとは限りません。その保障がないにもかかわらず、規律だけ厳しくしてしまうということについては、私どもとしては疑問だと思っているというところです。

今、簡単に幾つか御説明させていただきましたけれども、やはり私どもとしては、今回の本当の目的がデータの利活用であれば、データの利活用ということがきちんとできるような制度設計を是非やっていただきたいと思っています。そうならないと、日本のデータに関するその産業というのはグローバルで戦っていけなくなると思っているという次第です。

以上でございます。

○安念座長 どうもありがとうございました。

ディスカッションをいたしましょうか。

まず、私から伺いますが、範疇が増えたこと自体はともかくとしてもですが、個人情報取扱事業者の義務、言い方を変えれば禁止事項に広狭の違いが出てくるという理解でよろしいのですか。

つまり、機微情報を1番にしましょうか。最も禁止及び義務付けの程度が高い。個人情報はその次、準個人情報は個人情報グループの中では最も緩いと。こういうグラデーションになっていると構想されているのでしょうか。

○内閣官房（瓜生参事官） 原則そういう形だと御理解いただいて結構だと思いますが、我々の資料4-1-②の24ページ目に書いておりますけれども、まさにどれぐらい厳しいか緩いかというと、結局本人の関与がどこまで強いのかというか、結局要するに何をすることも同意をとるのが一番厳しい。事業者側にとっては負担がかかるものだと、基本的そういう基準で考えているのですけれども、まさに機微情報であれば、常に本人の同意を取り続けなければだめでありますし、一方で、個人情報は一部本人同意がなくてやれるところも、第三者提供のところが出てきますし、あと準個人情報が実は本人がわかっていないので、本人に同意をとるとか、アプローチがなかなか難しからうというのがありますので、そうすると、通知をするなり本人の同意をとるのが無理なので、それを外した上で、せめて例えば目的を公表する上では、誰かは知らないのですけれども、一応公表していれば気づいた人がやってきたら、この人が言っているのだったらそれで対応しましょうという、やや本人に対して少し動いてもらって、本人に負担をかけるような形で守るのが準個人情報になっているのかと思っていまして、さらにそれが外れていって、個人特定性低減デー

タでいきますと、基本的な原則は自由といたしますか、同意をとらずにいろいろ提供するなり活用をしていただくというのがあるのですが、唯一、義務がかかるとすると、そういう特定をされていない状態で動いているものですから、もう一つ特定すること自体をやめてくださいねという、最低限そこまで守っていただければ使えますという形まで義務が低減されているというようなグラデーションをつけるのかなと、今、思っているところです。

○安念座長 その場合、特定性低減情報が利用できるのは、その個人識別性が極めて低く、個人情報ではないから利用できるという整理ではないわけですか。

○内閣官房（瓜生参事官） 法律的に個人情報であるとか、ないとかというのを初めにしますと、個人情報ではなければ一切義務はかからないというような法律的な整理になってしまうかと思っております、そうではなくて、何かしら、今、申し上げた再特定をしないという義務をかけるのであれば、何かしらその法律の範囲内のあるデータというか、非個人情報といって、そういう定義をかけるという考え方もあるかもしれませんが、我々の考え方からすると、ある情報というものを定義した上で、それに対してある義務をかけるという考え方をしますので、全くその個人情報保護法の範囲から外れてしまうような非個人情報の言い方をされると、ちょっと違ってくるのかなという考え方を持っています。

○安念座長 違うと何がいけないのですか。

○内閣官房（瓜生参事官） まさに、今、申し上げました提供先で何をされてもいわずとめようがないということです。

結局、出す側は個人情報がないと思って考えて、非個人情報で出すのですけれども、それが出したところで、いろいろなことがされてしまうというのをどうとめるかということです。

○安念座長 でも、その懸念は従前の非個人情報でも等しく存在するものではありませんか。

参事官、どうぞ。

○内閣官房（濱島参事官） 今の座長の御議論なのですけれども、要するに個人特定性低減データというものを個人情報に含めるのか、含めないのかというようなことの趣旨の御質問だったわけですね。

○安念座長 そうです。

○内閣官房（濱島参事官） ちょっと瓜生のお答えに対して、ちょっと補足という形にしたいと思っているのですけれども、これをどういうふうに条文にして起こすかということについては、立法政策的にはこれから議論があるところだと思うのですけれども、いずれにしても、フルの個人情報とは違う情報として取り扱わなければならないが、その規制は必要であろうというようなカテゴリーのものであるということをございます。我々はそういうコンセプトでいるわけをございます。

○安念座長 それは積極的に定義できるものですか。つまり、今までは0、1の世界、あ

えて言えば個人情報とそうでないものだけの世界です。個人情報については、個人情報保護法でいろいろな禁止とか義務がかかっている。

一方、個人情報でない情報は少なくとも個人情報保護法上は格別のレギュレーションはないのであって、もちろん民法上とか、そういうものはまた別ですが、個人情報保護法上は禁止や義務がかかっていない。

しかし、考えてみると、従前の非個人情報だって、どういう加工の仕方をするか、どれだけ手間暇をかけるかによって、結構センシティブな情報にいわば出世するという可能性は今までだってあったはずで、それなのになぜ新しい低減データというものが出てきたのかがちょっとよくわからない。つまり、それは具体的な定義を伺ってみないとわからないというところはもちろんあると思うのですが、そういうカテゴリーをつくらなければならないものですか。

○内閣官房（瓜生参事官） まさにどこまでを加工するのか、先ほど申し上げた識別性もそうですけれども、どこまでやっておけば識別性がなくなったか。なくなると非個人情報ではないですから、その判断が非常に難しくなっているのだらうと思っています。我々が少し考えたのは、そうすると、ほぼそこまで完璧にこれは非個人情報ですという事業者がいなければ、恐らく自由に出てこないだろうなど、逆の考え方だと思ひまして、そうすると、ある程度楽なというか、最低限のちょっとした加工をしておけば出してもいいですよ。個人情報の同意を取らなくても出していいですよという条件緩和といいますか、出し方を楽にした上で、ただし、そういう言い方をすると戻る可能性が高くなってしまいますので、もらった人は最低限これはしないでくださいねという、事業者の出しやすい負担の形を考えて、それで最低限のルールを決めるという形で我々として模索をしようと思ひまして、まとめて言いますと、今まで出す側が個人情報があるかないかを一生懸命判断して、個人情報でないという立証をするぐらいの勢いを持ってやらなければいけなかったのを、ある程度加工していけば自由に出せるのであって、その責任を問われませんよと、もしも変なことが起きたときには、受け取った側が悪いのですよという形にすることによって、データが回ってくるのではないかと考えて制度設計をしようとするところです。

○安念座長 受け取った側の危険負担というか、責任というものを重視したカテゴリーと考えればよろしいわけですか。

○内閣官房（瓜生参事官） はい。

○安念座長 なるほどね。

どうぞ。私ばかりしゃべってもなんだから。

○川本専門委員 今の問題については、アジアインターネット日本連盟さんの方は、そこは事後的な、民事的な関係とか、そういうもので現在のところは対処すべきではないかというのが結論ですか。新たな規制は必要ないと。

○アジアインターネット日本連盟 そう考えております。

今のお話でも、もしそれを受け取った側が何らかの形でその個人を識別するもので照合

したとすると、その受け取り側にとっては個人情報になってくるわけなので、そうすると個人情報としての保護の対象になってくるので、自然にそちらを保護されるのだと思っておりますけれども、それを受け渡す側であらかじめ禁止をしておく合理性があるのかどうかという観点について言うと、かなり疑問ですし、二重にそこを保護をするメリットがあるのかどうかというのもわかりませんし、あるとしても、債権的にしか保護できないわけですね。加工しないでくださいと、民法上の義務を課すということしかできないわけなので、それよりは個人情報になった瞬間に、個人情報としての保護がかかりますといった方が、保護しては手厚いのだと思っています。

○安念座長 私も全く同感で、簡単な加工をすれば外に出せますよという程度ならまた簡単に復元できるはずで、そうすると、悪いやつはどうせ復元するだろうし、それから受け取った業者が真面目であれば、その頭を部分を個人情報の識別できる情報をくっつけて、個人情報にしてしまうと、それはそれでビジネス判断をしますね。そうすることが損だと思わないだろうし、それでもなおかつ利用価値があると思うなら、別の金庫にがちり鍵をかけて保存しておくということになるのであって、どうもその加工してから出すというのは、いろいろお考えになった結果だろうと思いますが、やや気休めではないかなという気がするのです。どんな加工技術というのが今のところ業者さんというか、専門家の間では検討されているのですか。

○内閣官房（瓜生参事官） 先ほど来御説明しましたけれども、13ページ目にありますけれども、結局、個人情報の顧客IDがあって、氏名があって、住所があって、生年月日があってという明らかに個人情報になりますというものなのですけれども、恐らく個人特定性低減データをもらいたい事業者からすると、基本的にある名前は言わないけれども、何とかというちゃんとした人がいてというぐらいの情報がほしいとすると、これぐらい多分、都道府県とか、生年月日とか、いろいろと仮名IDとかを残さなければいけないのだろうなという認識を持っているのですけれども、一方でこれはでは現行の個人情報保護法で容易照合性を観点からどうかと考えたときに、恐らく仮名IDとかが残ってしまうと容易に突合ができ、情報が出てしまうのですけれども、これを消しなさいと、どんどん消す情報が増えていってしまうと私は認識しております、先ほど別所様もおっしゃっていましたが、消せば消すほど有用性がなくなってくるのであれば、有用性をいかに残した上で、簡単な加工データで出せるような形にすることが非常に重要だと思っております、それを今回の措置によって、それを出しやすく、こういう形の情報でなるべく多く情報が残る形で出すことができないかというのは、今、技術的に考えているところでございます。

○安念座長 いかがですか。

○小林専門委員 有用性を残すことは、やはり扱い方によって極めてリスクだということの裏返しなので、本当にどこで線を引くか、最終的にはそういう決め事をしなければいけないのでしょうか。これは非常に難し過ぎて、我々が聞いていても判断に迷ってしまいます。どういうところできちんと定義したらいいかというのは、本当に最後の使わ

れ方で、先ほど言われていましたけれども、多分、全く想定できないところで使われると思うのです。

今、市民の方にいろいろなアンケートをされた、先ほどお話にありましたけれども、多分、その人たちがお答えしたイメージと違うところで使われてしまうようなところがあると思うのです。

そうでないと利用価値がほとんどないのではないかなと思っていますね。

○安念座長 我々もまた今後、連携を深めていかなければなりません、まず1つは、加工技術についての御研究、それはそれで結構なのだが、どれだけ考えても、多分1年たつと、ほぼ無駄だったなということになる。この世界は私の聞いたところでは、5年前は古代史といわれるという世界ですね。だから、これは決め方をよほど工夫して、汎用性というか、長持ちするような決め方をしていただかなければいけないでしょうね。もう一つは目的外利用については意味がない、その規制は意味がないということですね。

ビッグデータというものは、何人かの方から御発言があったように、何に使うかわからないからこそ意味があるのであって、初めからわかっているのなら、紙のアンケートだってちっとも変わらないし、だから、それは規制の一つのイヤマークとしてはもう機能しないのだろうと思いますね。

それともう一つですが、これは私のつぶやきにしかすぎないけれども、日本独自の規制は、多分意味がないだろうと思うのです。

よく一昔前に、資本はすぐに国境を越えられる、だから、資本に対する規制の甘いところに金がたまるぞといったのですが、そんな生やさしいものではないですね。資本が移動するには、それなりの手続は要るし、そもそも金が要る。

だけれども、この世界は金も要らずにクリック1つということなので、最も緩やかというか、むしろ最も合理的な規制が敷かれているところにどうしてもデータが集まってしまふ。ですから、率直に言って日本独自に考えてもある意味ではしょうがないのではないかなと、ちょっと投げやりな言い方ですけども、私はそのような感じがしてどうしようもない。

わかりました。もう時間もありませんし、皆さんにはお忙しいところ、御参集いただきまして、またいろいろコミュニケーションしたいと思います。

今日はどうも皆さん、ありがとうございました。