

平成 24 ~ 25 年度消費者委員会活動報告

平成 25 年 12 月
消費者委員会

本報告は、平成 24 年 9 月 1 日から平成 25 年 8 月 31 日までの 1 年間の消費者委員会の活動についてまとめたものである。

目 次

委員長巻頭言「第2次消費者委員会の活動を振り返って」	5
----------------------------	---

第1章 消費者委員会について

1. 消費者委員会の概要	19
2. 第2次消費者委員会の活動（平成24年9月～平成25年8月）	19

第2章 委員会会合における主な調査審議事項

1. 消費者基本計画の検証・評価・監視について	20
（1）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	
（2）消費者基本計画の検証・評価及び見直しについて	
2. 消費者委員会からの建議	21
（1）「健康食品」の表示等の在り方に関する建議	
（2）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	
（3）地方消費者行政の体制整備の推進に関する建議	
（4）詐欺的投資勧誘に関する消費者問題についての建議	
3. 消費者委員会からのその他の意見表明等	24
（提言）	25
（1）医療機関債に関する消費者問題についての提言	
（2）電気通信事業者の販売勧誘方法の改善に関する提言	
（3）公共料金問題に関する提言～公共料金等専門調査会報告を受けて～	
（意見等）	26
（4）関西電力及び九州電力による家庭用電気料金値上げ認可申請に対する消費者委員会の意見について	
（5）東北電力及び四国電力による家庭用電気料金値上げ認可申請に対する消費者委員会の意見について	
（6）北海道電力による家庭用電気料金値上げ認可申請に対する消費者委員会の意見について	
（7）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	
（8）「消費者白書」及び「消費者安全法に基づく国会報告」への意見	
（9）公益通報者保護制度に関する意見	
（10）インターネットを通じた消費者の財産被害問題に関する消費者委員会	

としての現時点の考え方

- 4. 諮問等を受けて答申等を行った事項 31
 - (1) 特定商取引に関する法律施行令の一部改正について
 - (2) 消費者安全法第6条第1項の規定による「消費者安全の確保に関する基本的な方針」の変更について
 - (3) 「家庭用品品質表示法第3条に基づく表示の標準となるべき事項」の案について
 - (4) 特定商品等の預託等取引契約に関する法律施行令の一部改正について
 - (5) 住宅の品質確保の促進等に関する法律に係る告示改正について

- 5. 消費者委員会からの建議・意見表明等に関するフォローアップ . . . 34
 - (1) 「公共料金問題についての建議」のフォローアップ
 - (2) 「地方消費者行政の持続的な展開とさらなる充実・強化に向けた支援策についての建議」のフォローアップ
 - (3) 「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」のフォローアップ
 - (4) 「『健康食品』の表示等の在り方に関する建議」のフォローアップ
 - (5) 「電気通信事業者の販売勧誘方法の改善に関する提言」のフォローアップ
 - (6) 「特定保健用食品の表示許可制度についての提言」のフォローアップ

- 6. その他の調査審議事項 37

第3章 部会・専門調査会等における調査審議

- 1. 新開発食品調査部会 40
 - (1) 新開発食品評価第一調査会
 - (2) 新開発食品評価第二調査会
- 2. 食品表示部会 41
- 3. 消費者安全専門調査会 42
- 4. 公共料金等専門調査会 43
 - (1) 家庭用電気料金の値上げ認可申請に関する調査会
- 5. 地方消費者行政専門調査会 44
- 6. 消費者契約法に関する調査作業チーム 44

第4章 調査等

1. 「健康食品」の表示等の在り方に関する調査報告 45
2. 詐欺的投資勧誘対策に関する消費者問題についての調査報告 . . . 45

第5章 外部との意見交換、外部への情報発信

1. 外部との意見交換等 46
 - (1) 地方消費者委員会の開催
 - (2) 地方懇談会への参加
 - (3) 消費者団体等関係団体との意見交換会の開催
 - (4) 要望書・意見書等の受付
2. 外部への情報発信 47
 - (1) 委員会等の公開
 - (2) 委員長等による記者会見の実施
 - (3) 委員会ホームページを通じた情報提供
 - (4) 委員会リーフレットの作成
 - (5) 雑誌等への寄稿

- 資料 49

委員長巻頭言

「第2次消費者委員会の活動を振り返って」

消費者委員会委員長
河上 正二

1. はじめに

ここでは第2次消費者委員会の最近の活動を中心に、次項の詳細報告への導入を兼ねて、主要な問題の概要と委員会としての基本的考え方について述べよう。

周知のように消費者委員会は、平成21年9月1日、消費者庁及び消費者委員会設置法の施行に伴い、内閣府の外局である消費者庁とは切りはなされた形で内閣府に設置された新しい独立組織であり、重要な消費者問題について、自ら独立して調査・審議し、内閣総理大臣及び関係各大臣等に対して必要な建議等を行うことを通じて、消費者庁をはじめとする政府の消費者行政全般に対して一定の監視機能を果たすとともに、諮問に応じて調査・審議を行う審議会としても活動する。同時に、消費者の声を行政に届けるというパイプ機能も期待されるなど、極めて幅広い任務を帯びた第三者機関である。こうした多様な機能と社会的使命を帯びた機関は、おそらく諸外国にも類例が無く、その活動が多方面から注視されている。4年前に、90時間におよぶ国会審議を経て、全会一致で、消費者庁と共に設置され、第1次の消費者委員会(初代委員長は松本恒雄前一橋大学教授、現国民生活センター理事長)が立ち上がり、一昨年(平成23年)9月に、第2次消費者委員会がこれを受け継いで、現在まで、私を委員長として10名の委員(うち7名が新任)がその任務を遂行してきた。第2次消費者委員会は、その第1回にあたる第69回委員会を平成23年9月7日に開催して以来、本年8月末をもって任期を終了する(第2次の委員会としては第131回委員会が最終回となる)。この間、年間約30数回の委員会を開催し、これとほぼ同数の「委員間打合せ」を開催したほか、「地方消費者委員会」、「地方懇談会」、「消費者団体・事業者団体との意見交換会」、「企画・運営会議」など、かなりの数の会合をもった。

組織としては、委員会本体のほか、第2次消費者委員会の発足後ほどなく、新開発食品調査部会(及び新開発食品評価第一・第二調査会)、食品表示部会が設置されたほか、その後、消費者安全専門調査会(及び製品事故情報の公表等に関する調査会)、公共料金等専門調査会(及び家庭用電気料金の値上げ認可申

請に関する調査会)、地方消費者行政専門調査会が順次立ち上げられ、それぞれに所属する臨時委員・専門委員が活動を続けてきた。第1次消費者委員会が、試行錯誤の上で示してきた方向性を堅持しつつ、より良い運営を目指して、事務局ともども委員会の機能強化に向けて努力をしてきたところである。当初から、事務局体制が不十分なままスタートした機関ではあるが、委員や事務局職員は、付託された任務の重要性と各界からの期待に応えるべく、緊張感と高い使命感を持って課題に取り組んでいることは、大いに誇りとするところである。

昨年未だに政権交代があったが、消費者委員会としての基本的スタンスに変わるところはない。消費者の権益を保護し、消費者にとって安全・安心な市場環境を守ることは、時代によって左右されるような課題ではなく、むしろ、経済財政政策において規制改革や産業の活性化が懸案となっている今こそ、安全・安心な市場環境や生活環境の確保が、消費の拡大と成熟した社会の形成にとっての大前提となるべきものだからである。

消費者委員会の機能に、監視機能・審議会機能・パイプ機能があることは前述の通りであるが、このうち、審議会機能については、ときに、委員会の機能からはずして、監視機能に特化すべきではないかとの意見をいただくことがある。しかし、実際に委員会活動を行っている、ほとんどの場面で、諮問を受けた問題の調査・分析とあるべき方向性の模索という審議会的活動を前提としなければ、有効かつ適切な建議・提言を発出し、実効的な監視機能を果たすことができないことが明らかであることが痛感される。少なくとも個人的には、委員会が審議会機能を返上することは、必ずしも得策とは思われない。むしろ、消費者委員会が充実した審議会機能を果たすための事務局体制の拡充や消費者庁との連携・協力の強化こそが重要な課題であろう。

また、委員の身分や委員会の性格について、常勤による専従が望ましいのではないかと、現在の「8条委員会」よりも「3条委員会」とすべきではないかといった指摘もしばしば耳にする。予算上の制約はともかく、委員の間では、各委員が、自らの本来的活動の場を持ちつつ(筆者自身も大学における研究・教育活動を以前同様に継続している)、そこでの課題の発見や知見を生かしてこそ委員会活動を実りあるものにすることができるのではないかという意見が多く、委員長を含む数人が「常勤的非常勤」という変則的な勤務体制をとって対処している状態にある。

もっとも事務局職員の半数近くが、民間団体や企業からの出向による非常勤職員や地方公共団体からの研修員等に協力いただいているという状態は必ずしも望ましいものではなく、その所掌事務を十分に遂行するために必要な人員の確保は今後とも重要な課題である。消費者委員会は、紆余曲折を経た設置のい

きさつから、文字通りゼロに近い状態からスタートした組織であり、事業官庁でもなく、そもそも振り替えるべき人員や大胆に組み替えるべき予算もないため、自助努力のみでは如何ともしがたい問題をかかえている。昨今の厳しい財政事情は重々承知しつつも、さらなる予算措置と機能強化に向けた人員配置が強く求められるところである。

2. 建議・提言など

第2次消費者委員会は、発足以来、さまざまな消費者問題について調査・審議を行い、建議や提言等を行ってきた。この2年の間に、建議が7本、提言が6本、意見等が18本あり、まとめられた調査・報告書も9点になる。地方消費者行政の活性化・体制整備、公共料金問題、リコール情報周知徹底策のような分野横断的な政策課題についてのもののほか、エステ・美容医療サービスに関するトラブル、健康食品の表示の在り方、貴金属等の訪問買取り被害、太陽光発電システムの導入に係るトラブル、違法ドラッグ対策、電気通信事業者の販売勧誘方法の改善、詐欺的投資勧誘対策など個別具体的な課題に関する建議・提言等を行ってきた。これらについては、一定期間経過後に、改善状況等についての報告を求めることとしている。その他、消費者基本計画の見直しに係る意見、家庭用電気料金の値上げ認可申請に対する意見、消費者庁の調査報告を受けての公益通報者保護制度に関する意見など、かなりの数の「意見表明」を行ってきた。また、消費者基本計画の検証・評価・監視や建議のフォローアップのヒアリングに際しては、できるだけ委員間の意見を取りまとめて、委員長としての「意見」を表明することとしており、これらによっても一定の監視機能を果たすことができたのではないかと考えている。

委員会から発出された建議・提言等については、関係省庁等の努力のおかげで、制度的改正や運用の見直しなどにつながっているものも少なくなく、かなりの成果を挙げているとあってよいであろう。

もっとも、これで問題が片付くわけではない。こうした建議・提言等のフォローアップをきちんとすることが、一見すると地味な作業ながら、監視機能の発揮や新たな問題発見にとって極めて重要であり、委員会として必須の作業と認識しているところである。

以下、いくつかの主要な問題について敷衍しよう。

(1) 消費者への適切な情報開示と周知徹底への取り組み

第1に、とりわけ事故情報やリスク情報に関連して、消費者への適切な情報開示と周知徹底への取り組みを行うことが重要である。このため、第2次消費者委員会としても、平成24年4月に消費者安全専門調査会を立ち上げ、リコー

ル情報やリスク情報等の扱い方を中心に議論を深めていくこととした。近時の「茶のしずく」問題の例でも明らかのように、残念ながらこれまで消費者問題にかかる危害情報の処理が迅速かつ適切に行われ、情報発信や注意喚起が十分になされてきたかについては疑問があり、また昨今の放射能汚染をめぐる問題や美白化粧品による白斑症状の問題を見ても、リスク情報の収集・管理と発信の在り方には、まだまだ改善点があると見受けられる。

とくにリコール情報やリスク情報は、一か所に集めれば良いものではなく、分析とスクリーニングをかけ、消費者にとって分かりやすくなるよう加工して、メリハリのある形で消費者がリスクを的確に認知し、行動に移せるよう周知徹底していく工夫が必要である。健全な市場で消費者に求められる適切な選択行動は、情報の徹底開示ということのみによって、情報の海に消費者を投げ込んで期待できないことだからである。消費者安全専門調査会では、主に消費者事故未然防止のための製品リコール案件の注意喚起の徹底策、あるいは消費者事故未然防止のための事業者、事業者団体との消費者事故情報の共有・連携という、消費者事故に関するリスク情報の扱い方についての改善策が精力的に検討され、その報告書が平成 25 年 2 月に完成、これを受けて、委員会からも一定の建議を行った。おりしも、建議の 10 日後に、長崎のグループホームにおける火災事故の原因がリコール未回収品の加湿器らしいとの報道があり、にわかに、リコール情報の周知徹底がいかに重要であるかが関係者に深刻に受け止められ、再認識されるという皮肉な事態となった。リコール制度については、食品関連リコールなど、なお調査・検討を要するために積み残された課題も多い。

適切な情報開示の問題は、いわゆる健康食品や保健機能食品の適切な表示の在り方、また、広く食品表示の一元化問題とも密接に関係している。健康食品については、委員会では、まずもって、実態把握のための健康食品の利用者アンケートを実施し、問題点の洗い出しを行った。これは、平成 25 年 1 月の「『健康食品』の表示等の在り方に関する建議」につながっている。ここでは、検討対象は限定されており、そのほか成立した「食品表示法」による具体的な表示基準に関する政令等の策定や、遺伝子組み換え食品、原料原産地表示の問題等、今後の検討を要する課題が少なくない。

(2) 消費者契約法(実体法部分)の改正

第 2 に、焦眉の課題となっているのが消費者契約法(実体法部分)の見直し作業である。これについては、少なくとも消費者庁が消費者裁判手続き特例法の立法準備等で手一杯である状況に鑑み、消費者委員会の下に消費者契約法に関する調査作業チームを設けて、論点の洗い出しと整理を続けてきた。消費者

契約法は制定からすでに10年以上が経過している。当初は、5年を目途に見直しが予定されていたものである。他方、法務省では、民法(債権法)改正に向けた大がかりな検討作業が進められており、そこでの課題の一つとして、民法への「消費者」概念の取り込みや、消費者契約法の実体法部分の「一般法化」や「統合化」が語られてきたことは周知のとおりである。それだけに、こうした動きに遅れないよう、法務省とも連携しつつ、消費者契約法の実体法部分についての見直し作業を行なう必要性は高い。当委員会における調査作業チームでの論点整理は平成25年5月に取りまとめを終え、東京・大阪において都合3回のシンポジウムを開催するとともに、8月現在、報告書の公表準備を進めている段階にある。見直しによる新たな規制が事業者の自由な経済活動を阻害するのではないかとの批判があることは承知しているが、悪意ある不当な事業者の勧誘行為や取引行為が市場から淘汰されることは、健全な活動を遂行する事業者にとってもプラスに作用するものであり、消費者対事業者の利害の対立構造ではなく、健全で公正な市場をもたらすことは、事業者・消費者双方にとって利益となる課題といえるように思われる。当委員会としても、継続して審議できる体制を組むことが望ましく、報告書が、今後の消費者契約法(実体法部分)の見直しに向けた本格的議論のたたき台となること期待したい。

(3) 地方消費者行政の活性化・基盤整備

第3は、地方消費者行政の活性化・基盤整備である。消費者庁設置以来、地方消費者行政の活性化や国の消費者行政との連携強化は大きな課題となっており、消費者委員会の発足以降、専門調査会での検討等をもとに、積極的に建議等を行ってきたところである。全国の地方自治体にきめ細かく消費生活センターをはじめとした相談窓口を設置し、国民の誰もが、身近な窓口で消費者として抱える問題の相談ができる体制を構築することは、消費者安全法の重要な課題でもあり、その実現のために、「地方消費者行政活性化基金」や「住民生活に光をそそぐ交付金」などによる財政的手当がなされてきた。しかし、消費者行政に対する取り組みは、地域によってかなりの温度差があることは否定できず、用意された基金も時限措置であるために、なかなか抜本的体制強化やインフラ整備につながっていないきらいがある。いまや、各地方自治体のセンター等は、基金が切れた後の活動の行く末に頭を悩ませている現状がある。立ち上がったばかりのセンター等の活動支援や相談員の質の向上・処遇改善問題等に適切に対処するには、いましばらく安定した財政的支援が不可欠である。こと消費者行政に関しては、ナショナル・ミニマムを確保するためにも、まだまだ国と地方自治体が協力して財政措置を充実させる必要があることには、疑いがない。同時に、消費者問題が広域化していることを考えるならば、各地方の消費者行

政が広域的に連携し、国も一定の役割を担う必要性がある。当委員会では、平成 25 年 8 月に、地方消費者行政専門調査会での報告書をもとに、さしあたって、地方自治体のおかれている状況を「見える化」した上で、特に小規模市町村において、将来にわたり自立して消費生活相談窓口機能を維持・継続していくための方策、連携の推進すなわち、「教育・社会参画との連携型」、「福祉・安全分野との連携型」、「生活包括支援型」、など地域の実情に応じた連携の推進や、官民連携の推進を求め、さらには、消費者行政担当の地方自治体職員に対する支援などの着実な実施を求めた。また、大きな問題である 国、都道府県、市町村の連携協力や具体的役割分担の在り方は、第 3 次消費者委員会において引き続き検討すべき課題となったが、国による財政支援等の在り方については、引き続き国による安定した財政措置の継続について最大限の努力が必要である。

(4) 消費者教育

一般消費者の耐性が不十分なところで、ボーダーレス化が進行すると、被害は更に拡大し深刻なものとなる可能性がある。そこでは単なる規制強化以上に、見守りや消費者教育がますます重要となる。未成年者・高齢者をはじめ、各層に、適切な内容と形式、媒体を用いて、消費者としての耐性を高めるための教育の充実、事業者・消費者が手を繋いで、健全な市場を守ることが求められており、昨年 8 月に成立した「消費者教育推進法」の運用を通じた現場での連携や取組にも、大いに期待される。

相変わらず投資詐欺が後を絶たない。また、大震災で未曾有の被害に遭った方々をターゲットにして、支援金を騙し取る者や、リフォーム詐欺を平然と行う者も登場し、まるでゲーム感覚で不当勧誘行為や詐欺行為が行われている実情を見るにつけ、消費者教育や啓発の重要性を痛感させられる。しかも、被害者とならないように注意喚起するだけでなく、加害者とならないための啓発・教育も重要になっているといえよう。

消費者教育推進法は、その趣旨を、「消費者教育が、消費者と事業者との間の情報の質、量及び交渉力の格差等に起因する消費者被害を防止するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるようその自立を支援する上で重要であることに鑑み、消費者教育の機会が提供されることが消費者の権利であることを踏まえ、消費者教育を総合的かつ一体的に推進するために必要な事項を定めようとする」ところに求めている。このような基本理念の下、弱い消費者を被害から守るとともに、責任ある自立的消費者を育成する消費者教育の定着に向け、国や自治体は大きく動き出すことが期待される。

(5) その他の個別課題

第2次消費者委員会では、昨年4月から、通常の委員会活動の他に、担当委員による企画・運営会議を定期的に行き、取り組むべき課題の吟味を行っている。国民生活センターや消費者団体をはじめとする各種団体などから寄せられた数多くの意見を組織的に精査する体制を整えようとしたものである。委員会で取り上げてきた個別の課題は多いが、以下、思いつくままに主要なものを挙げてみよう。

(i) 公共料金問題

公共料金に関しては、電気料金の値上げ問題が社会問題化し、これまで消費者問題の中では沈静化していた物価問題の側面がにわかにクローズ・アップされた。電気・都市ガス・水道・鉄道・高速道路料金など、公共料金の決定は、それぞれについての政策的配慮もあって、一筋縄で処理できる問題ではない。しかし、それが家計に大きな影響を及ぼすこともあり、消費者にとって重大な関心事の一つであることは言うまでもない。生活との密着性・事業の独占性・公共性などに鑑み、その決定内容と根拠については、事業者の説明責任が果たされることが強く求められる。ところが、その決定までの仕組みは、ブラック・ボックスに近く、利用者不在で決定されてきた感がある。それだけに、決定過程を透明化するとともに、消費者参画の機会を確保し、ひいては料金の適正化をはかることが強く望まれ、同時に事業の効率化を促すことが求められよう。

当委員会としては、こうした状況等を踏まえ、消費者の「知る・選ぶ・参画する」権利を基調とし、消費者の視点に立った公共料金制度を構築していく必要があるとの基本認識の下、学識経験者・関係省庁等からのヒアリングなどを継続的に行った結果、公共料金の決定過程の透明性・消費者参画の機会を確保するための取組みが必ずしも十分とはいえない実態が明らかとなった。そこで平成24年2月に関係省庁に向けて建議を発出し、一層の努力と改善策の検討を求めた。東京電力の家庭用電気料金値上げ認可申請では、所管省庁を含む関係者の努力もあって、委員会が建議で求めていた消費者利益や消費者の意見に配慮した手続きが相当程度実現し、その後も同様の電気料金値上げ認可申請においても東京電力の際の経験が一定のモデル的役割を果たしたように思われる。平成25年7月にとりまとめられた公共料金等専門調査会報告では、電気料金の経験を踏まえ、鉄道運賃、ガス料金など公共料金の他の分野でも、決定過程の透明性、消費者参画が実質的に確保されるよう求めており、今後とも、このような体制が組まれることが望ましい。

()高齢者を中心とした詐欺的投資勧誘被害への対策

詐欺的投資勧誘をめぐる消費者トラブルは、最近でも、全国の消費生活センター等に多くの相談が寄せられ、その件数も増加傾向にあり、深刻な状況が続いている。高齢者は心身機能が衰えていくにも拘わらず、老後の生活資金として比較的多くの資産を保有しているため、詐欺的投資勧誘の大半が高齢者を狙って行われるという現実がある。高齢化がますます進む我が国において、詐欺的投資勧誘による被害を防止し、高齢者が安心できる生活環境を整えていくことは、行政が早急に取り組まなければならない喫緊の課題の一つである。

今日の詐欺的投資勧誘の具体的手口にはいくつかの特徴がある。すなわち、第1に、劇場型勧誘の拡大である。劇場型の勧誘では、買取りを持ち掛けた者（すなわち、消費者に対して特定の販売業者との取引が有利なものであると誤認させた者）と契約後連絡が取れなくなることがほとんどであり、予め仕組まれた集団的・組織的詐欺あるいは第三者詐欺による取引の可能性が極めて高い。第2に、「二次被害」の多さである。被害の回復等を名目に新たに投資商品等を購入させる手法では、同一被害者の損害を拡大させ、追い打ちをかける結果となる。第3に、商材の多様化である。確かに、株式や社債などの販売・勧誘には、金融商品取引法による規制がある。商品・サービス等の電話勧誘販売や訪問販売などには特定商取引法の規制がある。しかし、これらの法のすき間を狙って、「CO₂排出権」や「カンボジア土地使用权」などといった新たな商材が次々と登場し問題を生じている。第4に、短期・広域的な被害の発生である。同一の事業者による被害が、短期間のうちに全国的に拡大し、やがて事業者が素早く雲隠れする。このようなケースでは事業者が捕捉できないため、関係法令の執行や被害回復が困難となっている。これらの特徴から、詐欺的投資勧誘による被害の防止には、現行法令の執行強化はもとより、すき間事案への対応を始めとする関係法令・制度の整備、レンタル電話、バーチャルオフィス等の詐欺的投資勧誘に用いられるツールの規制、消費者への迅速な注意喚起などの総合的な取組が必要と考えられる。特に、詐欺的投資勧誘の被害者の大半が高齢者であることから、高齢者の被害防止に効果的な措置を講じていくことが重要であろう。

平成25年8月、消費者委員会においては、詐欺的投資勧誘の実態等を調査・審議し、これらの点について、政府が行うべき具体的な措置を検討し、関係省庁等を挙げた総合的対処に向けた建議を発出したところであり、関係省庁等の積極的な取り組みに期待したい。

() IT関連取引の問題

インターネット取引の普及が、様々な消費者問題の「ボーダーレス化」を押し進めていることには多言を要しない。特に、スマートフォンなどの急速な普及は、個人情報保護をはじめとして、従来の携帯電話とは異なる新たな問題も生み出している。また、インターネットは、容易に国境を越え、渉外的問題も数多く登場していることにも留意しなければならない。

インターネット上の不当広告も問題である。「サクラサイト」や「ワンクリック料金請求詐欺」、個人情報の不法取得などが日常茶飯事のように起きている。これらは商業道德以前の問題でもあるが、既存の法体制で隙間に抜け落ちてしまう問題がないか慎重に検討して、必要な対策を速やかに打たねばならない。必要に応じ、発信者情報開示のための制度的見直しも求められよう。

ネット広告の問題に関連して、当委員会では、平成 23 年 12 月にエステ・美容医療の広告表示の適正化を求める建議を発出したが、事態は一向に改善されていない。厚生労働省は、関係団体による自主的取組を促すため「医療機関のホームページの内容の適切なあり方に関する指針」なるガイドラインを平成 24 年 9 月に策定して一定の取り組みを始めているが、その結果いかんでは、さらなる制度的改善を求める必要がある。

今後の消費者契約法の見直しにおいても、インターネット広告の扱いが重要なテーマとなるものと思われる。

(iv)健康食品の表示等の在り方

健康食品の表示等の在り方については、第 1 次消費者委員会が食品の専門家・研究者、事業団体等の有識者へのヒアリングを行い、その結果を踏まえて、平成 23 年 8 月に「『健康食品の表示の在り方』に関する中間整理」を取りまとめている。これを受け、第 2 次消費者委員会においても検討を継続したが、まずは利用実態を知ることが重要であるということで、「健康食品」の利用者である消費者の利用実態、健康食品に対する意識等を踏まえた消費者目線からの検討を行うため、健康食品の利用者 1 万人に対して利用状況等に関するアンケート調査を実施（平成 24 年 5 月公表）し、これをもとに、「健康食品の表示等の在り方」に関する一つの方向性として、平成 24 年 6 月に「『健康食品の表示等の在り方』に関する考え方」を取りまとめた。これが一定方向の政策提言に直結しているとの前提で、批判的意見も頂戴したが、必ずしもそのような性質のものではなく、ある意味では調査結果の分析と現時点で語りうる留意点を取りまとめたものであった。その後、当委員会では、これら一連の取組を踏まえ、再度有識者等との意見交換を行い、より良い健康食品表示の在り方について具体的な議論を進め、平成 25 年 1 月に調査報告とともに、健康食品の表示・広

告の適正化に向けた取組の強化、健康食品の安全性に関する取組の推進、健康食品の機能性の表示に関する検討、健康食品の特性等に関する消費者理解の促進の四つの柱からなる建議を発出した。健康食品の表示等の在り方をめぐっては、なお多くの議論があるところであり、今後の動向を注視していく必要もあろう。

また、特定保健用食品の宣伝・広告にあたっては十分配慮を払っていただくよう求めた。

(v) 「違法ドラッグ(脱法ドラッグ)」問題など

新聞報道などでも知られるように、青少年を中心に違法ドラッグ(いわゆる「脱法ドラッグ」)の乱用が広がり、重篤な中毒症状などの健康被害が多発し、薬物中毒による死者が発生することなどが社会問題化している。違法ドラッグについては、市場適合商品であるかのように装い、消費者の健康に非常に有害なものが市場に出回っており、消費者問題の一つ(消費者安全、消費者取引)として違法ドラッグ問題に取り組み、積極的にこれを市場から排除していくことが喫緊の課題と考えられた。そのため、消費者委員会では、平成24年3月末から4月にかけて厚生労働省や東京都からのヒアリングを行った上で、第86回委員会(平成24年4月24日)において、薬事法上の指定薬物への指定の迅速化、成分構造が類似してれば薬事法違反として一括で規制対象とする「包括指定」の導入や、麻薬取締官(員)に違法ドラッグの取締権限を持たせることなどの体制強化等を検討すること、取締当局との連携強化、乱用実態や健康被害に関する実態把握と消費者への情報提供・啓発の強化を内容とする提言(「違法ドラッグ対策に関する提言」)をとりまとめ、厚生労働省をはじめとする薬物乱用対策推進会議関係府省における取組を求めた。幸い、厚生労働省、警察庁等において、積極的にこの問題に取り組んでくれたことから、一定の成果を上げていることは喜ばしい。

(vi) 貴金属の買取り問題

消費者庁は、平成23年9月に「貴金属等の訪問買取りに係るトラブルに対する法的措置について」を公表し、多くの高齢者が貴金属等のいわゆる押し買いの被害を被っている現状に、特定商取引法を改正するなどして対処する方針を打ち出した。貴金属のいわゆる「押し買い」による被害は広汎かつ深刻であり、直ちに現行法下で執り得る措置を講じるとともに、特定商取引法を改正して、被害抑止を図ることが必要である。当委員会としても、消費者庁の方針を支持し、その早期実現を希望する旨の意見を表明した。しかし、特定商取引法の規制の枠外とされている取引類型による深刻な消費者被害は、決して貴金属の買

取りにとどまらない。イラク・ディナールやスーダン・ポンドといった外貨との交換を勧誘することによる被害のように、販売でも買取でもない取引類型による被害も多発している。また、未上場企業の未公開株や社債、CO₂排出権など様々な「権利」を有利な投資と誤認させて売りつける手口も多数発生していることに鑑みると、特定商取引法が主たる対象とする商品や役務ではなく指定権利制のすき間が狙われているという感がある。したがって、特定商取引法第2条以下の訪問販売を「訪問取引」と改め、同条4項の指定権利の定義を実態に即して機動的に運用できるよう、その対象範囲の拡大を図る必要があるように思われる。幸い、特商法改正が実現し、「訪問購入」が特商法の新類型として追加されたが、さらに踏み込んだ抜本的改正に向けての議論が続けられねばなるまい。

() 「医療機関債」問題など

平成23年8月に、独立行政法人国民生活センターは、医療機関債をめぐる消費者からの相談件数が増加しているとして注意喚起を行った。また、平成24年1月には、消費者庁が、一部の医療法人が医療機関債の発行にあたり、強引な勧誘や虚偽の説明等の不当な勧誘行為をしたとして、消費者安全法（平成21年法律第50号）に基づく注意喚起を行った。医療機関債は、厚生労働省による医療機関債発行等のガイドライン（平成16年10月25日医政発第1025003号）において、有価証券には当たらず、金融商品取引法（昭和23年法律第25号）等の適用外ともされているものである。しかし、同ガイドラインには、悪質な医療法人が返済の目途のないままに医療機関債を発行した場合を想定した消費者保護規制が設けられているとは言い難いなどの問題があり、今後も同様の事案の発生が懸念される。医療機関債に関しては、ガイドラインにおいて、発行から償還に至るまでの各種手続き等のルールが定められてはいるものの、医療法上、医療機関債発行時の都道府県への届出等の行政手続は義務付けられておらず、また、発行実態を行政当局が把握する仕組みも設けられていないなどの問題があった。このため、当委員会では、関係省庁からヒアリングを行った上で、平成24年9月に、医療機関債の発行実態等の把握、関係機関間の連携、消費者保護の観点からのガイドラインの見直しの検討を内容とする「医療機関債に関する消費者問題についての提言」を発出し、厚生労働省に対して善処を要請した。

3. 国民生活センターの在り方について

国民生活センターの在り方に関する問題にも触れておこう。独法改革と事業仕分け作業の過程で、国民生活センターの消費者庁への一元化が問題になり、

その行く末が案じられている。これについて、第1次消費者委員会は、国民生活センターのこれまでの柔軟性・機動性・独立性が損なわれるのではないかと懸念を数回にわたって表明し、第2次消費者委員会も、基本的にはその方針を維持しつつ意見を述べてきたところである。消費者団体等からも、消費者庁への単純な一元化に対する批判が相次いでいた。これまでに、いくつかの検討会が開催され、政務の判断として「国への移行」という方向がいったん示されたが、現在、あらためて、新大臣のもとで、消費者庁・国民生活センター・消費者委員会の今後のあり方をめぐる議論が続けられている。従来、消費者庁に属する独立した「特別の機関」という案が有力な考え方とされたが、新大臣は、これにとらわれず検討を進めておられる。

国民生活センターがいかなる組織形態をとることになるにせよ、消費者庁、消費者委員会及び国民生活センターの3機関が三極を形成して各々の持ち味を活かした役割を遂行し、良い意味で緊張関係を維持しつつ連携を図るべきこと、

柔軟かつ機動的な業務運営を行う国民生活センターの特性が損なわれないようにすること、国民生活センターの各機能の相互補完性・一体性が確保されるようにすること、国民生活センターと地方の消費者行政の現場との密接な結びつきが弱まらないようにすることが、なにより肝要である。国民生活センターが、その独立性・機動性・柔軟性を兼ね備え、消費者利益の増進という観点から最大の効果が期待できるような法的・制度的担保を備えた仕組みとなるべく、消費者委員会として、今後の制度構築の過程を慎重に見守り、意見を述べたいと考えている。

4．消費者団体等とのコミュニケーション

大切な課題のひとつである消費者とのコミュニケーションについても触れておこう。消費者委員会は、消費者の声を聞き、消費者のための透明性の高い仕組みたることを期待されている組織である。第2次消費者委員会においても、消費者、関係団体等の声に真摯に耳を傾け、委員会活動の内容を積極的に情報発信するよう心がけてきたつもりである。

とりわけ、第1次委員会では年1回のペースで開催していた関係団体等との意見交換会を、第2次委員会では年2回のペースで実施し、対象団体も適格消費者団体を含めた消費者団体、事業者団体、報道関係者等へと幅を広げた。

平成24年1月からは、消費者委員会の委員が地方に出向き、直接、消費者、関係団体等と一定のテーマを設けて意見交換を行ういわゆる「地方消費者委員会」を開催してきた。仙台・松山・千葉・名古屋・山口・大分・米沢・札幌・金沢と9回を数えたが、各地で、消費者問題に関心を持った方々との有益な意見交換ができ、ある程度定着してきた。

また、消費者委員会には、発足以来、幅広い分野にわたって要望書・意見書が寄せられている。すべてに応えることはできないまでも、これらを委員会の調査・審議に出来る限り反映させるよう努力を続けているところである。

情報発信の取組みも重要であるが、委員会のホームページには、建議・提言等の概要と主な成果等について新たにバナーを設けるなど、委員会の活動状況を迅速にわかりやすく知ってもらえるよう努めている。これらについては、さらに工夫を重ねていきたい。

5．小括

以上のように、第2次消費者委員会は、限られた人的・物的資源を最大限活用して、消費者庁を含む行政の全般に対し一定の監視機能を果たしつつ、消費者目線で主要な消費者問題への改善策を考える短期的課題と、消費者政策上の基本的問題を探究する中長期的課題の追求という重い使命に応えるべく、懸命に諸問題と取り組んできたところである。

消費者委員会は、いわば消費者行政全般に目を光らせる目付役であるが、実際の作業の多くは消費者庁にやっていただく必要がある。その意味で、消費者委員会は、消費者庁の「良心」のようなものであり、消費者庁が適切に司令塔機能を果たして国民の支持を得るように見守り、必要に応じて苦言を呈し、関係省庁等に対してもものが言いやすいよう支援する、いわば「黒子」的役割を当委員会が果たすことでもよいかと考えている。対立ばかりが目立つ無責任な評論家集団に堕することは、むしろ避けなければならないと思う。一部の方から、消費者委員会は、「影が薄い」、「存在感がない」、「消費者庁との調整にばかり明け暮れていて大胆な提言ができていない」、「学者ばかりで現場感覚がない」等々と、なかなか手厳しいご意見も頂戴した。これらは委員会への大きな期待の裏返しでもあろうが、望むらくは、むしろ着実な実績と国の消費者政策全体の改善に及ぼした影響によって評価していただければと思う。消費者委員会は、国民に向かって何かをアピールする場ではなく、関係省庁等の消費者行政が適切に実施されているかを見定め、必要な意見と支援をなす場であるから、目立たないのはやむを得ないことかも知れない。現場感覚のなさは、意識して現場の方々との情報交換を強化することで補うほかない。むしろ、消費者委員会としての本来の機能を十分に生かし切れていないのではないかという反省点にこそ、慎重に目配りしたい。もちろん、情報収集や広報の工夫については、今後一層の改善を試みるべきであろう。

問題状況は刻々と変化してはいるものの、全体として眺めると、前述のように、多方面で「ボーダーレス化」が進行していることを痛感させられる。今日では消費者・事業者の区別からして必ずしも厳密にできず、とりわけネット・

オークションの領域や、事業者的消費者の存在、中小の個人事業者保護の問題などでは、消費者法とそれ以外の切り分けが困難になりつつある。また、個人と集団の境界、地方自治体間や内国・外国の境界、さらには、マルチ取引における加害者・被害者の関係、正常な取引市場と犯罪的違法行為の境界さえも曖昧化しており、極めて多様な商材が、多様な販売方法・取引形態をとって消費者問題を惹き起こしており、従来の消費者法のあり方そのものが問われているといってもよい。こうした状況下では、「Aに該当するかBに該当するか」という2分法での要件化で構築されがちな法秩序や行政規制のすき間に陥る問題が多いことに、特に留意する必要がある。問題に対処するには、要件の柔軟化・包括化によって、できるだけすき間を解消していくことが必要であり、少なくとも、こと消費者問題においては、行政的な「縄張り」感覚は、可能な限り払拭しなければならない。このことは「連携・協力」という言い古された姿勢の重要性を今更ながら再確認させるものである。職掌や所管による縦割りではなく、互いに関連する領域間での連携・協力による問題に対する総合的な取組みが求められ、その際に、各省庁に横串を差して消費者の権益を守るべく指導力と調整力を発揮することを期待されて消費者庁が設立されたことに、あらためて思いをいたすべきである。

また、広域化する消費者問題や、渉外的消費者問題では広域連携や諸外国との連携なども重要である。このことは、行政における連携ばかりではなく、消費者問題を扱う学理的領域についても言えることであり、民法・行政法・経済法といった法領域間での共同作業ばかりでなく、社会学・心理学・医学・工学などとの連携・協力も、さらに進められる必要がある。

消費者は、まさに「生活者」ひいては国民・市民そのものであることを考えるなら、消費者政策は決して社会における弱者対策やマイノリティー向けの特種な分野の問題ではなく、ひろく一般的法制度や国政全般に関わるものである。消費者基本法にうたわれた消費者の権利・利益の確保と増進という精神に常に立ち返り、そのための不断の努力が続けられねばなるまい。

最後に、消費者庁関連三法はその附則で、政府に、加害者の財産隠匿又は散逸の防止、不当な収益のはく奪、被害者の救済についての制度検討を求めていたが、現在は、消費者裁判手続特例法案によって、の課題の解決に向けた制度改編作業が現実化しているに過ぎない段階である。今後、消費者委員会としても、十分に検討を続けて問題解決への道筋を示していくことが必要であることを強調して、結びとしよう。

以上

第1章 消費者委員会について

1. 消費者委員会の概要

消費者委員会は、平成21年9月1日に、消費者庁及び消費者委員会設置法の施行に伴い、消費者庁とともに発足した。消費者委員会は、消費者行政全般に対して監視機能を有する独立した第三者機関として、内閣府の外局たる消費者庁とは切り離す形で、内閣府に設置された（資料1-1-1）。消費者委員会の委員は、消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現に関して優れた識見を有する者のうちから、内閣総理大臣が10人以内を任命することとなっている（資料1-1-2）。

消費者委員会の主な任務は、消費者の利益の擁護及び増進に関する基本的な政策等に関する重要事項に関し、自ら調査審議し、必要と認められる事項を内閣総理大臣、関係大臣又は消費者庁長官に建議すること、内閣総理大臣、関係各大臣又は消費者庁長官の諮問に応じ、重要事項に関し、調査審議を行うこと、消費者安全法第四十三条の規定により、内閣総理大臣に対し、必要な勧告等を行うこと、消費者庁等が所管する個別の法律の規定によりその権限に属させられた事項を処理することである（資料1-1-3）。

また、消費者問題に係る広範な専門分野にわたり多数の事項を審議する必要があることから、消費者委員会本体における審議だけではなく、消費者委員会の下に部会・専門調査会等を設けて審議を行うこととしている（資料1-1-4）。

2. 第2次消費者委員会の活動（平成24年9月～平成25年8月）

消費者委員会は、平成24年9月1日から平成25年8月31日までの1年間（以下、「この1年間」という。）において、計33回の委員会会合を開催した（資料1-2-1）。平成21年9月1日における消費者委員会の発足以降の通算では、計131回の委員会会合を開催したこととなる。

委員会会合においては、消費者問題に係る様々な事項を調査審議していく中で、必要に応じ、委員会としての建議や各種の意見表明、関係省庁からの諮問に対する答申等を行ってきた（資料1-2-2）。

また、消費者委員会は、委員会会合に向けた準備会合として「委員間打合せ」を随時開催し、様々な消費者問題や消費者行政が直面する課題等について、関係省庁・有識者等からのヒアリングや委員間の意見交換を行ってきている。第2次消費者委員会では、この1年間に計31回開催した（資料1-2-3）。

さらに、平成24年4月より、委員会が今後取り組むべき課題や当面の活動方針等について担当委員間で整理を行うための「企画・運営会議」を隔週で開催し、委員間打合せや本委員会の効率的な運営に努めた。

第2章 委員会会合における主な調査審議事項

1. 消費者基本計画の検証・評価・監視について

消費者基本法においては、消費者政策会議（消費者基本法第27条に基づき設けられた閣僚会議で、その庶務を消費者庁が行う）が、消費者基本計画の案を作成しようとするときのほか、消費者政策会議が行う消費者政策の実施の状況の検証・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聴かなければならないとされている。

現行の「消費者基本計画」（平成22年3月30日閣議決定）においては、この計画を実効性のあるものとするために、計画に盛り込まれた具体的施策の取組状況について、十分な検証・評価・監視を行うことが重要であるとされている。

また、現行の計画においては、消費者庁と各施策の推進に当たる関係府省庁等は、重要課題ごとの施策の実施についての工程を明確化するとされており、さらに、消費者委員会の消費者行政全般に対する監視機能を最大限に発揮しつつ、検証・評価・監視を行うとされている。

このため消費者委員会としては、重要課題ごとの施策の実施についての工程や実施状況について、消費者庁及び関係府省庁等に対してヒアリングを実施した。

さらに、消費者政策会議が行った消費者基本計画の検証・評価及び見直しについても、消費者委員会として、見直しプロセスの各段階において消費者庁から報告を受け、審議を行った。

（1）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

第2次消費者委員会として第3回目の関係省庁ヒアリングについては、平成24年12月に、4回の委員会（第106回から第109回）にわたって行った。この中では、消費者基本計画の具体的施策170項目余の中から、42項目について、その工程も含めてヒアリングを実施した（資料2-1-1）。

また、第4回目の関係省庁ヒアリングについては、平成25年5月に3回の委員会（第119回から第121回）にわたって行った。この中では、平成25年4月に消費者基本計画の改定素案が取りまとめられたことを受けて、消費者委員会が平成25年2月26日に取りまとめた意見（後掲資料2-1-3参照）に関連する項目について、同意見での指摘事項が計画の改定素案の具体的施策等などのように反映されたのかを中心に、ヒアリングを実施した（資料2-1-2）。

（2）消費者基本計画の検証・評価及び見直しについて

現行消費者基本計画の策定後3回目となる今回の検証・評価及び計画の見直しについては、消費者庁及び消費者委員会の発足後3年が経過したことを踏ま

え、創設時の理念に立ち返って、計画におけるこれまでの取組を総括的に検証・評価し、平成 26 年度末までの計画期間中の重点施策を示して、今後の取組を推進することが課題とされた。このため、消費者委員会としては、委員会がこれまでに取りまとめた建議・提言等の内容や、上記第 3 回目の関係省庁ヒアリングの結果等を踏まえ、第 113 回委員会（平成 25 年 2 月 26 日）において「消費者基本計画の実施状況に関する検証・評価及び計画の見直しに向けての意見」を取りまとめ、関係省庁における計画の検証・評価作業において特に留意すべき事項や、計画の見直しに向けて具体的に検討すべき課題を提示した（資料 2 - 1 - 3）。

その後、消費者庁及び関係省庁が消費者基本計画の改定素案を取りまとめたことを受けて、消費者委員会は同改定素案に盛り込まれた施策等について、上記第 4 回目の関係省庁ヒアリングを行った。今般とりまとめら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、18 項目からなる重点施策が新たに示されており、消費者委員会が上記意見において指摘した課題の多くが重点施策として位置づけられた。このため、消費者委員会は第 122 回委員会（平成 25 年 5 月 28 日）において「消費者基本計画の改定素案（平成 25 年 4 月）等に対する意見」を取りまとめ、計画の改定素案の内容について総じて高く評価した上で、今後、計画に基づく取組をより効果的に推進するための課題等を提示し、関係省庁に対して可能な限り計画の重点施策や具体的施策等に反映することを求めた（資料 2 - 1 - 4）。

その後、内閣総理大臣から消費者基本計画の変更について消費者基本法第 9 条第 1 項の規定に基づく意見を求められたことを受けて、第 123 回委員会（平成 25 年 6 月 11 日）において同計画の改定原案について消費者庁から報告を聴取し、消費者基本計画の変更の案については、同法の趣旨に鑑み妥当である旨の回答を行った（資料 2 - 1 - 5）。

2. 消費者委員会からの建議

消費者庁及び消費者委員会設置法に基づく「建議」は、消費者委員会が政府の消費者行政全般に対する監視機能を発揮する上で最も重要な手段の一つであり、積極的かつ有効に活用することが求められる。第 2 次消費者委員会はこの 1 年間で以下の 4 件の建議を行い、第 2 次消費者委員会が発足した平成 23 年 9 月からの累計では 7 件となった。

(1) 「健康食品」の表示等の在り方に関する建議

近年の健康に関する高まり等を背景として、「健康食品」は、消費者にとって

身近な食品として定着し、その市場は1兆円とも2兆円とも言われる規模となっている。健康な生活を送るためには、適量でバランスの良い食事、適度な運動、適度な休養が基本であり、健康食品に対する過大な期待に惑わされることなく、消費者自身が、食品の特性を理解し、正しい情報に基づき、適切に健康食品の利用の要否や適否を判断できる環境整備が必要である。

健康食品の表示等の在り方については、消費者庁からの検討要請を受け、第1次消費者委員会では、有識者からの意見を聴取し、「『健康食品の表示等の在り方』に関する中間整理」(平成23年8月23日公表)を取りまとめた。

さらに、第2次消費者委員会では、健康食品の利用者1万人を対象に利用状況等に関するアンケート調査を実施し、その結果を踏まえ、「『健康食品の表示等の在り方』に関する考え方」(平成24年6月5日公表)を取りまとめた。

その後、こうした一連の取組を踏まえ、再度有識者との意見交換を行い、調査審議を重ねた結果、第111回委員会(平成25年1月29日)において、健康食品の表示・広告の適性化に向けた取組の強化、健康食品の安全性に関する取組の推進、健康食品の機能性の表示に関する検討、健康食品の特性等に関する消費者理解の促進の四つの柱からなる建議(「『健康食品』の表示等の在り方に関する建議」)を取りまとめ、内閣府特命担当大臣(消費者)及び厚生労働大臣に対して発出した(資料2-2-1-1)。

消費者委員会は、本建議への対応について、内閣府特命大臣(消費者)及び厚生労働大臣に対して、平成25年7月までにその実施状況の報告を求めた(フォローアップの結果については本章5.(4)を参照)。

なお、同建議の中で健康食品の表示・広告の適正化に向けた取組の強化を関係省庁に求めたことと関連して、特定保健用食品の宣伝・広告について、消費者、事業者及び日本健康・栄養食品協会のそれぞれが留意すべき事項を消費者委員会委員長及び新開発食品調査部会長の連名による共同声明としてとりまとめ、建議とあわせて発出した(資料2-2-1-2)。

(2) 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

消費者事故の未然防止、拡大防止のためには、製品のリコール情報を含む注意喚起情報の周知徹底を図ることが有効であると考えられるが、リコール開始後の未対策製品による重大製品事故の発生件数は、平成19年度以降、継続して年間100件を超え、減少傾向になっていない。このことから、リコール情報が必要とされる消費者にいきわたっていないほか、情報が届いていたとしても消費者が行動するに至っていない状況にあると考えられる。さらに、消費者委員会が実施した消費者アンケート調査等からは、リコール情報等を入手できてい

ない消費者が増えてきている状況がうかがえる。

このため、消費者委員会は、消費者安全専門調査会を平成 24 年 2 月に再開し、主に製品のリコール情報を含む注意喚起情報の周知徹底方法に力点を置いて調査審議を行い、平成 25 年 1 月 29 日に「『消費者事故未然防止のための製品リコール案件等の注意喚起徹底策』について」(消費者安全専門調査会報告書)を取りまとめた(第 3 章 3 . を参照)。

消費者委員会は、同報告書の内容を踏まえ、第 112 回委員会(平成 25 年 2 月 12 日)において、行政機関を通じての情報周知の方策、事業者等を通じての情報周知の方策、情報通信技術を活用した情報周知の方策、製品安全に係る消費者教育・啓発の充実のための方策の四つ柱からなる建議(「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」)を取りまとめ、内閣府特命担当大臣(消費者) 経済産業大臣等関係各大臣に対して発出した(資料 2 - 2 - 2)。

消費者委員会は、本建議への対応について、内閣府特命大臣(消費者)及び経済産業大臣に対して、平成 25 年 8 月までにその実施状況の報告を求めた(フォローアップの結果については本章 5 .(3) を参照)。

(3) 地方消費者行政の体制整備の推進に関する建議

消費者委員会はその発足以来、地方消費者行政の充実・強化を最重点課題の一つとして位置付けてきた。これまで地方消費者行政専門調査会(平成 22 年 4 月~23 年 4 月)による報告書を基に「地方消費者行政の活性化に向けた対応策についての建議」(平成 23 年 4 月 15 日)を、さらに全国 20 か所の地方自治体や有識者に対するヒアリング調査の結果を踏まえた本委員会での審議を基に「地方消費者行政の持続的な展開とさらなる充実・強化に向けた支援策についての建議」(平成 24 年 7 月 24 日)を取りまとめ、国による支援策の検証・評価、財政・技術支援の在り方、消費生活相談員の雇止めの抑止等についての課題を明らかにし、消費者庁をはじめとする関係省庁に対応を求め、そのフォローアップを行ってきた。

こうした取組を踏まえて、消費者委員会は、地方消費者行政専門調査会を平成 25 年 3 月に再開し、消費者に最も身近な行政主体である市町村の役割に焦点を当てて調査審議を行い、平成 25 年 8 月に「地方消費者行政専門調査会報告書」を取りまとめた(第 3 章 5 . を参照)。

消費者委員会は、同報告書の内容を踏まえ、第 129 回委員会(平成 25 年 8 月 6 日)において「地方消費者行政の体制整備の推進に関する建議」を取りまとめ、内閣府特命担当大臣(消費者)に対して発出した(資料 2 - 2 - 3)。同建議では、住民が「どこに住んでいても消費生活相談を受けられる体制」を実

現し、それを維持・継続するための優先課題として、() 広域連携やよろず相談窓口の強化による小規模市町村の消費者行政体制底上げ、() 庁内連携及び官民連携を通じた「地域力」強化による地方消費者行政の体制強化、() 研修の強化等を通じた消費者行政担当の地方自治体職員に対する支援を掲げるとともに、国による地方消費者行政への継続的な財政支援に最大限努力し、一般準則¹の効果の検証を行うことを求めた。

消費者委員会は、本建議への対応について、内閣府特命担当大臣（消費者）に対して、平成 25 年度末を目途にその実施状況の報告を求めた。

（４）詐欺的投資勧誘に関する消費者問題についての建議

近年、詐欺的な投資勧誘に関する消費者トラブルが多発しており、その被害は年々深刻さを増している。全国の消費生活センターに寄せられた詐欺的投資勧誘の相談件数は、平成21年度は約 5 千件であったが、24年度は約 1 万 6 千件に及んでいる。また、その支払金額は100万円以上が約 5 割を占め、契約者の約 7 割は65歳以上の高齢者である。このため、高齢化が進む我が国において、詐欺的投資勧誘による被害を防止し、高齢者が安心できる生活環境を整えていくことは、行政が早急に取り組まなければならない喫緊の課題と言える。

消費者委員会は、詐欺的投資勧誘に関する消費者問題の実態を把握するため、PIO-NET や当委員会が地方自治体に対し行った被害状況と取組実態に関する調査等を用いて分析を行うとともに、関係省庁や地方自治体、有識者等へのヒアリングを実施し、検討を行った。

こうした検討の結果を踏まえ、第 129 回消費者委員会（平成 25 年 8 月 6 日）において、詐欺的投資勧誘対策には特効薬はなく、関係する施策を組み合わせ、総動員する必要があるとして、関係法令の執行強化及び制度整備、犯行ツールに関する取組の強化、消費者への注意喚起及び高齢者の見守りの強化、の三つの柱からなる建議（「詐欺的投資勧誘に関する消費者問題についての建議」）を取りまとめ、内閣府特命担当大臣（消費者）、国家公安委員会委員長、内閣府特命担当大臣（金融）、総務大臣、法務大臣、厚生労働大臣、経済産業大臣及び国土交通大臣に対して発出した（資料 2 - 2 - 4）。

消費者委員会は、本建議への対応について、各大臣等に対して、平成 26 年 2 月までにその実施状況の報告を求めた。

3．消費者委員会からのその他の意見表明等

消費者委員会は、現下の消費者問題や消費者行政が直面する課題等について迅速かつ柔軟に対応するため、設置法に規定される「建議」に加えて、「提言」・

¹ 「地方消費者行政に対する国の財政措置の活用期間に関する一般準則」

「意見」等の形で積極的に意見表明等を行ってきている。この1年間においては、既に述べた消費者基本計画の検証・評価及び見直しに係る意見の他に、以下の意見表明等を行った。

(提言)

(1) 医療機関債に関する消費者問題についての提言

医療機関債については、その勧誘に関する消費者からの相談件数が平成23年度から急増し、厚生労働省が平成16年に策定した「『医療機関債』発行等のガイドライン」には、消費者保護の対策が十分に設けられているとは言い難いなどの問題があり、同様の消費者問題の更なる発生が懸念された。

このため、消費者委員会は、平成24年8月に消費者庁、厚生労働省、東京都、国民生活センターからのヒアリングを行った上で、第99回消費者委員会(平成24年9月4日)において、医療機関債の発行実態等の把握、関係機関間の連携の推進、消費者保護の観点からの「『医療機関債』発行等のガイドライン」の見直しの検討を内容とする提言(「医療機関債に関する消費者問題についての提言」)を取りまとめ、関係省庁における取組を求めた(資料2-3-1)。

(2) 電気通信事業者の販売勧誘方法の改善に関する提言

携帯電話、スマートフォン、インターネット等の電気通信サービスは、消費者の日常生活になくってはならないものとなった一方、加熱した販売勧誘活動が見受けられ、国民生活センターに寄せられる相談件数も多く、個々の事案も深刻で悪質なものが少なくない。

このため、消費者委員会は、平成24年10月末から11月にかけて、地方自治体、消費者団体、国民生活センター、総務省からのヒアリングを行った上で、第107回委員会(平成24年12月11日)において、総務省は、代理店を含む電気通信事業者による自主基準等の遵守徹底、クーリング・オフや自動更新の問題の改善を促し、その改善状況につき当委員会へ報告すること、相談件数が明確な減少傾向になる等の一定の改善が見られない場合には、総務省及び消費者庁は協議を行ったうえで、電気通信事業法等の改正などの法的措置を講じることを含め、必要な措置を検討し確実に実施することを内容とする提言(「電気通信事業者の販売勧誘方法の改善に関する提言」)を取りまとめ、関係省庁による取組を求めた(資料2-3-2)。

(3) 公共料金問題に関する提言 ~ 公共料金等専門調査会報告を受けて ~

消費者委員会では、第128回委員会(平成25年7月30日)において、公共料金等専門調査会(第3章4.を参照)から、公共料金の決定過程の透明性、

消費者参画の実質的な確保、料金の適正性の確保について取り組むべき課題や論点を取りまとめた報告の提出を受けた。

当該報告では、まず、公共料金の決定過程における消費者の実質的な参画について、料金改定認可申請等を検討・審議する場の在り方（関係分野の専門知識を有する外部有識者を中心に構成することや、原則として公開とすること、一般の傍聴も可能な限り認めること、会議終了後に資料や議事概要を迅速に情報提供すること等）や、広範な消費者の意見を聴取するための公聴会等の開催等を今後取り組むべき課題とした。

また、料金適正性の確保について、料金妥当性の継続的な検証の在り方や、総括原価方式における事業報酬算出の在り方、現世代消費者と次世代消費者間の費用負担等の在り方等を今後の検討課題とした。

これを受けて、消費者委員会では、同日提言を取りまとめ、公共料金所管省庁及び消費者庁において、当該報告の内容を踏まえ、適切な対応を行っていくことを求めた。特に、公共料金等の新規設定及び変更の際、所管省庁と消費者庁との間の協議プロセスを通じて、消費者庁が料金決定過程における消費者参画の実質的な確保を図ることが効果的かつ意義ある取組であると指摘した。

あわせて、今後とも消費者委員会において、公共料金等専門調査会の知見を活用しつつ、公共料金所管省庁の取組のフォローアップや、料金の適正性の確保に向けた論点の検討とその結果を受けての方策の具体化を行っていくことが必要であると指摘した（資料 2 - 3 - 3）。

（意見等）

（４）関西電力及び九州電力による家庭用電気料金値上げ認可申請に対する消費者委員会の意見について

平成 24 年 11 月 26 日に関西電力株式会社から、同年 11 月 27 日に九州電力株式会社から、家庭用電気料金の値上げ認可申請がそれぞれなされた。同申請について、平成 25 年 3 月 6 日に経済産業省の総合資源エネルギー調査会電気料金審査専門委員会（以下、「電気料金審査専門委員会」という。）が「関西電力株式会社及び九州電力株式会社の供給約款変更認可申請に係る査定方針案」を取りまとめたことを受けて、経済産業省は消費者庁に対し、同日付で「関西電力株式会社及び九州電力株式会社による電気供給約款の変更認可申請について」の協議を行い、さらに消費者庁長官は消費者委員会に対し、同日付で当該協議内容に関する意見を求める付議を行った。

これを受けて、消費者委員会の公共料金等専門調査会家庭用電気料金の値上げ認可申請に関する調査会（以下、「家庭用電気料金調査会」という。）（第 3 章 4 .（１）を参照）は、地元消費者団体との電気料金値上げ認可申請に関する意

見交換会を福岡（平成 25 年 3 月 7 日）及び大阪（平成 25 年 3 月 11 日）でそれぞれ開催し、同意見交換で出された意見や事前に実施した両電力会社へのヒアリング内容等を踏まえ、同年 3 月 18 日に意見（「関西電力及び九州電力による家庭用電気料金値上げ認可申請に対する調査会意見について」）を取りまとめ、第 115 回委員会（平成 25 年 3 月 19 日）に提出した。同意見では、審査プロセスの透明性が確保されたこと等について評価しつつ、自社持株奨励金の支出等個別項目の更なる改善を求めた。消費者委員会は、同日付で消費者庁に対し、当該意見の内容を踏まえて、今後の経済産業省との協議を進めることを要請した（「関西電力及び九州電力による家庭用電気料金値上げ認可申請に対する消費者委員会の意見について」）（資料 2 - 3 - 4）。

その後、消費者庁は、消費者委員会の意見等を踏まえて経済産業省と査定方針案についての協議を行い、両省庁間で合意された査定方針案は、平成 25 年 3 月 29 日の物価問題に関する関係閣僚会議に共同付議の上で了承された。これにより、両電力会社の家庭用電気料金の値上げ幅は、関西電力は申請した 11.88% から 9.75% 程度に、九州電力は申請した 8.51% から 6.23% 程度に、それぞれ圧縮され、実施時期についても、消費者への十分な周知を図るため、同年 5 月 1 日とされた。両電力会社は、当該査定方針を踏まえ、値上げ幅をそれぞれ 9.75% 及び 6.23% に変更した申請を同年 4 月 2 日に行い、政府は同日認可を行った。

（５）東北電力及び四国電力による家庭用電気料金値上げ認可申請に対する消費者委員会の意見について

平成 25 年 2 月 14 日に東北電力株式会社から、同年 2 月 20 日に四国電力株式会社から、家庭用電気料金の値上げ認可申請がそれぞれなされた。同申請について、同年 7 月 24 日に電気料金審査専門小委員会が「東北電力株式会社及び四国電力株式会社の供給約款変更認可申請に係る査定方針案」を取りまとめたことを受けて、経済産業省は消費者庁に対し、同日付で「東北電力株式会社及び四国電力株式会社による電気供給約款の変更認可申請について」の協議を行い、さらに消費者庁長官は消費者委員会に対し、同日付で当該協議内容に関する意見を求める付議を行った。

これを受けて、家庭用電気料金調査会は、地元消費者団体との電気料金値上げ認可申請に関する意見交換会を仙台及び高松（平成 25 年 7 月 25 日）でそれぞれ開催し、同意見交換で出された意見や事前に実施した両電力会社へのヒアリング内容等を踏まえ、同年 7 月 30 日に意見（「東北電力及び四国電力による家庭用電気料金値上げ認可申請に関する調査会意見について」）を取りまとめ、第 128 回委員会（平成 25 年 7 月 30 日）に提出した。同意見では、審査プロセスの透明性が確保されたこと等について評価しつつ、個別項目の更なる改善を

求め、特に、東北電力に対し、供給区域内に東日本大震災により甚大な被害を受けた被災地があり、生活基盤が安定していない被災者もいまだ多数に上ることも踏まえ、丁寧な説明と理解を得るための十分な努力を促すべきであるとした。消費者委員会は、同日付で消費者庁に対し、当該意見の内容を踏まえて、今後の経済産業省との協議を進めることを要請した（「東北電力及び四国電力による家庭用電気料金値上げ認可申請に対する消費者委員会の意見について」）（資料2 - 3 - 5）。

その後、消費者庁は、消費者委員会の意見等を踏まえて経済産業省と査定方針案についての協議を行い、両省庁間で合意された査定方針案は、平成25年8月2日の物価問題に関する関係閣僚会議に共同付議の上で了承された。これにより、両電力の家庭用電気料金の値上げ幅は、東北電力は申請した11.41%から8.94%に、四国電力は申請した10.94%から7.80%に、それぞれ圧縮され、実施時期についても、消費者への十分な周知を図るため、同年9月1日とされた。また、被災地への配慮として、東北電力に関しては、仮設住宅等電気少量使用者の値上げ負担抑制のための三段階料金格差のより一層の拡大、丁寧な値上げ周知のための説明会の実施等を行うこととされた。東北電力及び四国電力は、当該査定方針を踏まえ値上げ幅をそれぞれ8.94%及び7.80%に変更した申請を同年8月6日に行い、政府は同日認可を行った。

（6）北海道電力による家庭用電気料金値上げ認可申請に対する消費者委員会の意見について

平成25年4月24日に北海道電力株式会社から、家庭用電気料金の値上げ認可申請がなされた。同申請について、同年7月26日に電気料金審査専門小委員会が「北海道電力株式会社の供給約款変更認可申請に係る査定方針案」を取りまとめたことを受けて、経済産業省では消費者庁に対し、同日付で「北海道電力株式会社による電気供給約款の変更認可申請について」の協議を行い、さらに消費者庁長官は消費者委員会に対し、同日付で当該協議内容に関する意見を求める付議を行った。

これを受けて、家庭用電気料金調査会は、地元消費者団体との電気料金値上げ認可申請に関する意見交換会を札幌（平成25年7月30日）で開催し、同意見交換で出された意見や事前に実施した北海道電力へのヒアリング内容等を踏まえ、同年7月31日に意見（「北海道電力による家庭用電気料金値上げ認可申請に関する調査会意見について」）を取りまとめ、同日消費者委員会委員長に報告した。同意見では、審査プロセスの透明性が確保されていること等について評価しつつ、個別項目の更なる改善を求め、特に、意見交換会において、オール電化導入世帯に対して、今回の値上げは非常に大きな負担になるとの声が多

く出されたことも踏まえ、厳正に精査を行うべきであるとした。当該意見の取扱いについては、第 128 回委員会（平成 25 年 7 月 30 日）で委員長一任とされていたことを受け、消費者委員会は同年 7 月 31 日付で消費者庁に対し、当該意見の内容を踏まえて、今後の経済産業省との協議を進めることを要請した（「北海道電力による家庭用電気料金値上げ認可申請に対する消費者委員会の意見について」）（資料 2 - 3 - 6 ）。

その後、消費者庁は、消費者委員会の意見等を踏まえて経済産業省と査定方針案についての協議を行い、両省庁間で合意された査定方針案は、平成 25 年 8 月 2 日の物価問題に関する関係閣僚会議に共同付議の上で了承された。これにより、北海道電力の家庭用電気料金の値上げ幅は、北海道電力が申請した 10.20% から 7.73% に圧縮され、実施時期については、申請どおり同年 9 月 1 日とされた。北海道電力は、当該査定方針を踏まえ値上げ幅を 7.73% に変更した申請を同年 8 月 6 日に行い、政府は同日認可を行った。

（ 7 ）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

「消費者教育の推進に関する法律（議員立法）が平成 24 年 8 月 10 日に可決・成立し、同年 12 月 13 日に施行された。消費者委員会は、同法に基づく消費者教育推進会議が発足し、消費者教育の推進に関する基本方針の案の作成に向けた検討に着手するのに先駆けて、第 104 回委員会（平成 24 年 11 月 13 日）において、消費者教育に関する有識者から、第 105 回委員会（平成 24 年 11 月 27 日）において、消費者教育に積極的に取り組む消費者団体と地方自治体の関係者からそれぞれヒアリングを実施するとともに、消費者基本計画の関係省庁ヒアリングの一環として、消費者庁と文部科学省より、現在の取組状況等について報告を受けた。これらの結果を踏まえ、第 109 回委員会（平成 24 年 12 月 25 日）において、政府が基本方針の案を作成するに当たって特に重視すべき視点について意見（「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」）を取りまとめた（資料 2 - 3 - 7 - 1 ）。

その後、政府は当該意見や消費者教育推進会議の調査審議等を踏まえつつ、同基本方針の案の作成を進めた。消費者委員会は、内閣総理大臣及び文部科学大臣から同基本方針の案について法律の規定に基づく意見を求められたことを受けて、第 123 回委員会（平成 25 年 6 月 11 日）において、同基本方針の案については、消費者教育の推進に関する法律の趣旨に鑑み妥当である旨の回答を行った上で、施策の速やかな具体化と着実な実施、地方公共団体等に対する支援に万全の対応を図ることを求めた（資料 2 - 3 - 7 - 2 ）。

(8) 「消費者白書」及び「消費者安全法に基づく国会報告」への意見

平成 24 年 8 月に改正された消費者基本法の第 10 条の 2 は、政府が講じた消費者政策の実施の状況に関する報告書(「消費者白書」)を毎年作成し、国会に報告することを規定しており、平成 25 年 6 月 21 日には、法定白書として第 1 回目となる白書が公表された。

また、消費者安全法第 13 条は、国が収集した消費者事故等に関する情報が消費者安全の確保を図るよう有効に活用されるよう、内閣総理大臣がその集約及び分析の結果を取りまとめ、国会及び消費者委員会に報告(「消費者安全法に基づく国会報告」)することを規定しており、平成 24 年度下半期分の取りまとめの報告が白書と同日に公表された。

このため、消費者委員会は第 124 回委員会(平成 25 年 6 月 25 日)において、消費者庁より両報告の概要についての報告を受け、それらの内容をさらに充実し、より有効活用を図っていくための課題についての意見(「『消費者白書』及び『消費者安全法に基づく国会報告』への意見」)を取りまとめた。(資料 2 - 3 - 8)

なお、消費者白書が公表されたことにより、従来から作成されている消費者安全法に基づく国会報告との間で内容的に重複する部分が出てきたことから、同意見においては、合冊化することを含めて両者の関係を整理するとともに、消費者政策上の諸課題についてさらに掘り下げた分析を行い、消費者等への注意喚起や政策立案等に役立つ有益な情報の発信強化に努めること等を求めた。

(9) 公益通報者保護制度に関する意見

第 1 次消費者委員会が平成 23 年 3 月 11 日に取りまとめた「『公益通報者保護制度』の見直しについての意見」に関しては、消費者庁に対し、法の周知や啓発、運用の充実などについて検討を行うことを求めるとともに、とりわけ法や通報処理制度の実態について、法の運用、適用、遵守状況も含め、充実した調査を行うことを求めており、消費者委員会としては、その対応状況について報告を求めることとしていた。

これを踏まえ、消費者委員会は、第 124 回委員会(平成 25 年 6 月 25 日)において、消費者庁から公益通報者保護制度に関する実態調査の結果について報告を受けた。

これを踏まえ、消費者委員会は、第 127 回委員会(平成 25 年 7 月 23 日)において、同調査結果を通じて明らかとなった課題や当委員会として従来から認識していた課題等に対処するために重点的に取り組むべき方策を指摘するための意見(「公益通報者保護制度に関する意見～消費者庁の実態調査を踏まえた今後の取組について～」)を取りまとめ、消費者庁に対し、法制度の周知のみなら

ず、その実効性を確保するための制度の運用改善や法改正を含めた措置を検討することを求めた（資料 2 - 3 - 9）。同意見において指摘した課題への取組状況については、消費者委員会としても引き続き注視していくこととした。

（10）インターネットを通じた消費者の財産被害問題に関する消費者委員会としての現時点の考え方

近年のインターネット利用者の増加に伴い、インターネットによる電子商取引に関する相談が増加しており、これらの中には、取引の相手方との連絡が取れなくなるケースについての相談件数も拡大している。かかる事案については、消費者が被害回復のための手続をとることが極めて難しく、このような被害回復の困難性に乘じていると思われる悪質事業者も少なくない。

こうした状況を踏まえ、消費者委員会は、平成 25 年 8 月に総務省等からのヒアリングを行った上で、第 131 回委員会（平成 25 年 8 月 27 日）において、インターネット上のウェブページ等を通じた消費者の財産被害事案、さらには、電子メールを利用した消費者の財産被害事案において加害者を特定するため、プロバイダ責任制限法による発信者情報開示請求がかかる事案にも適用可能となるよう検討が行なわれる必要があるとの見解を、「インターネットを通じた消費者の財産被害問題に関する提言消費者委員会としての現時点の考え方」として取りまとめ、今後、第 3 次消費者委員会において、本問題についてさらに検討を深めることを要請した（資料 2 - 3 - 10）。

4．諮問等を受けて答申等を行った事項

消費者委員会は、自ら調査審議を行い、建議・意見表明等を行うことに加えて、内閣総理大臣（消費者庁）等からの諮問等に応じて調査審議を行い、答申等を行っている（資料 1 - 2 - 2 中の「4．諮問等に対する答申等」を参照）。この 1 年間において、消費者委員会本体において取りまとめた主な答申等としては以下のものがある²。

（1）特定商取引に関する法律施行令の一部改正について

貴金属等の訪問購入に係る消費者トラブルの増加に対応するための「特定商取引に関する法律の一部を改正する法律」が平成 24 年 8 月 10 日に可決・成立し、同月 22 日に公布されたことを受けて、同年 12 月 14 日付で、内閣総理大臣より、特定商取引に関する法律施行令の一部改正についての諮問が行われた。

² 「消費者基本計画の変更について」は本章 1 .(2) を、「消費者教育の推進に関する法律第 9 条第 1 項の規定による『消費者教育の推進に関する基本的な方針』について」は本章 3 .(7) を参照。

同法は、原則として全ての物品等を訪問購入規制の対象とし、消費者トラブルのおそれがない等と認められる物品等について、政令で規制対象から除外するネガティブ・リスト方式をとっているが、諮問された政令案では、規制の対象としない物品として、家電（携帯が容易なものを除く）、家具、自動車（二輪のものを除く）、書籍並びにCD、DVD及びゲームソフト類、有価証券を、規制の適用除外とする取引態様として、いわゆる「御用聞き」や「常連取引」、転居に際して行われる訪問購入を規定すること等を内容とするものであった。

諮問を受けて、消費者委員会は、第109回委員会（平成24年12月25日）において諮問事項について消費者庁よりヒアリングを行ったが、規制対象外物品等の範囲を巡っては、自動車をはじめとして、売主の立場となった消費者の利益を損なう恐れがある物品等も含まれるのではないかとの懸念が複数の委員より提起された。このため、第110回委員会（平成25年1月15日）においては、

規制対象外物品等を中心に、訪問購入に係る消費者被害の発生状況についての実態把握を重点的に行い、その結果を定期的に当委員会に報告すること、この結果、規制対象外物品等において消費者被害が拡大すると認められる場合には、これを訪問購入規制の適用対象とすることも含め、必要な見直しを機動的に行うこと等を前提として、原案のとおりとすることで差し支えない旨の答申を取りまとめた³（資料2-4-1）。

（2）消費者安全法第6条第1項の規定による「消費者安全の確保に関する基本的な方針」の変更について

消費者安全法第6条第1項の規定に基づく「消費者安全の確保に関する基本的な方針」（以下、「基本方針」）については、「消費者安全法の一部を改正する法律」が平成25年4月1日に全面施行されることを踏まえ、当該改正に伴う所要の改正及び基本方針策定後の消費者政策の進展を踏まえた所要の改正を行うこととなり、同年3月26日付で、内閣総理大臣より、基本方針の変更についての意見を求められた。消費者委員会は、これに先立つ第113回委員会（平成25年2月26日）、第114回委員会（平成25年3月12日）において、基本方針の変更の概要について消費者庁よりヒアリングを行い、所要の意見を述べた。その後、第116回委員会（平成25年3月26日）において、当委員会の意見を踏まえた基本方針の変更案について消費者庁より改めて報告を聴取し、同変更案については消費者安全法の趣旨に鑑み妥当である旨の答申を行った（資料2-4-2）。

³ 答申書の日付は平成25年1月23日付。

(3)「家庭用品品質表示法第3条に基づく表示の標準となるべき事項」の案について

家庭用品品質表示法第3条に基づく表示の標準となるべき事項のうち、「ジャンプ式の折りたたみ傘」及び「乳幼児が使用するいす類」について、新たな注意事項を取扱い上の注意として追記すること等を定めることとなり、平成25年3月11日付で、内閣総理大臣より、同事項の変更案についての意見を求められた。このため消費者委員会は、第116回委員会（平成25年3月26日）において変更案の内容について消費者庁からヒアリングを行い、同変更案については家庭用品品質表示法の趣旨に鑑み妥当である旨の答申を行った（資料2-4-3-1）。

同様に、エアコンの表示事項について、JIS改正が行われたことに伴い、これを引用する電気機械器具品質表示規程について所要の改正を行うこととなり、同年7月31日付で、内閣総理大臣より、同事項の変更案についての意見を求められた。これを受けて、第129回委員会（平成25年8月6日）において変更案の内容について消費者庁からヒアリングを行い、同変更案については家庭用品品質表示法の趣旨に鑑み妥当である旨の答申を行った（資料2-4-3-2）。

(4)特定商品等の預託等取引契約に関する法律施行令の一部改正について

特定商品等の預託等取引契約に関する法律第2条第1項第1号に規定する特定商品として政令で定める物品に関し、新たに自動販売機及び自動サービス機、動物及び植物の加工品（一般の飲食の用に供されないものに限る）であって、人が摂取するもの（医薬品を除く）、家庭用治療機器を規定することとなり、平成25年7月1日付で、内閣総理大臣より、同法施行令の一部改正についての諮問が行われた。このため消費者委員会は、諮問に先立つ第120回消費者委員会（平成25年5月14日）及び諮問を受けた後の第125回委員会（平成25年7月9日）において改正案について消費者庁よりヒアリングを行い、特定商品等の預託等取引契約に関する法律の趣旨に鑑み妥当である旨を答申した（資料2-4-4）。

なお、答申を行った後の委員長による取りまとめにおいて、政令で定める特定商品等以外の物品や施設利用権を中心に、預託等取引に係る消費者被害の発生状況についての実態把握を継続的に行うこと、実態把握による被害状況に応じて特定商品等を見直すとともに、中・長期的には特定商品制そのものを見直すことも含め、検討を行うことを求めた。

(5) 住宅の品質確保の促進等に関する法律に係る告示改正について

住宅の品質確保の促進等に関する法律第3条の規定に基づく日本住宅性能表示基準について、同基準が引用する住宅に関する省エネ基準が新たに策定されたこと等に伴い、見直し等の改正を行うことについて、平成25年8月27日付で内閣総理大臣（臨時代理）より諮問が行われた。このため消費者委員会は、第131回委員会（平成25年8月27日）において改正案について国土交通省及び消費者庁よりヒアリングを行い、同改正案については住宅の品質確保の促進等に関する法律の趣旨に鑑み妥当である旨を答申した（資料2-4-5）。

5. 消費者委員会からの建議・意見表明等に関するフォローアップ

消費者委員会が行った建議・意見表明等の実効性を高めるため、主要なものについては概ね半年後に関係省庁へのフォローアップを行い、指摘事項の実施状況や成果について確認を行っている。また、その他の課題についても、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等の機会を捉えて、継続的にフォローアップを行っている。これまで消費者委員会に取りまとめた建議・提言等の概要と主な成果の一覧については、当委員会のホームページに掲載し、随時更新を行っている（資料2-5-0）。

(http://www.cao.go.jp/consumer/about/kengi_teigen_iken.html)

この1年間に消費者委員会における議題として調査審議を行ったフォローアップとしては以下のものがある。

(1) 「公共料金問題についての建議」のフォローアップ

消費者委員会が平成24年2月28日に取りまとめた「公共料金問題についての建議」については、内閣府特命担当大臣（消費者）、経済産業大臣及び国土交通大臣の各大臣に対して、平成24年8月までに、その実施状況の報告を求めることとしていた。

これを踏まえ、消費者委員会は、第101回委員会（平成24年10月2日）において、経済産業省、国土交通省から、第105回委員会（平成24年11月27日）において、消費者庁から、それぞれ報告を受けた（資料2-5-1）。

この報告について、消費者委員会としては、経済産業省に関しては、電気料金の値上げ認可申請に際し、決定過程の透明性等の確保のための諸施策（「電気料金審査専門委員会」の設置及び原則公開による運営、公聴会の開催、「国民の声」の募集等）について評価した。国土交通省に関しては、「ガイドライン」の改定等により事業者に対し鉄道運賃の改定や加算運賃の状況に係る情報提供の改善を促したことや、運輸審議会の審議過程や説明聴取事案の取扱いをHPへ掲載したこと等について認識しつつ、加算運賃の終了基準の明確化、公聴会の

持ち方等について更なる取組を求めた。消費者庁に関しては、「消費者基本計画」の一環としてのフォローアップ及び公共料金等専門調査会の場を活用した審議について着実な実施を求めた。

なお、本件については、さらに第 129 回委員会（平成 25 年 8 月 6 日）において、加算運賃の終了時期の判断方法と公表データの見直し（案）について、国土交通省から報告を受けた。

（２）「地方消費者行政の持続的な展開とさらなる充実・強化に向けた支援策についての建議」のフォローアップ

消費者委員会が平成 24 年 7 月 24 日に取りまとめた「地方消費者行政の持続的な展開とさらなる充実・強化に向けた支援策についての建議」については、内閣府特命担当大臣（消費者）、総務大臣に対して、平成 25 年 1 月を目途にその実施状況の報告を求めることとしていた。

平成 25 年 3 月に消費者庁及び総務省より書面の報告が提出された⁴ことを受けて、消費者委員会は、第 117 回委員会（平成 25 年 4 月 9 日）において、両省庁から実施状況の報告を受けた（資料 2 - 5 - 2）。

この報告を踏まえて、消費者委員会としては、消費者庁と総務省が建議事項についてそれぞれ真摯に対応していることを評価した上で、地方消費者行政に対する国からの財政負担（支援）のあり方や消費生活相談員の処遇改善の問題等について、両省庁におけるさらなる取組を求めた。また、建議事項について消費者委員会が継続的に検証・評価を行えるよう、消費者基本計画の具体的施策に本建議の主な内容を可能な限り明記することを求めた。

（３）「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」のフォローアップ

消費者委員会が平成 25 年 2 月 12 日に取りまとめた「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」（本章 2 .（２）を参照）については、内閣府特命担当大臣（消費者）、経済産業大臣等関係各大臣に対して、平成 25 年 8 月までに、その実施状況の報告を求めることとしていた。

平成 25 年 8 月に消費者庁及び経済産業省より書面の報告が提出されたことを受けて、消費者委員会は、第 129 回委員会（平成 25 年 8 月 6 日）において、両省庁から実施状況の報告を受けた（資料 2 - 5 - 3）。

この報告を踏まえて、消費者委員会としては、流通事業者団体との協力体制を構築する等、建議事項の具体的課題に順次取組んでいることについては一定

⁴ 平成 24 年末の政権交代の影響により予算編成作業がずれ込んだことから、提出時期を遅らせた。

の評価をしつつも、販売事業者等の実態をより調査し、消費生活用製品安全法に定められた義務等の具体的かつ効果的な実施方法については、実施の効果を検証した上で、引き続き検討することを求めた。

折しも報道されたカネボウ化粧品の自主回収状況は、回収対象製品数が約 436 万個に対して、約 103 万個（平成 25 年 7 月 31 日現在）であったことを受け、建議で指摘したあらゆる情報伝達ルートを活用して、消費者からの回収を促すとともに、健康危害の拡大防止に努めることも求めた。

なお、本件については、情報収集体制にも課題はなかったかを中心に、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の中で、補足的に報告を聴取することとしている。

（４）「『健康食品』の表示等の在り方に関する建議」のフォローアップ

消費者委員会が平成 25 年 1 月 29 日に取りまとめた「『健康食品』の表示等の在り方に関する建議」（本章 2 .（１）を参照）については、内閣府特命担当大臣（消費者）及び厚生労働大臣に対して、平成 25 年 7 月までにその実施状況の報告を求めることとしていた。

平成 25 年 7 月に消費者庁及び厚生労働省から書面の報告が提出されたことを受けて、第 130 回委員会（平成 25 年 8 月 20 日）において、両省庁から報告を受けた（資料 2 - 5 - 4 ）。

この報告を踏まえて、消費者委員会としては、建議の内容について真摯に取り組んでいることについて評価した上で、健康食品の表示・広告については、（ ）暗示的なものを含め、虚偽・誇大か否かの判断基準が理解しやすいものとなるよう、健康増進法及び景品表示法の「留意事項」の作成に取り組むこと、（ ）関係法令の担当部局間の密接な連携を確保し、厳正な執行に努めること、（ ）景品表示法における適格消費者団体による差止請求権の利用実態を検証した上で、健康増進法に類似規定を導入することの要否を検討すること、健康食品の安全性については、被害情報の収集・解析を行う研究成果等を踏まえ、健康被害防止のために対応が必要な場合には、当該製品・成分の流通規制等の所要の措置を講じること、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十分確保すること等を求めた。

（５）「電気通信事業者の販売勧誘方法の改善に関する提言」のフォローアップ

消費者委員会が平成 24 年 12 月 11 日に取りまとめた「電気通信事業者の販売勧誘方法の改善に関する提言」においては、総務省に対し、平成 25 年 3 月末時点での改善状況の報告を求めていたことから、第 127 回委員会（平成 25 年 7 月

23日)において、国民生活センターから同提言発出後の状況等を聴取するとともに、総務省から報告を受けた。

同省からは、「利用者視点を踏まえたICTサービスに係る諸問題に関する研究会」の下に設置された「スマートフォン時代における安心・安全な利用環境の在り方に関するWG」の提言案、「スマートフォン安心安全強化戦略(案)」において示された方策等につき説明があり、委員長より、総務省に対し、これらの方策が同研究会の提言として最終的に取りまとめられた場合には、特定商取引法と同レベルの消費者保護規定導入の検討等に早急に着手すること、制度的な対応が実現されるまでの間の消費者保護対策にも取り組むことを求める発言を行った(資料2-5-5)。

(6)「特定保健用食品の表示許可制度についての提言」のフォローアップ

第1次消費者委員会が平成23年8月12日に取りまとめた「特定保健用食品の表示許可制度についての提言」については、消費者庁長官に対して提言を行ったところであるが、平成25年8月に消費者庁から書面の報告が提出されたことを受けて、第130回委員会(平成25年8月20日)において、消費者庁から報告を受けた(資料2-5-6)。

この報告について、平成24年度に「特定保健用食品の審査基準の検討事業」を実施したことは一定の評価の評価ができるものの、一旦市場に流通した特定保健用食品の有効性、安全性に関する新たな科学的知見の収集体制の構築、更新制の導入に向けた適切な期間のとり方、迅速かつ効率的な審査体制等の検討を前向きに進めるよう消費者庁に求めた。

6. その他の調査審議事項

以上に掲げた諸課題に関連するもの以外で、この1年間に消費者委員会において調査審議を行った主な議題としては、以下のものがある⁵。

集団的消費者被害回復に係る訴訟制度について

集団的消費者被害回復に係る訴訟制度については、第1次消費者委員会の集団的消費者被害救済制度専門調査会報告書の内容等を踏まえつつ、消費者庁において具体化に向けた作業が進められていたところ、具体的な制度案がパブリックコメントにかけられたことから、第99回消費者委員会(平成24年9月4日)においてその概要について消費者庁から報告を聴取し、本制度の速やか

⁵ 第99回消費者委員会(平成24年9月4日)において議題とした「『国民生活センターの国への移行を踏まえた消費者行政の在り方に関する検討会』報告書について」は、「平成23～24年度消費者委員会活動報告」(平成24年9月)の第2章5.を参照。

な立法化、実効性ある制度の構築、消費者への周知強化等を求めた。

さらに、国会への提出に向けて法案（「消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律案」）が閣議決定されたことを受けて、第 118 回消費者委員会（平成 25 年 4 月 23 日）においてその概要について消費者庁から報告を聴取し、国会審議への対応に万全を期すること、法案が成立したあかつきには、特定適格消費者団体の設立支援や消費者・事業者（団体）への周知等、同制度が有効かつ適切に活用されるための方策をしっかりと検討・実施すること等を求めた。

なお、同法案は第 183 回通常国会に提出されたが、審議未了のため、第 185 回臨時国会において継続審議が行われ、平成 25 年 12 月 4 日に可決・成立した。

消費者安全調査委員会について

「消費者安全法の一部を改正する法律」が、平成 24 年 8 月 29 日に可決・成立、同年 9 月 5 日に公布され、同年 10 月 1 日に「消費者安全調査委員会」が設置されることになったことを受けて、第 100 回消費者委員会（平成 24 年 9 月 18 日）において、その立ち上げに向けた準備状況や体制、取組方針等について消費者庁より報告を聴取し、意見交換を行った。

平成 23 年度個人情報の保護に関する法律施行状況の概要について

個人情報保護法に基づく「個人情報の保護に関する基本方針」においては、消費者庁は同法の施行状況について、関係行政機関からの報告を毎年度とりまとめ、その概要を公表するとともに、消費者委員会に報告することとなっている。このため、第 101 回消費者委員会（平成 24 年 10 月 2 日）において、同年 9 月に取りまとめられた平成 23 年度における同法の施行状況の概要について消費者庁より報告を聴取し、意見交換を行った。

消費者契約法等について

消費者委員会は、平成 23 年 8 月 26 日に「消費者契約法の改正に向けた検討についての提言」を行い、民法（債権関係）改正の議論と連携しつつ、消費者契約法改正の検討作業に着手することを消費者庁に求めるとともに、平成 23 年 12 月には「消費者契約法に関する調査作業チーム」（以下、「調査作業チーム」）を設置し、論点整理や選択肢の検討等の事前の準備作業を進めた（第 3 章 6 . を参照）。

このような中、法制審議会の民法（債権関係）部会において、民法改正の中間試案のたたき台が取りまとめられたことから、第 111 回消費者委員会（平成 25 年 1 月 29 日）において、消費者概念の導入や約款規制等、消費者法と特に

関連する内容を中心に法務省から報告を聴取し、改正の論点をできるだけ分かりやすく整理した上で情報発信を行うこと、民法と消費者契約法の連携確保に十分留意すること、条文については消費者にとってできるだけ分かりやすい表現とすること等を求めた。

また、調査作業チームにおける論点整理の中間報告を兼ねて平成 25 年 2 月 2 日に「消費者契約法シンポジウム」が開催されたことを受けて、第 112 回消費者委員会（平成 25 年 2 月 12 日）においては、上記中間報告のうちインターネット取引を巡る現状について、司法書士の山田茂樹氏（消費者委員会事務局委嘱調査員）から報告を聴取し、意見交換を行った。

さらに、調査作業チームにおける討議内容を踏まえ、各論点の整理を行った報告書が取りまとめられたことを受けて、第 126 回消費者委員会（平成 25 年 7 月 16 日）においては、調査作業チームのメンバーの一人である大澤 彩 法政大学法学部准教授からその概要について報告を聴取し、意見交換を行った。

自動車リコール制度について

消費者委員会は、平成 22 年 8 月 27 日に「自動車リコール制度に関する建議」を国土交通大臣及び内閣府特命担当大臣（消費者）に対して発出し、その取組状況についてフォローアップを行ってきた。このような中、平成 24 年末に三菱自動車工業株式会社から 4 回目となるリコール届出が出されることとなった事態を受けて、第 114 回消費者委員会（平成 25 年 3 月 12 日）において、同社における対応等の経緯、国土交通省における把握及び対応の状況、建議に係るリコールに関する技術検証の実施状況及び監査方針の見直し状況等について、国土交通省からの説明を聴取し、再リコール事案に関する技術検証や監査方針の在り方について、取組をさらに強化する観点から再検討した上で、必要な方策を消費者基本計画に盛り込むことを求めた。

食品表示一元化について

食品衛生法、JAS 法及び健康増進法の表示に関する規定を統合して、食品表示に関する包括的かつ一元的な制度を創設する「食品表示法案」が国会提出に向けて閣議決定されたことを受けて、第 117 回消費者委員会（平成 25 年 4 月 9 日）においてその概要について消費者庁から報告を聴取し、制度についての消費者への周知、理解向上に向けた取組を強化すること、今後の検討課題とされている（ ）遺伝子組換え表示、（ ）食品添加物表示、（ ）加工食品の原料原産地の表示等の取扱いについて、できるだけ速やかに実態調査等を実施し、検討を開始すること等を求めた。

なお、同法案は第 183 回通常国会に提出され、平成 25 年 6 月 21 日に可決・

成立し、同月 28 日に公布された。

消費者の財産被害に係る行政手法研究会報告書について

消費者庁に設置された「消費者の財産被害に係る行政手法研究会」において、行政による経済的不利益賦課制度及び財産の隠匿・散逸防止策の在り方についての報告書が取りまとめられたことを受けて、第 124 回消費者委員会（平成 25 年 4 月 23 日）においてその概要について消費者庁から報告を聴取し、今回整理された課題、被害状況や現行法令の執行状況等を十分に踏まえて、具体的な制度設計を検討することを求めた。

消費者安全専門調査会の報告について（食品リコールの現状に関する整理）

消費者安全専門調査会では、リコール全般にかかる法的整備の在り方を検討するための前提作業のひとつとして、平成 25 年 5 月より食品分野における現状を整理していたところ、その中間整理が取りまとめられたことから、第 131 回消費者委員会（平成 25 年 8 月 27 日）においてその概要について報告を聴取し、意見交換を行った（第 3 章 3 . を参照）。

第 2 次消費者委員会のこれまでの活動と今後について

第 2 次として最後の会合となる第 131 回消費者委員会（平成 25 年 8 月 27 日）においては、平成 23 年 9 月～平成 25 年 8 月までの 2 年間における第 2 次消費者委員会の活動成果についての総括を行うとともに、平成 25 年 9 月に発足する第 3 次消費者委員会への主な引継事項を取りまとめた（資料 2 - 6 - 1）。

第 3 章 部会・専門調査会等における調査審議

消費者委員会では、広範かつ多様な消費者問題に対処するため、委員会本体のほか、部会・専門調査会等の下部組織を設置して調査審議を行ってきた。この 1 年間では、新開発食品調査部会（及び新開発食品評価第一・第二調査会）、食品表示部会、消費者安全専門調査会、公共料金等専門調査会（及び家庭用電気料金の値上げ認可申請に関する調査会）、地方消費者行政専門調査会に委員、臨時委員及び専門委員が配置され、調査審議を行ってきた。また、臨時委員や専門委員以外の外部有識者の知見を活用するための会合として、消費者契約法に関する調査作業チームが開催された（前掲資料 1 - 1 - 4 を参照）。

1 . 新開発食品調査部会（資料 3 - 1 - 1 ~ 3）

新開発食品調査部会は、健康増進法及び健康増進法に規定する特別用途表示

の許可等に関する内閣府令に基づいて、消費者庁長官が特定保健用食品の許可等を行う際に、内閣総理大臣の諮問に応じ、消費者委員会は調査審議することとされていることから、当該事項について調査審議を行うため、設置された部会である。

この1年間では計5回（第10回から第14回）開催された。いずれの回も特定保健用食品の表示許可に係る調査審議が行われた。

（1）新開発食品評価第一調査会

新開発食品評価第一調査会は、特別用途表示の許可に関する調査審議のうち、腎・血圧、代謝、内分泌に関する事項について審議するため、新開発食品調査部会に設置された調査会である。

この1年間では計4回（第11回から第14回）開催された。いずれの回も、個別品目の特定保健用表示許可に係る申請資料等に基づき、安全性及び有効性の調査審議が行われた。

（2）新開発食品評価第二調査会

新開発食品評価第二調査会は、特別用途表示の許可に関する調査審議のうち、消化吸收、免疫、その他第一調査会の調査審議事項以外の事項について審議するため、新開発食品調査部会に設置された調査会である。

この1年間では計3回（第9回から第11回）開催された。いずれの回も、個別品目の特定保健用表示許可に係る申請資料等に基づき、安全性及び有効性の調査審議が行われた。

2．食品表示部会（資料3-2-1～4）

食品表示部会は、食品衛生法に基づき、内閣総理大臣が、販売の用に供する食品、添加物、容器包装等の表示の基準を定める際に、あるいは農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律（JAS法）に基づき、内閣総理大臣が、飲食料品の品質の表示の基準を定めようとする際に、消費者委員会の意見を聴かなければならないとされていることから、当該事項等について調査審議を行うために設置された部会である。

この1年間では計6回（第20回～第25回）開催され、栄養表示基準の見直し、アレルギー表示基準の見直し等の議論が行われた。

栄養表示基準は、販売する食品について、栄養成分や熱量などを表示する場合に適用される健康増進法に基づく表示基準である。現在、任意で表示されている栄養表示について、幅広い食品に表示がつけられるようにするため、現行の規制を維持しつつ、合理的な推定により得られた値を表示値として記載する

ことができること、また、低含有量の場合には、誤差の許容範囲を拡大すること等、表示値の設定方法が適切である限り、現行の規定に縛られないよう表示方法を一部改正する案が消費者庁より提案された。審議の結果、改正案を支持する意見が多かったことから、平成 25 年 6 月 25 日付で改正案を承認した。

一方、アレルギー物質を含む食品の表示基準は、内閣府令等において定められているところであり、これらの表示基準を適切に運用するため、概ね 3 年ごとに、我が国における食物アレルギーによる健康被害の実態調査等を行い、その結果に基づき、表示項目の見直し等を行っている。平成 23 年度から 24 年度にかけて実施していた実態調査が取りまとめられたことから、その結果が消費者庁から報告された。審議では、カシューナッツとごまを推奨項目の対象とすることについて主に議論され、大きな反対意見がなかったことから、平成 25 年 8 月 27 日付でカシューナッツとごまの 2 品目を推奨項目の対象とすることです承した。

今後の審議予定については、平成 25 年 6 月に成立した食品表示法において表示基準を定める際には消費者委員会の意見を聴かなければならないとされていることから、表示基準策定に関する諮問に関して審議を行う予定である。

なお、食品表示法が、本年 6 月に成立・公布されたことを受けて、新たな表示基準の策定等にあたっては、消費者庁の諮問を受けて、十分な調査・審議を行うよう第 3 次消費者委員会への要望を取りまとめた（資料 3 - 2 - 4）。

3 . 消費者安全専門調査会（資料 3 - 3 - 1 ~ 5）

消費者安全専門調査会は、委員会の求めに応じ、消費者安全に関する重要事項について調査審議を行うために設置された専門調査会である。

この 1 年間では計 10 回（第 17 回から第 26 回）開催され、第 11 回から第 21 回は、継続案件として「消費者事故未然防止のための製品リコール案件等の注意喚起徹底策」についての議論を行い、第 22 回から第 26 回は、新たな課題として「食品リコールの現状」についての議論を行った。

「消費者事故未然防止のための製品リコール案件等の注意喚起徹底策」については、行政機関を通じての情報周知の方策、事業者等を通じての情報周知の方策、情報通信技術を活用した情報周知の方策、製品安全に係る消費者教育・啓発の充実のための方策について議論を行い、その結果を踏まえ、平成 25 年 1 月 29 日に「『消費者事故未然防止のための製品リコール案件等の注意喚起徹底策』について」（消費者安全専門調査会報告書）を取りまとめた（資料 3 - 3 - 4）。同報告書の内容については、松岡座長から第 111 委員会（平成 25 年 1 月 29 日）において報告され、これを基に消費者委員会は第 112 回委員会（平成 25 年 2 月 12 日）において、「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」を発出した（第 2 章 2 .(2) を参照）。

「食品リコールの現状」については、製品リコール案件等の注意喚起徹底策の議論の後半で、リコール全般にかかる法的整備についての意見も出されており、前提作業として全体の状況を整理しておく必要があったため、食品分野について関係者ヒアリングを実施し、現状を整理した。

ヒアリングは、食品関連法令を所管する厚生労働省、農林水産省、消費者庁及び法執行の主体である地方自治体、並びに消費者団体や事業者等を対象に、リコール情報収集体制からリコール実施判断基準、回収方法等に関する実態や考え方等について調査審議した。

こうした議論を踏まえ、「食品リコールの現状に関する整理」を取りまとめ、第131回委員会（平成25年8月27日）に報告を行った（資料3-3-5）。

4. 公共料金等専門調査会（資料3-4-1～4）

公共料金等専門調査会は、公共料金等に関する重要事項について、調査審議を行うために設置された専門調査会である。

第104回委員会（平成24年11月13日）で設置されて以降、消費者庁の協力も得て、計6回開催された。関係省庁のヒアリングや、その結果を踏まえて整理した諸課題についての検討等を行い、今後取り組むべき課題と今後検討すべき論点を示した「公共料金等専門調査会報告～消費者参画の機会、料金の適正性の確保に向けて～」を平成25年7月26日にとりまとめた（資料3-4-4）。同報告の内容については、古城座長から第128回委員会（平成25年7月30日）において報告され、これを基に消費者委員会は、「公共料金問題に関する提言～公共料金等専門調査会報告を受けて～」を発出した（第2章3（3）を参照）。

（1）家庭用電気料金の値上げ認可申請に関する調査会

家庭用電気料金の値上げ認可申請に関する調査会は、家庭用電気料金の値上げ認可申請がなされた電気事業者に対して消費者の視点から申請内容の検証を行うために公共料金等専門調査会に設けられた調査会である。

第1回公共料金等専門調査会（平成24年12月11日）で設置されて以降、関西電力及び九州電力、東北電力及び四国電力、北海道電力による家庭用電気料金の値上げ認可申請を受け、消費者庁の協力も得て、計11回開催された。経済産業省や電気事業者からのヒアリング、地元消費者団体との意見交換会等を実施し、電気事業者による家庭用電気料金の値上げ認可申請について、決定過程の透明性及び消費者参画の機会の確保が十分なされているか、消費者の理解を得られるよう説明がなされているか、といった視点から申請内容の検証を行い、各申請に対する意見を取りまとめた（第2章3（4）～（6）を参照）。

5. 地方消費者行政専門調査会（資料3-5-1~4）

地方消費者行政専門調査会は、地方消費者行政に関する重要事項について調査審議を行うために設置された専門調査会である。

この1年間では計6回（第14回から第19回）開催され、地方消費者行政のなかで消費者に最も身近な行政主体である市町村の役割に焦点を当て、今後5年程度の中期的な視野に立って、現状を分析するとともに、優先的に取り組むべき課題を精査すること、国、都道府県、市町村の役割分担に関して今後の論点を提示することを主要課題として審議を行い、その結果を踏まえて、住民が「どこに住んでいても消費生活相談を受けられる体制」を実現し、それを維持・継続していくための優先課題と、その実施のための具体的施策についての提言を盛り込んだ「地方消費者行政専門調査会報告書」を平成25年8月にとりまとめた（資料3-5-4）。同報告書の内容については、宇賀座長から第129回委員会（平成25年8月6日）において報告され、これを基に消費者委員会は、「地方消費者行政の体制整備の推進に関する建議」を発出した（第2章2（3）を参照）。

6. 消費者契約法に関する調査作業チーム（資料3-6-1~5）

消費者契約法に関する調査作業チームは、同法の改正に関し、消費者庁による検討作業の進展に合わせて消費者委員会で本格的な調査審議を行いうる体制が整うまでの間、論点の整理や選択肢の検討等の事前準備を行うために設置したワーキングチームである。

この1年間では計9回（第9回から第17回）開催され、第8回までの会合で設定した論点・テーマにつき議論を行った。こうした検討を経て、現行消費者契約法の課題を整理した報告書を取りまとめ、第126回委員会（平成25年7月16日）において、チームメンバーの一人である大澤 彩 法政大学法学部准教授から報告を行った。なお、同報告書については、さらに所要の検討を経た上で、同年8月29日に「『消費者契約法に関する調査作業チーム』論点整理の報告」として公表された（資料3-6-4）。

また、こうした検討の結果について、「消費者契約法の課題を考える」と題するシンポジウムを計3回（平成25年2月2日（東京）、平成25年7月20日（東京）及び平成25年7月27日（大阪））開催した（資料3-6-5）。

第4章 調査等

消費者委員会における調査審議の対象は消費者行政の全般にわたり、各分野における課題のそれぞれが極めて複雑かつ専門性を要することから、委員会が建議・意見表明等を行うに当たっては、一般の消費者等へのアンケート調査や

関係者に対するヒアリング、現地調査等を通じて制度や実態を把握し、掘り下げた検討を行う必要がある。この1年間において、報告書を取りまとめた主な調査としては以下のものがある。

1. 「健康食品」の表示等の在り方に関する調査報告

「健康食品」は、近年、食生活の多様化、肥満や生活習慣病の増加等による健康に対する関心の高まり等を背景として、数えきれない種類・数の製品が販売されており、多くの消費者にとって身近な存在となってきた一方で、その「健康食品」を摂取することで、どのような健康に関する効果等があるのかについて正確に理解している消費者は多くないと思われる。

消費者委員会では、第1次消費者委員会が平成23年8月23日に取りまとめた「『健康食品の表示等の在り方』に関する中間整理」、並びに第2次消費者委員会が平成24年2月～3月に実施したアンケート調査及び平成24年6月5日に取りまとめた「『健康食品の表示等の在り方』に関する考え方」を踏まえ、平成24年8月から12月にかけて、表示・広告規制に係る法執行力、安全に関する規制・制度、機能性の表示の各論点について、有識者との意見交換等を実施し、それらの結果を「『健康食品』の表示等の在り方に関する調査報告」として取りまとめた（審議の経緯については資料4-1-1を参照）。

本調査結果は、第111回委員会（平成25年1月29日）に報告され、消費者委員会は、同日、「『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（第2章2.(1)を参照）。

2. 詐欺的投資勧誘対策に関する消費者問題についての調査報告

近年、詐欺的投資勧誘に関する消費者トラブルが多発しており、その被害は年々深刻さを増している。消費者委員会では、こうした被害の未然防止・拡大防止及びその被害回復を図る観点から、PIO-NETや地方自治体に対する調査による実態等の分析、関係省庁や地方自治体、有識者等へのヒアリングを行った。このうち、地方自治体に対する調査については、平成24年6月～7月にかけて、47都道府県及び20政令指定都市に対し、被害の実態、特定商取引法等の法施行の実績、警察との連携状況等について、書面調査の形で実施した。また、ヒアリングについては、取締り強化の取組や制度整備の可能性、犯行ツールに係る取組、高齢者の見守り強化の取組などの各論点について、実態を聴取するとともに、意見交換を行った。当委員会では、それらの結果を「詐欺的投資勧誘対策に関する消費者問題についての調査報告」として取りまとめた（審議の経緯については資料4-2-1を参照）。

本調査結果は、第129回委員会（平成25年8月6日）に報告され、消費者委

員会は、同日、「詐欺的投資勧誘に関する消費者問題についての建議」を取りまとめた（第2章2.(4)を参照）。

第5章 外部との意見交換、外部への情報発信

消費者委員会については、消費者・生活者や関係団体等の声に耳を傾け、その意見を十分に尊重した上で、政府の消費者行政全般に対して監視機能を発揮していくことが求められている。こうした仕組みを機能させるためには、地方の現場や関係団体等との意見交換並びに委員会の活動状況やその成果についての情報発信を積極的に実施することが重要である。これらの点について、この1年間においては以下のような取組を行ってきた。

1. 外部との意見交換等

(1) 地方消費者委員会の開催

消費者委員会の委員が地方に出向き、消費者、関係各団体の声に直接真摯に耳を傾け、問題の解決に効果的に取り組むために、地方の関係団体や自治体などと連携し、意見交換等を行うものである。この1年間においては、山口（10月）、大分（12月）、米沢（3月）、札幌（5月）、金沢（7月）の計5箇所で開催を行った（資料5-1-1）。

(2) 地方懇談会への参加

地方の消費者団体や消費者行政担当部局が主催する意見交換会等に、消費者委員会の委員が参加しており、全国の主要都市等において随時開催されている（資料5-1-2）。

(3) 消費者団体等関係団体との意見交換会の開催

消費者委員会の今後の運営改善を図るための参考とするため、消費者団体ほか関係団体等から最近の活動状況や消費者委員会の活動についての意見・要望等を聴取し、意見交換を行うための会合を定期的で開催している。この1年間においては、平成24年9月、平成25年2月～3月を中心に、計4回の意見交換会を実施した（資料5-1-3）。

(4) 要望書・意見書等の受付

消費者委員会には、この1年間で53件の要望書・意見書等が寄せられた。内容をみると、消費者問題について広範な分野にわたって要望がなされている（資料5-1-4）。これらのうち主要なものについては、委員会の調査審議において取り上げて検討を行っている。

2. 外部への情報発信

(1) 委員会等の公開

委員会会合については、原則公開としている（一般の方の傍聴も可能。さらに、報道機関からの要望に応じ、会議全体についてカメラ撮りが可能）。なお、議事録が公表されるまでの間は、ホームページ上で委員会審議の動画をインターネット配信している。

また、部会・専門調査会の審議についても、原則公開としている（会議を公開することにより、当事者若しくは第三者の権利若しくは利益又は公共の利益を害する恐れがある等の場合を除く）。

(2) 委員長等による記者会見の実施

委員長による定例記者会見を月1回のペースで実施しているほか、委員会において建議・提言等を取りまとめた際には、委員会終了後に委員長等による記者会見を実施している。（資料5 - 2 - 1）。なお、記者会見要旨についても、ホームページ上で公表している。

(3) 委員会ホームページを通じた情報提供

消費者委員会のホームページ(<http://www.cao.go.jp/consumer/>)においては、上記の情報のほか、委員会の基礎的な情報（組織・法令等）、委員会の活動状況とその成果等、幅広い内容について情報提供を行っている。

また、トップページに委員会の最近における活動状況や当面の関心事項について分かりやすく解説するコーナーや、委員会の各会合における議論のポイントを簡潔にまとめた「消費者委員会会議レポート」、委員会の建議・提言等の概要や主な成果を一覧にした「消費者委員会の建議・提言等」を掲載したりするなど、引き続きホームページの内容の充実・改善に取り組んでいる。

(4) 委員会リーフレットの作成

消費者委員会の概要や活動を紹介するリーフレットを作成し、地方や関係団体等に広く配布している。

(5) 雑誌等への寄稿

消費者委員会の委員や事務局職員が、消費者問題や消費者法を専門とする雑誌等に定期的に寄稿し、委員会の活動状況や成果等について分かりやすく紹介している。