

消費者委員会 消費者安全専門調査会  
(第 24 回)  
議事録

内閣府消費者委員会事務局

# 消費者委員会 消費者安全専門調査会（第24回） 議事次第

1. 日時 平成25年7月12日（金） 15:28～17:58

2. 場所 消費者委員会大会議室1

3. 出席者

松岡座長、中川座長代理、内堀委員、片山委員、齋藤委員、佐竹委員、  
佐野委員、澁谷委員、田澤委員、鶴岡委員、戸部委員、中嶋委員、  
中村（均）委員、中村（昌）委員、横矢委員

消費者委員会夏目委員

（説明者）

イオン株式会社 品質管理部 宮地部長

イオン株式会社 お客さまサービス部 安江品質管理マネージャー

消費者庁 宗林消費者安全課長

（事務局）

原事務局長、小田審議官

4. 議事

（1）開 会

（2）前回までのヒアリング内容の整理

（3）食品リコールの現状について

（4）意見交換

（5）閉 会

## < 1. 開会 >

○原事務局長 それでは、少し時間が早いようですけれども、おそろいになりましたので、始めたいと思います。

本日は、皆様、お忙しいところをお集まりいただき、ありがとうございます。ただいまから、「消費者委員会消費者安全専門調査会（第24回）」の会合を開催いたします。

本日は、消費者委員会の担当の小幡委員が欠席ということですが、あとは全員御出席になっております。中村晶子委員が17時ごろ退席ということでお伺いしております。

議事に入ります前に、配付資料の確認をさせていただきたいと思います。

議事次第と書かれた紙の裏面に一覧を載せておりますけれども、座席表の次に資料1といたしまして、前回までどういうお話を聞いてきたかということでのヒアリングの内容を整理したものです。

参考資料1-1として、前回お示ししておりますけれども、こういう流れで後ほどの意見交換のときに御活用いただければということで、二度目ですが資料を提供しております。

参考資料1-2は、前回、群馬県の健康福祉部の方にヒアリングをお願いいたしました。そのときに委員から御質問が出ておまして、それへの回答を載せております。ホームページは非常に工夫しておられて、健康面の影響の辺りも丁寧な情報提供をされているということだったので、どういう考え方で整理をされたのか教えてほしいということでした。右の方に書いておりますけれども、「『健康面の影響』欄を設けることは、県民にいたずらに不安を抱かせないよう、また風評被害の抑制を図れるよう、県民にわかりやすく情報提供するために設けているものです」という御回答をいただいておりますので、おつけしております。

資料2ですけれども、この後、後半はヒアリングということをお願いいたしましたイオン株式会社から御提出いただいた資料になります。

資料3の関連は、リコール情報サイトの1枚紙もついておりますけれども、消費者庁の消費者安全課で御準備いただいた資料になっております。

それから、この間、美白の化粧品で自主回収というのが大きな報道で流れました。皆様御存じのとおりですけれども、厚生労働省と消費者庁が提供している資料を、別に本日の審議直接ではございませんけれども、参考ということで席上配付をさせていただいております。

審議の途中で不足がございましたら、お申出いただければと思います。

それでは、松岡座長、議事進行をよろしくお願いいたします。

○松岡座長 本日の会議につきましては公開で行います。議事録についても、後日、公開することにします。

では、早速、議事に入りたいと思います。

## < 2. 前回までのヒアリング内容の整理 >

○松岡座長 まず、議事次第2、「前回までのヒアリング内容の整理」ということで、前回、前々回で行った食品リコールのヒアリング内容を資料1にまとめております。

資料について、簡単に事務局より御説明をお願いいたします。

○原事務局長 資料1をごらんいただきたいと思います。ヒアリングを中心に、この間、専門調査会を開催しておりますけれども、現状についてお話をいただいて、それについて委員からの御質問、御意見も出ておりましたので、その中から意見として書きとめておいたほうがいいものということで整理しております。内容といたしましては、法令に基づくリコールと、法令に基づかないリコール、自主リコールと分けておまして、3ページからは「リコールの実施」、4ページから5ページにかけて、「リコールの実施終了・再発防止」、5ページは「その他・全般的な意見」ということで整理をさせていただいております。

1ページにお戻りいただきたいと思いますのでけれども、「法令に基づくリコール」というところでは、番号1に書いていますように、食品表示に関しては、新しい食品表示法というのが制定されまして、表示基準違反で被害が発生するような危険がある場合は、回収命令がかけられるということになりました。

番号3に厚生労働省を書いておりますが、食品衛生法第54条で廃棄命令等の規定がございます。

番号4は、食品衛生法の仕組みですけれども、都道府県知事、中核市、保健所設置市まで権限がおりており、知事、市長が命令をすることができる規定になっております。

2ページ目、番号8のところに、群馬県のヒアリングのときのお話ですが、加工食品での回収命令を行う場合は、保健所長から命令をかけているということです。ただ、その判断については、7つのチェックリストを掲げてブレがない形で行っているというお話でした。

法令に基づかないリコール、自主リコールですけれども、これは、基本的に事業者の判断ということで整理されております。

番号15は、愛知県では自主回収の基準をつくっているというお話もございました。

3ページに入りまして、リコールの実施です。これも厚生労働省、安全にかかわる部分ですけれども、食品衛生法第54条の規定、それから、自主回収は事業者の判断ということになります。

3ページから4ページにかけて、消費者への情報周知のことが書かれていますが、4ページに入りまして、東京都です。平成16年11月に条例が施行されております、条例に基づく都独自の制度として自主回収の報告制度を設けておられます。これは、中小の事業者が広く皆さんに知ってもらおうというのは大変だろうということで、東京都のホームページ

に掲載し、都民への情報提供を実施しているということでした。

番号 24 は、群馬県もここは工夫されておられて、回収命令がかけられた場合の情報提供については、報道機関への資料提供と県のホームページに掲載するとともに、当該品が流通している流通先の自治体に情報の送付を行っているというお話でした。

4 ページから 5 ページにかけては、リコールの終了の考え方です。東京都は、これは安全にかかわるものですが、販売伝票と返品伝票、両方を見て確認をしているということです。

5 ページから 6 ページにかけて、全般的な意見ということでこれもいろいろな御意見が出てきております。番号 35 に、工業製品と食品についてはかなり共通点が多い、リコール基本法を含む法的整備の問題は今後の課題としてあるのではないかと、という御意見をいただいています。

番号 37 は、自主回収のところでは、積極的に取り組む事業者とそうでない事業者の格差が目立ってきているのではないかと。したがって、何らかの法的な裏付けをもって対応していったほうがいいのではないかとのお話がありました。

これで完成版ではなく、きょうの御意見も聞きながらきちんと整理した表にしていきたいと考えておりますが、こういう形で今まで出された御意見を一旦整理してみました。

事務局からは以上です。

○松岡座長 どうもありがとうございました。

過去 2 回の審議の内容が網羅されていると思います。御質問、御意見のある方はいらっしゃいますでしょうか。

では、この辺のことは、本日最後に意見交換の時間がありますので、そのときに参考にしていただきたいと思います。また、この表の内容について修正等の御意見がある方がいらっしゃいましたら、事務局へ御連絡をいただければと思います。

### < 3. 食品リコールの現状について >

○松岡座長 引き続き、議事次第 3 に入らせていただきます。本日は、食品リコールに関して、イオン株式会社と消費者庁消費者安全課の 2 者へのヒアリングを行います。

まずは、イオン株式会社品質管理部宮地部長から、主にプライベートブランド (PB) 商品でのイオン様の商品回収の取組みについての説明をいただきます。説明は 20 分程度でお願いいたします。よろしく願いいたします。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 品質管理部の宮地でございます。よろしく願いいたします。本日は、店舗の衛生を担当しております安江と一緒に参っておりますので、御質問等がありましたら、両名で答える形にさせていただきます。

○イオン株式会社お客さまサービス部安江品質管理マネージャー よろしくお願ひいたします。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 まず全体で、店舗の仕入れ、売上計上をいかにしているかという話、そしてPBの展開、あるいは、最終的にリコールがあった場合の回収方法等につきまして、順に御説明をさせていただきます。

それでは、まず、1ページからよろしくお願ひいたします。店舗での仕入れから販売までの大体の仕事の流れを書いたものでございます。右の上でございますように、品揃えをまず決定するわけです。店の規模、業態によって品揃えというのは変わりますので、同じペットボトルを販売するのでも、場所が違ったり、売り方が違ったり、これはそういったところにかかわるわけです。その品揃えに基づいて私どもは注文を出していきます。注文した数が納品されるという形でございます。ここまでは、店舗と、バイヤーと私どもは言っていますが、仕入れの権限を持った者、この両方で担当していくものでございます。

店舗におきましては、保管。これは物流上、いろいろな形態があるわけですが、常温物流、冷蔵配送、冷凍、その3つの温度帯ぐらいで配送が変わってくるわけですが、それを店舗では一時保管をするわけです。その後、それぞれ加工したり、あるいはすぐに店出しをしたりするもの、こういう形で出していくものがあるわけです。

店舗の店出しをするのに加工を伴うもの、例えば私どもでしたら、魚の調理をして刺身にして出す、あるいは柵にして出す、切り身にして出す。そういったものがここに入るわけですし、ここは店舗の衛生管理ということで、私どもは別の部署を設けて管理体制をとっているわけです。そして陳列という形になるわけですが、冷蔵ケース、冷凍ケースに陳列をしていきます。そのときにラベル表示もするわけですが、そのラベル表示の間違いで回収をすることもあるわけで、ここにそれぞれの間違いが発生するということもあるわけです。そして最後に販売をして、売れ筋商品と、残念ながら売れなかった商品、それを見極めて、もう一度品揃えの見直しをして最終の品揃え決定をしていく。そういった一連の流れで私どもは店舗の運営をいたしております。

続いて、2番目のお話をさせていただきます。私どもはメーカーさんから商品を順に仕入れてくるわけですが、ここに仮で番号を11、12、13、14、15と書いていますが、これを例えば日付でも結構ですが、ケース単位あるいはロット単位でメーカーが管理をされているというふうに解釈をいただきたいと思ひます。ロット単位という管理は、大手のメーカーさんというのは非常にすぐれていまして、ペットボトルのようなものであれば、何時何分、あるいは秒の単位まで管理できるようになっています。万一、トレースバックをして回収しなければならないといったときには、メーカーさんはその単位までわかるような仕組みを持たれています。

ただ、残念ながら、ロット単位で出されたものが卸のほうに行きますと、一つのロット

という単位からケースという単位に分かれていきます。ケースの単位では、それぞれの日付や記号が書いてあるわけですので、それで判別をする。そういう形で卸さん、問屋さんというのは管理をしていきます。そこから1次問屋、2次問屋という形で順に流れてくるわけです。

私どもの店頭に入りますと、この商品をケースから取り出して棚に並べるという作業が発生します。棚に並べたときに、お客様が明らかに先に入れた商品から取り出していただけるという話をすれば、固まったロットでしかないわけですが、残念ながら同じ日付ではない。11日の商品と15日の商品、こういったものが混在することが店頭では間々あるわけです。私どもはそういった商品を、レジのほうで、ポスレジという話をしていますが、バーコードで読み取りをして、販売点数の確認をする作業をしています。そのタイミングで私どもは品名と数量がわかるわけです。残念ながら、ここの段階まで入ってきたメーカーの製造日付、時間、分といったものまでは、私どもの店頭ではデータとしては残らないということになります。目で確認をすることはできるわけですが、製造日の日付の管理から私どもの販売日付の管理にここから先は変わっていきます。

消費者、お客様に買っていただけるわけですが、お客様の手元にある商品にはそれぞれの番号がついていますので、それで管理をすることができると思っています。随分細かい番号が書いていますけれども、この番号でメーカーさんは管理をしているということでございます。記号になっていますので、メーカーさんに聞けば、何時何分どこの場所であつたか、そういうものがわかるわけです。

私どもでは、残念ながらこの時点では販売日の数量の管理しかできていない。極端な言い方をしますと、惣菜などはそうですが、きょう製造したものと昨日製造したものが同じところにありますと、同じバーコードを使います。日付の概念は持っていないので、2個売れば2という数字の概念しか持たないということです。わかりにくい話で恐縮ですが、店頭では販売日という日付の概念に私どもでは変わってしまうということでございます。

3番目に、回収等の話に入ってまいります。NB(ナショナルブランド)とPB(プライベートブランド)がありますが、これは管理の手法が若干違いますので、その説明を先にさせていただきます。

上段がNBについて書かれた流れでございます。これは、どのメーカーさんも企画をし、研究、設計、原材料の購買、生産、そして在庫。その在庫を順に1次問屋、2次問屋という形で卸して行って、小売の店頭まで来るということでございます。私どもでは消費者の方々にこれを販売させていただくということで、消費者からの問い合わせというのは私どもの店頭にもまいります。メーカーさんが書かれているお客様の問い合わせ番号のほうにも行くわけです。ペットボトルでも同じように0120の番号が書いていますので、ここに消費者の方は何かあれば問い合わせをする。そういうことになります。この0120がなかなかつながらないときは、私どもの店頭にお持ちになっていろいろなお話をされていく。で

すから、私どもはそのことをもってメーカーさんに確認の電話をする。そういうことを私どもの店頭ではさせていただいております。

一方、PBというのは、企画から生産までをメーカーさんに製造委託をするわけでございます。そこから発生しました在庫、あるいは販売につきましては、私どもの会社が責任を持って当たるといことでして、製造委託先への担保というのは、仕様書あるいは検査、監査といった形で確認をしております。当然のことながら、原材料に関しましては4次原材料まできちっとトレースができる。そして、製造工程の管理をするというのが私どものPBでございます。ですから、お客様から私どものフリーダイヤル 0120 に問い合わせがあれば、当社でお答えをするという形になっております。

それをもう少し詳しく話をしたのが4ページでございます。PBに関しましては、設計会議をしてどういう商品をつくっていくのかという話をするわけですが、その製品を製造するに適した工場なのかどうかということは、工場の審査を踏まえますし、工場のトップがきちっとした管理ができる。児童労働等そういった労働問題が発生しない。そういったコード・オブ・コンダクトの確認を私どもはしております。その上で設計した内容を仕様書にし、それぞれの工場と確認を結んでまいります。そして、初回生産には工場で立ち会いをいたしまして、その後、発売するという形でございます。発売した商品に関しましては、抜き取り検査、定期の工場調査を行っております。私どもの商品にもフリーダイヤルがつけられていますので、その段階で私どもの商品に対する苦情あるいは改善の要望等があれば、私どものほうに返ってくるという流れで対応しております。

それでは、お客様の声を聞くという話で5ページに移らせていただきます。

私どもはコールセンターを設けていまして、お客様からフリーダイヤルにいろいろな申し出をちょうだいします。一つは店舗に関する問題、もう一つは商品に関する問題です。店舗に関する問題はコールセンターから直接店舗のほうにつなぎまして、店舗でお答えさせていただく。データベース化をするのは、店舗で入力をして私どものほうに来る。もう一つ、商品等についてのお申出につきましては関係部署に確認し、お答えをし、さらに CREATE のほうに登録をする。そして、それぞれの関係の部署がそのデータについて確認をすることができる仕組みを持っております。

6 ページでもう一度その話をさせていただきます。データが私どものほうに集まりまして、いろいろな苦情等も含めてございますので、そのデータを整理し、毎週月曜日、関係の部署で情報交換をいたしております。営業に関する部署のお客様サービス部、商品に関する部署の品質管理部、商品を開発した部署。その部署で、それぞれの商品について、クレーム等があればそこで明らかにするという対応をとっております。当然、その会議の議事録に関しましてはトップへの報告もさせていただきます。

7 ページでございます。情報の確認ですが、当然のことながら、お申出以外にもリスクを含めた問題点というのがあります。これは、経済産業省が出している「リスクアセスメントハンドブック」から抜いた表ですが、R-Map のような形を使い、リスク

について確認をしております。お客様に与える被害の程度、その被害の拡大性というもののマトリックスでリスクの大きさを同定しますし、コンプライアンス等、あるいは社会性といった問題につきましてもその中で検討をしていくわけでございます。そのことによって組織の立ち上げもしております。

最後に、告知の方法につきまして御報告させていただきます。8番の告知の方法ですが、当然、社告というものをしますし、記者会見あるいはホームページでの告知もあります。直ちにできるという話をすれば、店頭での告知もあるわけです。

社告に関しましては、私どもは社告を打つときには2紙以上、対象エリアで70%以上のシェアを持つ形で知らせるとい形にしています。必ずしも全国紙の各社が2紙で70%という話にはなりません、地方に行きますとその地区の有力な新聞紙がありますので、そういう場合は、その地区の新聞を活用させていただくという形でございます。当然、社告あるいは記者会見をしたときの話であったり、ホームページに公開したりした場合は関係の行政機関に連絡をし、また、御指導を受けるときも多々あるわけでございます。

もう一つ、有効な方法という話をすれば、非常に限られた特定された方が買われている商品に関しましては、配達伝票などを使い回収率を高めるという形にしております。アレルギー事故の場合もあるわけですが、これはアレルギーのNPOさんの協力を得まして、そのホームページに載せていただく。そういった対応をとっているところでございます。

9～10ページは私どもの過去の話の紹介ということで、9ページは非常に古い話で恐縮ですが、わかりやすい傾向がありますので、もう一度、2002年の話をさせていただきます。

冷凍ほうれん草のクロルピリホスの問題というのが2002年には多々発生しました。4月に入りましてテレビで報道されたときに、私どもには問い合わせが50件ほどまいりました。その後、報道も含め余りなかったのですが、問い合わせというのはなかったのですが、5月の二十何日、朝日新聞でクロルピリホスの報道があったときには、50件近い問い合わせが私どものお客様サービス部にまいりました。また、残念ながら私どもの商品でもクロルピリホスを検出したということで、これは社告を打たせていただきました。社告を打った段階では100件ほど問い合わせがまいりました。

その後、収束したわけですが、実は6月に再度、朝の番組だったと思いますが、テレビでその話が報道されまして、それからは連日60件のような形で報道されました。お客様に知らせるとい話をしたときに、いろいろな意味のメディアの使い方、あるいはメディアによる影響が出たのだなという思いをしています。これは2002年ですので、もう10年もたつて今さらこんな話をと思いますが、電子媒体も含め随分変わってきましたので、違う方法でこういったものについても検討しなければならないと思っています。

最後、これはお恥ずかしい話ですが、私どもも回収の社告をいたしております。上は、落花生のアレルギーが私どもの検査でわかったということで、それについて回収をしますし、下は残留農薬が検出されたということで社告を打った商品でございます。特に上のものに関しましては、落花生のアレルギーでしたので、落花生アレルギーの方に「お詫

びとお知らせ」という形をとらせていただきました。下のものは、JAN コードがついている場所がわかりにくいという話もあったので、JAN コードの位置、あるいは、賞味期限の場所を写真等で分かる形で報告させていただいた事例でございます。

簡単ですけれども、以上で説明を終わらせていただきます。

○松岡座長 どうもありがとうございました。

それでは、ただいまの御説明に対しまして、御質問、御意見のある方はよろしく願いいたします。

○澁谷委員 大変複雑な仕組みを簡単な表現で御説明いただき、ありがとうございました。二、三、教えていただきたいので、よろしく願いいたします。

4 ページの下の NB と PB の違いのところで御説明をいただきましたけれども、例えば企画から自社の製品ということだけでなく、製造業者が販売のためだけに店頭に置かせてもらって、店頭の商品の管理もしていて自主回収になった場合は、どんなふうに貴社のほうにお知らせが来るのか、あるいは、なかなか来ないのか。そういうところの問題というのは PB と NB で違いがあるのでしょうか、ということをまずお伺いしたいと思います。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 私の理解が不十分で申しわけないのですが、例えば地産地消のような商品という解釈でよろしいですか。

○澁谷委員 はい。PB だと、初めから全部自社でかかわって企画をしてということでしょうけれども、そうではなくて、ほかのところで作られたものを貴社のところで売るという場合、販売業者さんが違う場合に、店頭において販売業者さんが自ら管理をしている場合、もしその製品が自主回収ということになった場合、PB との違いがあるのかどうかということをお伺いしたいと思います。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 私どもで言うと委託販売のような話だと思いますが、お取引先に委託して販売するものに関しても、私どもの店頭で販売したものにつきましては私どもで管理をする。そういう責任もありますので、私どものほうにお申出をいただき、その分については回収をしております。

○澁谷委員 そのお申出というのは、スムーズに行われる仕組みになっているのでしょうか。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 私どもは店頭でポスターをつけて回収をするという形ですが、最終的には NB と一緒のような形で、お取引さんのほうに商品としては返って

いく。届出の責任は製造したところにあると思っていますので、そのところで最終の報告を上げるなり、関係の各省に上げるというふうに思っております。私どもは、店頭で回収することについてのお手伝いをするとか、そういう告知をするといったことが仕事だろうと思っています。

○澁谷委員 では、それぞれのところから速やかに報告される仕組みになっているというふうに考えていいのでしょうか。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 速やかにというのは、私どもが販売する商品については、不定期ではありますが、店頭で抜き取り検査もしていますので、そのときにわかったものは直ちになりますし、そうではなく、先ほどおっしゃったようにほかのところであったというものについて、報告がなければ、一日、二日おくれるみたいな話はあるかと思っています。

○澁谷委員 それは、そこで委託販売を受けるとか、外の業者さんから受けるときに、そういうことの報告を速やかにしてもらおうようなお約束とか、取り決めなどはないのでしょうか。一日二日おくれて、そのまま、報告が遅れてしまうようなことも起こり得るわけですね。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 契約としてはきちっとしているわけですが、すべてのものに目を向けるということではできませんので、私どもとしても、例えば保健所に通告をされれば、保健所のほうから速やかにその通告が入ってくるわけですので、そういった回収についてはしているというふうに思っています。

○澁谷委員 それから、6ページの「お客様の声を聞く」、情報活用というところで、お客様サービス部や品質管理部等で情報交換会をしてトップに報告するという図になっていますけれども、こういったお客様の声とか、例えば自主回収をする、あるいはお客様のいろいろな御意見というものは、現場で実際に物をつくっている人のところにはどんなふうに伝わるのでしょうか。上には報告が行くでしょうし、横には、管理部の人たちのところで情報交換できると思いますけれども、工場で作っている現場の人たちにはどんなふうにフィードバックされるのでしょうか。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 今のお話は私ども PB についてという話で承りますが、当然のことながら、商品の開発担当者というのもこの会議の中には入っていますので、その者から製造現場には伝わりますし、そのことの改善をしなければならぬという話であれば、私どもに改善の報告が上がるという仕組みになっています。

○松岡座長 鶴岡委員、どうぞ。

○鶴岡委員 トラブルが発生した場合に、因果関係がはっきりしていればリコールは非常に決断しやすいと思いますけれども、必ずしもそうでない場合、トラブルが起きて少し疑わしい点があると。しかし、食品ですと消費までの期間が短い傾向があるわけです。したがって急ぐ必要もある。そういう状況での対応はどのような形で行われますか。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 先ほど、情報確認のマトリックスの話をしました。そのマトリックスに当てはめて確認をすることになります。もう一つは、今の委員のお話の中で申しますと、私どもも所轄の関係の行政機関に届出をする必要があります。その際に、数量が幾つで場所はどこでという話をしなければなりません。直ちに届けるという話ではなく、そこを確認した中で届けていくということは若干のタイムラグが発生するわけです。ただ、店頭におきましては、それは関係ありませんので、店頭は直ちに行く。届出と店頭での照会とが若干ずれるときは発生します。

○鶴岡委員 そう申しますと、因果関係がはっきりしていなくてもかなり疑わしいと。疑わしいものも程度の違いがあるかと思えますけれども、そういう状況でも回収に踏み切る場合があり得るということでしょうか。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 因果関係については、後日という言い方はおかしいですが、その過程の中で調べていくということがあるわけですが、被害の重篤性、その拡大性というもので過去は判断をしてまいりました。

○鶴岡委員 細かい話になりますけれども、社告の事例ですが、工業製品などの場合、最近、写真あるいは図を出して消費者がわかりやすい工夫というのが結構行われています。この紹介されている2つの事例の中で、写真が掲載されているケースではわかりにくいという声があったのでというお話でしたが、一般的に食品についての写真を掲載する場合とそうでない場合、区別の基準のようなものはありますか。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 そこには特に基準があるわけではございませんけれども、私どもはすべてホームページにはつけておりますし、店頭にはポスターをつけているので、そこで御理解もいただけるというふうに思っています。先ほど申しましたように、どこで判断をしたらいいのか非常にわかりづらいもの等の紹介のときには、写真をつけていくというのがあるわけです。

○松岡座長 中嶋委員、どうぞ。

○中嶋委員 4点あります。まず、NBとPB、なじみのない言葉でもありますから確認をしたいのですけれども、例えば、製パン業界で言うと山崎さんがトップメーカーです。イオンさんは当然それを売っておられますね。それ以外に、イオンさんは御自分でトップバリュという食パンを使った製品を売っておられます。山崎パンが企画から全部つくって、問屋を通してイオンさんに出るものがNBである、これでよろしいですね。それから、PBというのは、山崎パンに対して、こういうものをつくりたいけれども受けてくれるかといって製造委託の確認をされて、それでもって製造に入って行って販売する。こういうことで間違いはないですか。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 それで大体の部分は結構だと思います。

○中嶋委員 そうしましたら、最後の社告ですけれども、この社告はトップバリュだけについての社告ですね。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 はい。

○中嶋委員 ということは、PBについてはイオンさんが御自分で社告を出されます。では、NBはどうされますか。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 私どもとNBとで仕様が違う場合。

○中嶋委員 仕様が違う？

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 私どもは極力添加物も減らそうという形で物をつくっていますので、商品、パンという見た目は一緒ですけれども、中身が違ったり、こういうふうなことがあったりするわけですから、私どもが仕様を変更した部分でこういう問題が起きたときには私どもも社告を打ちます。逆によくあるのが、残留農薬の話などはそうですが、これは、たくさんのお取引先が同じような商品の仕入れ形態をしているときがありますので、私どももPBで社告を打ちますし、普通のメーカーさんもそういったもので社告を打つ場合があります。

○中嶋委員 ということは、イオンさんは、いわゆるNBであろうが、自社のPBであろうが、リコールに関しては積極的に関与しておりますし、店頭から回収することについては、NBの場合であってもメーカーさんに協力します。こうしておりますと、こういうことです

ね。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 NBにつきましては、メーカーさんのお申出があったら。

○中嶋委員 いや、消費者が申出をしてくるわけですね。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 消費者が申出をして、物流ルートにこの物がのってまいりますので、私どもにすればメーカーさんにお届けをしなければならない。回収のお手伝いはしますが、メーカーさんに、回収のルートにのるように、メーカーさんのお申出を受けてそれは回収をしていくということになります。

○中嶋委員 というのは、先ほどの御説明の中で、「5. お客様の声を聞く（コールセンター）」の御説明で、コールセンターには、NBであろうとPBであろうと一緒にたになって入ってきます。NBに関しては、関係先にと言われた。いわゆるメーカーさんだと思いますが、メーカーさんに連絡をしますというふうに言われたのですね。御自分では対応すると言われなかったのですけれども、これは言葉足らずというふうに考えていいのでしょうか。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 私どもでは、店頭でPOPをつけるのに、NBのものであれば、事実確認をして、それからしかPOPはつけることができませんので、そういう意味の確認をしてから対応をするということです。

○中嶋委員 それであれば、PBもNBも一緒ですね。だって、事実確認には時間がかかりますよ。お客様から何か言われたときに、それが事実かどうか。仮にこれが残留農薬だとなったら、理化学検査ですから1週間以上かかります。そういうふうに考えると、そんなにタイムリーな行動というのはなかなかとれないのですが、一番大事なことは、サプライチェーンの中で、消費者に対して一体誰が安全を担保するのかという問題を私などは非常に気にしているわけです。メーカーがつくられたものをサプライチェーンにのせて最後は販売店が売るわけです。消費者に一番近いサプライヤーというのは販売店なわけです。言ってみたらイオンさんです。

そういう意味では、NBであろうがPBであろうが、本来は同じ意味で対応されるのが消費者についてやさしい会社だというふうに考えられます。余りやさしいという表現はよくないのですが、そんなふうに思いますが、いかがですか。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 私どもとすれば、仕入れをするときに法律の違反

をしないという話の中でお取引先と契約をしていくわけですので、そこに違反をすれば、当然、そこについての問い合わせをしていくことになります。先ほどおっしゃったように、残留農薬の検査に1週間かかるという話があるわけですから。

○中嶋委員 1週間以上ですね。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 それについては、実際にそこに使われているかどうかというのは私どもではわかりませんので、お取引先の結果を待たざるを得ないと思います。私どもPBは仕様書をつくっていますので、どういうものがそこに使われているのかわかるので、少なくともその中でNBとPBの対応に差が出るのは、致し方ないのではないかと考えています。

○中嶋委員 ただ、意識的にはイオンさんとしては、対消費者に対しては同じ重みで対応したいと思っておられる。先ほどはそういうふうに聞いたのですが、違いますか。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 たくさんのお客様に店頭で情報を出すということも、私どもの仕事だと思っています。お客様と触れ合う場所を持っていることが私どもの大きな仕事だと思っていますので、当然、告知をすることについても、協力要請があればしてまいるということでございます。

○中嶋委員 わかりました。ありがとうございます。最後に、7番目ですけれども、これは私も教えてほしいことなのです。「情報の確認」の中でR-Mapを採用していると言われますけれども、このR-Mapは日科技連の松本さんが総括責任者でやっているものです。確かに日科技連に対しても食品でこのR-Mapを使いたいという要求が来ていますが、イオンさんはこれを実際どういうふうにお使いになっておられますか。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 おっしゃるようにR-Mapというのは2つの枠でやられています。私どもで言えば、危害の程度、被害の拡大性。R-Mapで言うと、被害の拡大性に関しては頻度という話になってくると思いますが、私どもでも、物をたくさん売ってしまった場合、当然のことながら、その回収のスピードを上げなければならないと思っていますので、その2つの軸を切るのと、もう一つは、コンプライアンス、あるいは社会性といった問題で回収をしなければならない問題もありますので、2つの軸でもう一度ここを切り直すという形の対応をしております。

○中嶋委員 危害の程度と被害の拡大性、この2軸で判断をするというのはR-Mapそのものの考え方ですけれども、例えば食品の場合、実際に食中毒で亡くなる方は年間1ケ

タですし、それ以外で亡くなられる方もそれほど多くはないというときに、致命的という縦軸が一つあります。こういうところは実際どんなふうに応用しておられますか。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 致命的であったり、そういった大きな問題につきましては、これで管理をするわけではなく、全く違ったところで、私どものリスクマネジメント規制というのも書いていますが、それはトップマターですので、直ちに組織を立ち上げて対応していくということでございます。

○中嶋委員 これで一応評価をしておいて、ということですか。それとも、これではもう評価をしないと。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 クライシスマネジメントのようなものについては、これで評価をするという話ではなく、直ちにそこについては組織を立ち上げ対応するという、全く別の対応をしているわけです。

○中嶋委員 わかりました。ちょっと時間がかかりますので、またゆっくり教えていただければと思います。ありがとうございました。

○松岡座長 では、佐野委員、どうぞ。

○佐野委員 「8. 告知の方法」というところで、今、中嶋委員がいろいろお聞きになったところと似ているのですが、4番に、店頭告知、電話連絡（配達伝票など）というふうに書かれていて、かなり踏み込んだ回収をされているというふうに見えます。これは PB と NB を区別しているのか、それとも同じような扱いをされているのかということが一つ。

それから、最後の社告のところですが、先ほど、ここにイラスト、写真がないのはそのときに応じてということをおっしゃっていました。たしか農林水産省から通知が出ていて、きちんと JIS 規格のように対応しなさいという話があったと思うのですが、そこにはきちんとイラスト写真が入っています。上と下の2つを見ましても、イラストや写真が入っていれば一目瞭然で消費者にとって、大変わかりやすいものになるのに、どういうことを判断されて掲載しないのかというのが私にはちょっと理解できないので、もう少し詳しく、または、これから努力して載せていただけるようにというお願いもあります。

下の社告は、残留農薬が基準値を超えているということで回収されると書かれていますが、右の4段落目ぐらいに「なお」というところがありまして、「飲用されても健康被害の恐れはございませんが」とあります。消費者にとって非常にわかりにくい文章で、基準をオーバーしているけれども健康被害の恐れはないと書かれています。私はこの2行は要らないのではないかと思います。この2行は、一体誰が健康被害の恐れがないというこ

とを判断されてここに書かれているのかということをお教えいただきたい。

それから、回収した食品は、基準値を超えた場合は法違反ですから、焼却なり何なりされるのだと思いますが、例えば落花生の場合は、回収後、ほかに利用されているのか。それとも、回収したものはどんなものであろうと、すべて焼却なり廃棄されているのかということをお聞きしたいと思います。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 少し順番とは違うかもしれませんが、廃棄に関しましては、当然のことながら、流通のルートが冷蔵であったり、冷凍であったりという話で、逆に戻ってくる時には必ずしも温度帯が守られているとは思っていませんので、こういった商品に関しては私どもも廃棄をいたしております。

それから、健康被害がないという話の中で、どういうふうな判断だったかという話をされたと思いますが、たしかこの商品は、海外では基準として持っているが日本では、という話だったというふうに思っています。申しわけありません、当時、私はこの部署におりませんでしたので定かではありませんが、海外の基準に当てはめて健康被害がないという判断をしたと思っています。

社告に関しましては、先ほど申したとおり、最も有効に回収ができる、そういった形の中で、アレルギーに関しては、私どもとしてはアレルギーNPOさんをお願いをするのが一番情報としては伝わるだろうというふうに思っていますので、そういう形をとらせていただきました。

それから、PBとNBの告知についてはというお話をされました。これは、先ほどのお話と同じように、私どもPBには直ちに告知をしますが、NBにつきましては、残念ながら、問い合わせをした中でその後につけるという話になります。当然のことながら、危害性のあるものについては至急の形で確認をしてまいるといってございまして。

○佐野委員 そうすると、8番の告知の方法というのは「PBの」と入るべきですね。

それから、ちょっと理解できないのですが、一企業のイオンさんが、基準値を超えた残留農薬を、海外がそうだからということで、健康被害の恐れはございませんと、ここで言い切ってしまうっていいものか。日本の中では食品安全委員会が、健康に関して、例えば残留農薬なども安全性について決めておられると思いますけれども、ここで言い切ってしまう、判断するというのが私は理解できないので、もうちょっと詳しく、もしおわかりになるのだったら教えてください。

○イオン株式会社お客さまサービス部安江品質管理マネージャー 御指摘いただきました烏龍茶のケースですが、これは、食品安全委員会の出しておられる値に当てはめて、こういう形で安全性をお客様にお伝えしたほうがいいという判断だったかと思います。

○松岡座長 佐野委員、よろしいですか。

○佐野委員 8番はPBと書いたほうがいいと思います。

○松岡座長 関連ですか。では、片山委員。

○片山委員 いろいろ御説明をありがとうございます。今の8の告知のところと、PBとNBの関係ですが、先ほどからの話だと、PBもNBも店頭告知自体の方法は変わらない。ただし、告知をするかどうか、どういう告知をするかの最終判断といいますか、回収の判断は、PBの場合は自らするし、NBの場合はメーカーさんに確認をとって、その指示なり意向に従った対応をしている。そういう理解でよろしいですか。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 今の中のNBの社告を打つということは、私どもではありません。店頭告知についてのお話ということで承れば、そういう形になります。NBさんにその内容を確認した中で店頭告知をするという形です。

○片山委員 店頭告知の方法自体は一緒だけれども、店頭告知をいつスタートするかとかいうのは、NBのメーカーさんの判断を待っているということですか。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 問い合わせをした中で確認をしていく。向こうからのお申出を待っているという話ではなく、私どものほうで確認をしてやるということです。

○片山委員 メーカーの回答を得ないままにNBのブランドでも先に店頭告知をやるということは、普通はないのですか。あり得る場合もありますか。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 商品の撤去ということはありませんが、告知をするということまでは踏み込んではいません。

○松岡座長 中村委員、どうぞ。

○中村（均）委員 今、ちょっと混乱しているみたいですがけれども、私が認識したのは、要はPBについてはイオンさんが主導権を握っている。全部イニシアチブを握っているわけです。だから、PBに関しては、メーカーもイコールだという発想でいいわけですね。NBはあくまでも流通業の位置づけですと、そういうことですね。商品についてのリコールをジャッジするのは当然メーカーであり、リコールの仕方についての方法を考えるのもメーカー

主導であって、一流通業者としてのイオンさんの立場とすれば、イオンさんの商道德に反することについて御意見なさっても、ジャッジメントするメーカーがそうではないと言え、それはメーカーに従わざるを得ないという通常の商ルールで考えていいわけですね。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長　それで結構です。

○松岡座長　佐野委員、どうぞ。

○佐野委員　それはわかっているのですが、例えば電話連絡と書かれていて、括弧に配達伝票とあります。これは、配達伝票を見ながら電話で連絡をしてくださるということですね。これをPBもNBも区別しないでやっていらっしゃるのか、ということをお聞きしたかったわけです。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長　食品の中では、なかなか配達伝票というのはございません。今後、出てくる可能性というのがありますが、現在では食品の中の配達伝票というのにはございません。例えばテレビであったり、家具であったり、そういった大型のものしか原則的には配達していませんので、委員のおっしゃったのは、例えばネットスーパーで配達したものというような話だろうと思いますが、そこまでNBについて踏み込んだことは現在はありません。

○松岡座長　中嶋委員。

○中嶋委員　イオンさんというのはすごく大きな会社だと思っていまして、一つの店舗、スーパーマーケットの中で扱っておられる商品は1万か2万点ぐらいあると思いますが、その中でPBというのはいくらぐらいのパーセンテージで、お金ではなくて、点数でどれぐらいになっていますか。NBはどれぐらいになっていますか。教えてください。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長　食品の話で恐縮ですけれども、売上の構成比で出しますと、部門によってばらつきますが、今、20%ぐらいは私どものPBです。

○中嶋委員　8割はNBですか。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長　そうですね。多少、商品によって、カテゴリーによってその割合が違います。

○中嶋委員　ありがとうございます。

○松岡座長 佐竹委員。

○佐竹委員 今回のPBとNBの件ですが、私は日ごろ消費者相談の仕事をしておりますので、自主回収の御相談をよく受けます。通常、食品の自主回収というのは、当然のことながら、メーカーさんが告知されるものというふうに理解しております。相談があっても、メーカーのフリーダイヤルに電話をしてくださいとか、メーカーにつないで、どのように回収していただきますかということをお尋ねしていたと思うのですが、一販売企業のほうで告知をされるというのがあるのかなと、今、中嶋委員が質問でされていたので、思っていたのですが、要するにNBのほうは店頭告知のみという理解でよろしいのですか。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 NBですか。

○佐竹委員 NBは店頭での告知のみをされるということですね。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 そうです。メーカー様のお申出があれば店頭告知をしますし、その回収のお手伝いもしております。

○佐竹委員 そうすると、メーカーに直接自主回収でお願いする場合、例えばメーカーには直接持っていかれませんので、送料などの費用も含め負担されるのですけれども、NBの物を御社で回収されるときはやはり対応が違ってくるのではないですか。メーカーと同じように対応されるのですか。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 先ほど、物の流れの話をしましたけれども、その物の流れを逆にさかのぼって、私どもは例えば物を返す場合は2次問屋さんに返すという形になります。メーカー、問屋、それから私どもというふうに流通がなっていますので、私どもの上流部分であります問屋さんに返品をするという形をとります。回収したものを問屋さんに返す。問屋さんは、メーカーさんにまとまった量をもって返されるのだらうと思いますが、そういう形にしております。

○佐竹委員 そうすると、メーカーの対応と変わらないということによろしいですね。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 消費者の方が負担をされるということはありません。そういう意味のメーカーとの対応と変わらないのかという話では、消費者の方の御負担は変わらないというふうに思っています。

○佐竹委員 わかりました。

○松岡座長 齋藤委員、どうぞ。

○齋藤委員 3つほど質問をいたします。一つは、3ポツのNBとPBのところですか。メーカーの動き方、スピードと質があります。これに差があると思うのですが、感じられている傾向のようなものがあれば御紹介いただきたい。企業によるのか、輸入品とか国産品によるのか、店の遠近によるのか、何かそういうのがあれば教えていただきたい。

もう一つは、PBとNBの差がどの程度あるのかというのがわからないのです。リスクマネジメントのマトリックスの表がありますね。これを超えたアクションをとられることがまれにあるわけで、私が鮮烈に覚えているのは雪印の例です。悪い商品ではないけれども、雪印ブランドが店から全部なくなったというのを目の当たりにしたことがあります。その判断は、このR-Mapで書くとどういうところに位置づけられるのかということ。

もう一つは、8ポツの告知の方法のところ、社告です。2紙以上はわかるのですが、対象エリアの70%以上と。この70%というのがどこから出てきたのかということをお教えいただきたいです。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 NBとPBの差というのは、一番はコンプライアンスの問題だろうと思っています。危害性の問題につきましては、それほど差はありません。コンプライアンスの問題でそれはどうなのかというのが、多分、動きの違いなのだろうというふうに思っています。

それから、2番目の御質問でございました雪印さんの対応というのは、私どもにすれば、コンプライアンスよりは社会性の問題で判断をしたこともございます。物流ルートが流れなかったということもあります。ただ、私どもとしては店頭からすべて撤去したという記憶はないのですが、売れなかったことは売れなかったのです。あれでしたけれども、そのことをもってすべての物を撤去したという記憶はないです。済みません、その記憶のところは余り定かではありません。

告知の方法の70%というのは、これは私も聞いてきた話なので、概算という話だと思っています。ただ、発行部数によって2紙で7割というのが、広報を担当しているところにつかんだ比率だと思っています。

○齋藤委員 これは自社ブランドの場合ですけれども、全国で売っている場合、対象エリアの70%というのはどういうアクションをとられるのでしょうか。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 当然のことながら、全国紙1紙という話ではなくて、2紙、3紙という話はあるわけです。それと、地方紙であれば、地方紙に載せるとき

も当然のことながら出てまいります。

○齋藤委員 例えば全国紙に載せたとすると、数え方によっては 100%載せたという数え方にもなるような気がします。この 70%の計算方法がもう一つわからないのですが。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 私も東北にいましたのでよくわかるのですが、特に東北エリアというのは地方紙の非常に強いエリアでして、地方紙の強いエリアについてはやはりその地方紙を活用せざるを得ないのではないかと考えています。それと全国のものとして告知をするという形をとっています。

○松岡座長 戸部委員、どうぞ。

○戸部委員 最後の社告事例のことについて教えていただきたいのですが、上のほうのアレルギーをお持ちのお客様へのお詫び、商品回収のお知らせということで、これは、アレルギーを持っていらっしゃる方は召し上がっても問題ないという趣旨だと思います。イオンさんは、アレルギーに関する不具合があった場合には、こういうふうに限定した形で告知をされているということですか。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 最初のころは一般の告知と同じような形をとっていましたが、アレルギーの患者団体の方と話をしていた段階で、これはかえってわかりにくいという話がありましたので、こういうふうな形に変えてまいりました。

○戸部委員 そうすると、実際に返品をお申出になるお客様の割合は、上のアレルギーをお持ちの方に限定した場合と、下のほうの特に限定せずにお客様への回収のお知らせという場合とは違って出てきているということでしょうか。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 実際の数量というのは、今、とらまえて何%という話はできませんが、お申出の件数の話をすれば、私どものフリーダイヤルに入ってくるのが「これは食べて大丈夫か？」という問い合わせになりますので、従来とは違った流れでカウントできると思っています。件数自体は増えますが、何に対しての安全の確認なのかということをおっしゃられるので、それに対して明快な答えができると思っています。

○松岡座長 中村委員、どうぞ。

○中村（均）委員 もう一回整理させてほしいのですが、9コマ目の告知の方法に書かれているのは、PBにおいてイオンさんが電話連絡、配達伝票までなさるのはそう理解

します。NBについては、メーカーがここまでしてくれと言えはするわけですね。だからこれは、メーカーの意向によって電話連絡、配達伝票までめくる場合もあれば、そこまでしなくてもいいと。そういうふうに私は理解しているのですが。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 食品の場合は、配達伝票でというのは、事例は少ないと思っています。そういう意味ではここに書くべきではなかったのかもしれませんが。私どもで言うと、ベッドのような大型商品という意味で書かせていただきました。

○中村（均）委員 わかりました。それでやっと質問したいのですが、10コマ目の社告事例の場合、お客様からのリアクションはどのくらいあったのですか。

2点目は、6コマ目のお客様の声を聞くというところで、商品の開発とか、企画という部分ではこれは非常に納得できるのですけれども、健康被害などをお客様が生じた場合の電話もピックアップする可能性があります。その場合に、本当にその健康被害があったのかどうかというジャッジはイオンさんではできないと思うのです。そういう場合は、信憑性も含めてそういうふうな情報の扱いはどうなっているのか。

3点目は、NBの中に輸入品がありますね。輸入品の場合は輸入商社を通してははずです。そうした場合に、イオンさんはどういう立場でこういったリコールについてかかわっておられるのか。この3つを聞きたいのですが。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 このリアクションについて、問い合わせの件数があったというのは把握していますけれども、今すぐに何件だったというのは、申しわけございません、ちょっと持ってきていませんので。

○中村（均）委員 その答えがわかっていなかったら、この社告の効果があったかどうか、次回もこの方法をとったほうがいいのかどうかという場合の検証にならないですね。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 済みません。今、ここに持ってきていないという意味です。当然のことながら、前のページで話をしましたように、こういうデータで何日に幾つあったというのは私どもとしてはとっていますので、それについて確認をすることはできます。多分、9ページの問い合わせの件数と同じような形の傾向だったであろうというふうに思っています。

○中村（均）委員 新聞社告の効果のほどは、費用対効果とは言いませんけれども、効果はあったと判断されていますか。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 効果測定ということを主眼にしているわけではご

ざいませので、それで効果があったかどうかということについては、なかなか判断できにくいことではないかと思っています。

問い合わせの信憑性ですが、同じ案件で複数件あったと。私どもでは、ある一定のロットで3件以上あれば、そこには何か事故が潜んでいるだろうという形でそこから検証に入っけてまいります。当然のことながら、そこで命にかかわるような話というのはまた違った流れで行きますが、検証する時間はあろうかと思っています。

NBの輸入品という話につきましては、厚生労働省が出された通知に基づいて対応をそれぞれがしているということでございます。回収という話があれば、私どもでは店頭にお客様がお持ちであれば、それは行政の通知ですので、回収をしていくということです。

○中村（均）委員 輸入品については、そういうふうに厚生労働省から指示が出てくるのですか。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 厚生労働省から通知等が出てまいりますので、この部分について違反商品だという話になって出てきます。それを回収命令するという話ではありません。回収命令をするのは、輸入者に対して回収命令をするわけです。

○松岡座長 中村委員、どうぞ。

○中村（晶）委員 今の中村委員の御質問の関連ですけれども、顧客からの情報提供によって、あるロットに3件以上例えば健康被害の情報があれば、何かある可能性があるとして検証に入られる。そうしますと、もしNBについてそのようなことがあった場合には、具体的にはどういうふうに動かれるのでしょうか。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 NBにつきましては、これは事例として食品の話ではないのですが、衣料品で、あるメーカーさんが針の混入があったという話がありましたので、それはその衣料品メーカーさんにお届けをして、どう対応するのかという話をしていきます。

○中村（晶）委員 そうすると、メーカーに情報を提供して対応を求めるということになるわけですか。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 すべてのものに求めているのかと言われると、ケースバイケースで確認をしているという話だろうと思っています。

○中村（晶）委員 ただメーカーに対応を求めただけではなく、あるロットに3件以上と

いう小さな数字ではなくて、もっとたくさんワッと出てきたというような場合には、もうちょっと危機感を持たれる可能性があるかと思いますが。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 明らかにそのことで健康被害を及ぼすような商品の場合は、私どもとしてはまず店頭から撤去します。被害の拡大を防ぐという観点から一旦店頭から撤去します。

○中村（晶）委員 そうすると、さらなる被害は出ないかもしれませんが、既に売ったものについてはメーカーの対応に委ねると。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 なぜそこにそういう危害が発生したのか、あるいは異物が混入したかというのは、私どもではわかりませんので、メーカーさんの答えを待っているということです。

○中村（晶）委員 では、イオンさんとしての対応はあくまでも撤去をする。メーカーからの対応を催促はなさる。先ほど、どうなっているのかとお聞きになるとおっしゃいましたけれども、メーカーの対応を待ってあわせて対応をするということですか。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 はい。

○中村（晶）委員 それと、おわかりになる範囲で結構ですが、同じような業態の大手のスーパーさんは、大体イオンさんと同様に対応していらっしゃるかと理解してよろしいですか。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 済みません。それは、ちょっと私どもはわかりません。

○松岡座長 どうもありがとうございました。

○中嶋委員 済みません、最後に。

○松岡座長 最後ですか。では、簡潔に。

○中嶋委員 わかりました。簡潔に御質問させていただきます。10の社告は、社告を出されると結構費用がかかりますから、費用対効果は見ておられると思いますけれども、アレルギーのケースとその下のケースと2件あります。これは、社告を出された時点というの

は販売を開始してからどれくらい時間がたったのか。実際にここに、回収をしますから近くの店舗まで持ってきてくださいとか、フリーダイヤルで届け出てくださいと書いてありますが、どれぐらいの数なのか。いわゆるパーセンテージです。売った数が 100 とすると、何%ぐらいの方が回収に応じられたのかということを知りたいです。

製品の場合と食品の場合は、ここが決定的に違うと思っています。食品の場合というのは消えてなくなっている可能性のほうが多いわけです。製品は確実に残っている。この辺の数字は、どなたにお伺いしてもなかなか本当のことを言っていないので、できましたら、おわかりになられる範囲で教えていただきたいと思います。これは多分、NB の場合はデータがとれないと思います。というのは、メーカーも自分で対応するので。たまたま PB でこれをやっておられるので、ひょっとするとこれはきちっととられているかなと思って、教えてください。

○イオン株式会社品質管理部宮地部長 済みません。今、私の手元にはデータがないので話ができませんが、保健所等に届けた場合は最終回収率というのを報告していますので、後日であれば、そこでまたお話しはできると思っています。

○松岡座長 では、恐れ入りますが、後日、事務局のほうへ連絡をいただけますか。

では、そういうことで、まだいろいろと御質問はあると思いますが、時間が来ておりますので、この辺でイオン様のヒアリングを終わりたいと思います。

本日は、いろいろ難しい質問をしましたが、お答えいただきまして、どうもありがとうございました。宮地部長、安江品質管理マネージャーにおかれましては、お忙しい中をどうもありがとうございました。

#### <説明者入れ替え>

○松岡座長 引き続きまして、次のヒアリング、消費者庁の消費者安全課より、食品リコールの食品安全基本法等に基づく運用、リコール情報サイト運用の実情について、御説明をいただきたいと思います。説明時間は 15 分程度でお願いしたいと思います。宗林課長、よろしく願いいたします。

○消費者庁宗林消費者安全課長 消費者庁消費者安全課でございます。

お題を大分いろいろなことをいただいていたのですが、どこが一番ですか。

○原事務局長 2 つ、お願いしたいと思っています。資料でも御準備いただいていますけれども、一つは、食品安全基本法第 21 条第 1 項に基づいての具体的な活動はどうなるのか。

もう一点が、リコール情報サイトにも食品についてのリコールの情報が寄せられてきております。こういったレベルの情報が入ってきて、どういうふうにされているのかということをお願いしたいと思います。

それから、資料3で御準備いただいた白菜の浅漬けの事例を、具体的な取組みというところでこれについても御紹介いただければと思います。

○消費者庁宗林消費者安全課長 わかりました。それでは、ページで言いますと3ページ目です。今の原事務局長のお話に従いまして、「食品安全基本法第21条第1項に規定する基本的事項の変更について」、消費者庁として変更点ということでございます。これは、消費者庁が発足以来、位置づけがされておりましたが昨年6月29日に変更が閣議決定されました。主な改定事項としましては、食品安全にかかわる行政機関として、農林水産省、厚生労働省、食品安全委員会のほかに消費者庁も明記されたということでございます。

それから、前文のところに「消費者安全の確保」という文字が付加されました。消費者安全という言葉は今まではなかったわけですが、それが入ったということでございます。

他の法律に基づく措置ができない事案、消費者安全法に基づくすき間事案に対する措置ということも入りました。

そして、アンダーラインを引かせていただきましたこの2点が、私たちにとって具体的な活動につながっている部分でございます。

一つは、「リスクコミュニケーションに係る総合マネジメント」ということが入りまして、関係省庁の事務の調整を消費者庁が実施し、積極的な推進を図るということになってございます。これまでは他の3省庁がやっていたわけですが、その全体としての総合マネジメントという言葉で消費者庁が入ったということでございます。

これに伴いましてというわけではないのですが、食と放射能のリスクも活発にやる時期でございましたので、1枚おめぐりいただきますと、リスクコミュニケーションの実施ということで、消費者庁も中に入りましていろいろな取組みをさせていただきました。例えば下の表で言いますと、消費者庁主催とか、4府省共催のもの。これは大きなシンポジウム形式の200人単位のものとなります。あとは福島からの要請があつてやるというようなことがございまして、24年度は175回、その前の年が45回ということで、これまで累計で220回実施してきております。そのほか、BSEにつきましても状況が変わってまいりましたので、これは、回数はわずかですが、消費者庁も一緒に調整をさせていただいて開催しております。

次のページを見ていただきますと、「食品と放射能 Q&A」という、わかりやすい消費者向けであり、この175回のときにも、これを見ながら直接テキストになるようなものを作成しまして、25年8月に第8版を発刊する予定で最後の調整をしているところでござい

す。そのたびに基準値が下がったり、検査の実態も少しずつ変わったりしてまいりましたので、その時々で改訂をかけまして第8版になるということでございます。

右にポスターがございますが、4府省が名前を連ねて、こういうポスターや三つ折りのパンフレット、そういったものもつくらせていただきまして、これを2万か所分ぐらい、販売店等に配らせていただいたということでございます。

6ページでございますが、消費者庁としては25年度もまだ食と放射能のリスクは続く予定でございます。この途中に消費者の意識の実態調査というのも実施しました。それによりますと、被災地と消費地、例えば福島ですと関西ぐらいまで物流があるわけですがけれども、大きな都市でまだ正確な情報が行き渡っていないということがわかりました。例えば、基準値を正しく理解していないとか、低ければ低いほどいいのではないとか、そういった話の実態として把握することができました。

被災地を中心に要請に従ってリスクを実施してまいりましたけれども、25年度は、福島県内だけではなく、全国25都道府県でそれぞれ2回ずつ研修を開催し、2,000人のコミュニケーター、そこの中でのリーダーを育てていこうという取組みに変えております。私の横にいる金田企画官がそこら中に行って、もう帰ってこないのではないかと思うぐらい去年は忙しかったのですが、それだけではやはりだめだなということで、その地域、地域でコアになってくださる方の育成を実施するということです。栄養士さんなど給食で使っていただけないという問題もかなり多くございましたし、その場での検査実態をきちんと御紹介するというような、いろいろな場面がございますので、できるだけ小さい単位でコミュニケーターに2回研修を受けていただいて、その後、その方たちが何か少しでも発信していただけることを期待しまして、そういう取組みに本年度は変えております。これが、6ページにありますリスクの今年度の取組みでございます。

もう一つの基本的事項の中での役割が、「緊急時における消費者被害の拡大防止に係る司令塔機能」ということです。消費者庁には生命・身体等のいろいろな事故情報が入ってくるわけですがけれども、これについて司令塔機能を持つということで、7ページのポンチ絵をごらんください。「緊急事態等の対応について」の司令塔ということで位置づけられております。右側に、緊急対策本部、消費者安全情報総括官会議というのがございますが、昨年、関係閣僚の申し合わせですとか、関係府省局長申し合わせというのをいたしまして、それぞれ、どういうときにどういう順番で、どういうふうにな誰が決定して開くということを決めたものでございます。

まず、関係府省庁から重要事案、生命・身体事案を日常的にいただいております。その中で、緊急対策本部まで行かなくても、例えば、他府県にわたっているとか、原因がなかなかわからないとか、短期間に件数が急に増えているという場合。食品を念頭に置いていただくとわかりやすいのかもしれませんが、そういった場合を想定しています。そういった場合には、消費者庁の次長が消費者安全情報総括官という位置づけになりまして、大臣と相談をしながら、まずは総括官会議というのを開いていくという仕組みがございます。

これは、11府省の局長級の方たちに入っただけでございまして、これを開催することができる、召集するということがございまして。

これより大変な事態ということになりますと、消費者担当大臣と相談しながら、担当大臣が官邸にも御相談をしながら緊急対策本部を立ち上げるという仕組みになってございます。きょう、詳細はお配りしませんでしたけれども、消費者安全情報総括官制度と消費者安全の確保に関する関係府省緊急時対応基本要綱というものをホームページにアップしてございますので、そちらの中で細かく、平時にはどういうふうにして情報共有をしているのかとか、こういうときには重要事案であって、とりあえず皆さん集まっていたとか、もっと大変なときにはこうするとか、そういう話を書いてございます。

これに関係するところでは、今まで食品安全委員会が緊急時の訓練をされておりました。ことしも一応そういう準備をされているようですが、その事務が消費者庁に移ってきておりました、今年度から食品安全委員会に教えていただきながら、そういった緊急時の訓練も私どもがするという流れになってございます。

以上でございます。

リコールは最後の資料だけ御説明します。リコール情報サイトでございます。ちょっと古い写真ですが、今、「重要なお知らせ」というのは10個載るようになりました。全部写真が載るという形でございます。これは新しい順に全部載るというよりも、リコール品でありながら重大事故を起こしたらトップに来るという仕組みです。ですから、今、重要、今、事故を起こしているものという形で載るのが「重要なお知らせ」でございます。

右側の新着というのは、まさしく昨日のものをきょう登録したものが載っていくというような仕組みでございます。その下にリコールのメールサービスの登録のものがございまして。その中には、高齢者と子どもに分けて情報も整理されていますし、メールの配信もそういうふうに分かれて登録することができます。

登録内容は、左側にありますように、車両乗り物が48%、半分ぐらいで、現在、量的には1,800件超という登録リコール情報がございまして。長崎県グループホームにおいて、加湿器で火災が起こったときに、13年前のリコールのものだったということもございまして、できるだけ過去のものまで入れていくということ、今、考えております。毎日6万~8万ぐらいアクセスをしていただいて、メール配信登録者数は、24年4月ぐらいから1年ちょっとたって、6,390、これのもう少し増えた数字がメールの配信者数でございます。

内容的には、車が半分、食品は10%でございます。ただし、食品は表示による自主回収というのものがかなり多くございます。例えばアレルギー表示の欠落だと直接生命・身体にかかわるということで、情報をいただきましたら、事故DBのほうにも「恐れがある」ということで私たちは登録しておりますけれども、それ以外の原材料の順番が違っていたとか、そういったものについては生命・身体事案としては扱っておりません。ただ、ここには載ってくるということでございます。

食品の場合のリコール情報は、どのぐらいの期間載せていこうかというのは、今、ちょ

っと悩んでいる状態でございます。ずっと載っているのもいかなものかという話もございますので、賞味期限、消費期限といろいろな問題がありますし、長くても1年、3年。3年までは、缶のものでもたまにありますけれども、賞味期限が違う中でどこまで載せていくのかというのは少し考えたいというふうに思っています。

ということで、食品の場合、自主回収はございます。異物混入とかもございますけれども、いわゆる安全課として生命・身体事案の事故が起こったというものは極めて少ない。前のページにちょっと載せましたけれども、事故が起こってということになりますと、例えば食中毒みたいなものが一番重要です。そして原因がわかって、包装されている加工食品だったり、市販されているものだったりしてリコールが出るということになりますと、そういったものがここにも載ってくるということでございます。リコール情報のコンテンツは、厚生労働省、農林水産省、各関係行政機関、うちの食品表示課ももちろんですけども、そういったところからもスライドしても持ってきているということでございます。済みません。雑駁ですが、以上です。

○松岡座長 どうもありがとうございました。

それでは、ただいまの御説明について、御質問をお願いいたします。

齋藤委員、どうぞ。

○齋藤委員 資料3の最後のページ、「緊急事態等の対応について」というので、大臣から始まって仰々しい体制が書かれておりますが、どういう事態のときにこれが適用されるのでしょうか。今までの過去の事例を挙げていただければイメージできるのですが。

○消費者庁宗林消費者安全課長 本当に緊急事態が起こり、それをテーマにしてこの2つの会議が開催されたことはございません。もともとこういうふうな体制になったきっかけは、ギョウザ事件とか、消費者庁ができる前でございましたが、例えば違う都道府県で時期が違って発生して、それが保健所ルートとか、消費生活センタールートとか、あのときに難しかったのは、年末年始をはさんでいたり、そういう時期的な問題とか、入る情報のルートがいろいろなところだった。政府として、情報を一元的にとることがなかなか難しかったことの反省から、反省という言い方は悪いかもしれませんが、そういうことをこれから先なくすということで、こういう制度ができたと理解しております。最初は食品だけということであったのですが、製品でも起こるかもしれないということで製品も含めて広げて、今はこういう体制にしております。

齋藤委員からの御質問、緊急時であります。先ほど少し言いましたが、重大事故が2日で3件以上ぐらい、実際に被害者がいる事故が起こったりとか、事故の原因が不明だった。何でそれが起こるのかわからない。あるいは拡大が急速で、消費者庁と他の省庁所管にもわたったりとか、被害者も広範囲にわたった場合というのが、目安でございます。

○齋藤委員 ユッケの問題がありました。あれは多分該当すると思いますが、同じような事例が再発した場合、基本的には課長係長のレベルで解決するという体制がここにできないと、偉いさんばかり集めていつも会議をやっている、ということに終わるような気がしています。要するに、現場力をつけるような取組みはなされているのでしょうか。

○消費者庁宗林消費者安全課長 現場力と言われますと、まさしく私がどれだけやれるのか問われているのではないかと思ってあれですが、ただ、この総括官会議は、連絡がどこからか入って、まず、「皆さんどうですか」と共有をします。11府省ですが、どういう状態なのか、情報共有をするのに実はそれほど時間がかかりません。しかも、各府省にこの名簿ができておまして、連絡先もきちっとできており、それをいつも私たちは携帯をしている。連休中、電話がかかってきたらどうしようというぐらいの感じで皆さん持っています。委員の御質問のお答えになるかわかりませんが、もちろん私が現場力をしなくてははいませんが、各府省との間での総括官会議も、半日ぐらい、もっと短い時間に連絡し、また、開催することもできるという状態で訓練をさせていただきたいと思っています。

○消費者庁消費者安全課 補足させていただきます。

日常の情報のやり取りでございますが、毎週1回、課長級会議を食品安全関係5省庁(食品安全委員会、消費者庁、厚生労働省、農水省、環境省)の間で必ず行っているところがあります。そこは、課長、課長補佐、係長といった、出られる人は必ず出るという体制をとってまして、不明なことがあれば、いつも顔を合わせているメンバーで、例えば週刊誌にこういう記事が出たけれどもどうかとかいうのは、すぐに電話かメールで連絡をとり合うということをやっております。

○松岡座長 田澤委員、どうぞ。

○田澤委員 リコール情報サイトは大変見やすく、今でしたらば、化粧品のことで大きく出ていて、私たちは職場でよく、最近の消費者庁のホームページは見やすくなったねというふうに話しているところでございます。ありがとうございます。より一層、いろいろな工夫をしていただければと思います。

今、ギョウザの話が出たので、ちょっと飛ぶかもしれませんが、教えていただきたいのですが、PIO-NETで早期登録の中に食品危害が入っています。あれはたしかいろいろな漏れがないようにということで、早期登録というので、食品危害が入ったらばこれはすぐ入力しなければと、重大事故と同じとまでは言いませんけれども、常に現場の相談員はピリピリしながら、漏れがないように聞き取って入力しているわけですがけれども、これ

がどんな流れでチェックされて、いろいろなところに反映されているのか。反映されてきたのか。または、生命・身体にかかわるものはそうはないというお話が、回収などのときにはありますけれども、PIO-NET の早期登録の活用のところは、もし御担当でありましたら教えていただきたいと思います。

○消費者庁宗林消費者安全課長 事故情報DBというのがありまして、各省庁のものも入ってきますが、PIO-NET の危害、危険、全部スライドして持ってきていますので、登録していただければすぐ見られます。事故情報DBということで、危害にもチェックさえ打っていただいで登録していただければ、毎日、入手点検チームというのがやっていますので、その中に見えてきます。ですから、十分活用させていただいています。よろしくお願ひします。

○田澤委員 活用していただいていると。

○消費者庁宗林消費者安全課長 もちろんでございます。

○田澤委員 わかりました。ありがとうございます。

○松岡座長 中嶋委員、どうぞ。

○中嶋委員 具体的な話といたしますか、この間もちょっと話したのですけれども、もともと食品というのは農水と厚生労働省2省が管轄をしていた。お酒だったら財務省とかありますけれども、基本的にはこの2省だった。それが、消費者庁が2009年にできて、全部持っていくのかと思ったら一部分だけだった。ですから、食品の行政の一本化はできなかった。今はむしろ3本立てになってしまって、表示に関しては消費者庁に移ってきていますが、実際の食品の安全衛生に関してはというと、安全衛生法を持っている厚生労働省が頑張っている。農水のJAS法のところについては農水が頑張っている。

今回、宗林課長は、例えば画面5のところ、4省庁共同でこういうパンフレットを出しましたと言われましたが、実際にこのパンフレットをつくる時にどういうふうになっているのだろうか、と私は思うわけです。理由は、各省庁が出てくるわけです。各省庁、意見があるわけです。持っている法律が違うわけです。そうすると、各省庁が自分たちはこうしたいと言うものについて、対立したときに誰がまとめるのでしょうか。

○消費者庁宗林消費者安全課長 今のパンフレットは、食と放射能に関するパンフレットをお示ししました。

○中嶋委員 もちろん、それはわかっています。一般論としてお話ししています。

○消費者庁宗林消費者安全課長 一般論は、それぞれが所管している、例えば食品衛生法だったり、薬事法もあります。それも一般の消費者が使うものもあるわけですから、食品と離れたものも含めまして、それを一元的に集めてきて消費者に情報を届けるという役割が消費者庁だと思っています。ですから、こっちを見て、あっちを見て、これにはこれを見てということではなく、例えばリコール情報サイトには、体温計とか、皆さんが使われる医療機器も含めて、PMDA(医薬品医療機器総合機構)の中の回収で載ってきているもので、かつ一般の人が使われるものはここに入っています。そういったことで、各省庁が、一般の生活の中で関係するようなものを消費者にお知らせするという役割でございます。

○消費者庁消費者安全課 補足させていただきます。このリーフレット、そしてポスターの作成につきましては、課長補佐級のリスキ担当会議、農水省、厚生労働省、食品安全委員会、環境省、そして消費者庁の担当者が集まって、こういうものをつくろうという話になりました。具体的な素案を、何月の分についてはどの役所がまず素案を書いてみるというのをやって、全員でそれを見て、手を加えて、わかりやすくということで、当然、消費者に配るものですから、消費者庁が取りまとめを行いました。それで完成したものを印刷したということになっておりまして、いろいろ意見は出ますけれども、そこはいつも顔を合わせている相手ですから、対話によって解決を図るとというのがいつものパターンでございます。

○中嶋委員 普通の民間の会社でも、事業部間で共同してパンフをつくろうという手順を踏みますけれども、力の強い事業部と力の弱い事業部とかいろいろあって、実際にどれぐらいの時間がかかるものですか。

○消費者庁消費者安全課 このリーフレットにつきましては、毎月一つずつ3種類つくりましたけれども、一つをつくるのに、2～3週間から1か月程度かけて調整をやったという記憶がございます。

○中嶋委員 それは、発行するのではなくて、原案をつくるのにそれぐらいでできたということですか。印刷するところまでやったということですか。

○消費者庁消費者安全課 素案をつくるまでがそれだけで、素案さえできましたら印刷そのものについてはあっという間にできますので、全体をつくるのに3週間から1か月程度でございます。

○中嶋委員 ということは、たまたまこの原子力の放射能に関してのものは、対立するところは余りなかったということですか。

○消費者庁消費者安全課 基本的に対立事項というものは、食品安全の分野ではないというふうに考えております。というのも、みんな向いている方向が同じですので。これが、およそ原発の是非をめぐるような議論をするのでしたら別かかもしれませんが、食品安全について何か対立し合ってお互いが違う意見を出し合うという事態、それ自体が考えられない。そもそも、どんな食品衛生、食品安全の分野についても、消費者がそれを理解し、納得した上で買っていたかなければ、いくら生産しても、いくら行政が頑張っても、いくら事業者が頑張っても、結局、消費者の判断に資するものでなければならない。そして、そうでなければそもそも売れないということはみんな理解していますので、そこで対立するということは今の日本ではないというふうに考えております。

○中嶋委員 明確なるお答え、ありがとうございます。言ってみたら、基本法に消費者安全という言葉が入ったので、そのワーディングが一つ生きてきているというふうに考えていいということですね。

○消費者庁消費者安全課 ワーディングとともに、消費者庁が積極的にイニシアチブをとってこういうことをやろうとか、こういうのをやってほしいと思うけれども、消費者庁さんどうですかというように、お互いの対話を繰り返すことによってそこはうまくできているというふうに考えています。ですから、ワーディングはワーディングで大切ですがけれども、ワーディングをして終わりではなくて、その後の対話、一緒の共同作業が積み重なったのがこの1年間の成果だと思っております。

○松岡座長 戸部委員、どうぞ。

○戸部委員 リコール情報サイトについてお伺いしたいのですが、食品に関しては、いつまでこの情報を載せておくかということで御検討中ということですか。リコール情報サイトは、リコールを速やかに、より効率的に行うことを目的とする、そういうサイトというふうに思っています。一方で、リコールということだけではなくて、再発しないことも大事だと思うのです。そういう意味では、例えば1年間振り返ってみて、どんなリコールが多かったとか、あるいは再発しているとか、何度も同じような不具合が起こっている状況はないのかとか、そういったレビューはされているのでしょうか。

○消費者庁宗林消費者安全課長 そういう観点から言いますと、リコールが何本あったかということよりも、むしろ生命・身体事案で重大事故を起こしているものに私たちは注目

していることが多くて、リコール品が重大事故を起こす、これは最悪だと思っていますので、重大事故を起こしたものの周知に一番力を入れているというのが実態でございます。食品ももちろん、広範囲の食中毒や、原因不明の警察が関与するようなものなのか、よくわからないようなものについてはもちろんそうなのですが、1年を振り返りますと、重大事故を起こしたリコール品というと、やはり製品関係です。製品で、ケガをしたり、亡くなる方が出たりするようなものについて、まずは再周知をするということでやっていくことが大事だと思っております。

○松岡座長 中嶋委員、どうぞ。

○中嶋委員 先ほど、イオンさんから食品の中で R-Map の話が出てきました。R-Map というのは重大災害と頻度。事故のひどさと起こる頻度で、例えば頻度が高くて、なおかつ重大度は中程度とか、低い。これであっても、やはり消費者にとっては大きな危害であるというふうに判断をされていて、こんな絵ができています。ちょっと見にくいですが、そういう意味では、重大事故だけをウォッチしていたら消費者の被害が防げるというのは問題があると思います。

労働災害を例にとりますと、もともと昭和 38 年に 6,800 人、死亡者がいたのですけれども、現在は 1,200 人ぐらいまで減りました。これは安衛法の力が非常に大きいのですけれども、一方で、1200 人以下にさがらないという問題が起きています。理由は厚生労働省が、今、言われた重大事故を取り上げて対策を取っておられるからです。イギリスは今、死人数が 800 件から 600 件まで減ってきているわけです。そういう意味では、重大事故に対する対応はとても大事ですけれども、あわせて、頻度の高い事故はやはりウォッチしてほしい。これは、戸部委員さんがおっしゃりたいことですね。私も同感です。

○消費者庁宗林消費者安全課長 先ほど、リコール情報サイトの中でという前振りだったかなと思っただけだったので、リコール情報サイトの中だと、食品の例えば原材料の順番が違ったとか、アレルギー以外の欠落のようなものでまとめても、というよりはという意味でお話をさせていただきました。

○松岡座長 どうぞ。

○戸部委員 確かにそうですけれども、今、中嶋委員がおっしゃったように、重大な事故に至るまでのところでいかに抑えていくかということも大事だと思うのです。今までのリコールの情報というのは、リコールしますよ、こんなことがありましたよ、ということが中心だったと思いますけれども、やはり原因をみんなでどう共有していくかということもすごく大事だと思いますので、リコール情報サイトの使い方というのでしょうか、こう

いうリコールに対して原因はこうでしたというところを我々も共有できると、事故の未然防止につながるのではないかと考えています。

そういう意味で1年なり振り返って見たときに、リコールで多いものについてはどういう原因であったのか、再発防止はどのようにとられたのか、そういう議論ができる場があればいいなというふうに思っています。

○松岡座長 澁谷委員、どうぞ。

○澁谷委員 多分このリコール情報サイトは、すぐに周知をしたいということが主眼だと思いますが、情報としてのアーカイブの機能をどこかに持たせる。これを見ると、今、1,800件ぐらいということですがけれども、これからずっと続いていくわけですね。そうすると、何万件ということに当然なっていくわけです。このサイトに載せられるのは、確かにトップからの千件とか二千件ぐらいということになるのかもしれませんが、アーカイブ的な機能をどこかに持たせて、それで分析や検索に活用できるようなことを考えるのも一つ手かなという気がします。これは意見です。

○松岡座長 どうぞ。

○佐野委員 リコールでいろいろ回収されていて、先ほどから何回も宗林課長が、原材料の順番を間違えたとか、期限表示を間違えたとか、それは論外のような感じでおっしゃるけれども、では、なぜそういう間違いが多いのかというのはやはりきちんと調べるべきで、消費者庁からメーカーに、間違えるべきではないということをはきちんと伝えていただきたい。私はメール配信していただいています。リコールが本当に多いんですね。驚くほど多いので、その辺も是非努力していただきたいと思います。それから、自主回収したものの処分とか、その後、それぞれのメーカーがどういうことをしているのかというのを把握されているのか、何か動きがあるのかということをお教えいただきたい。

もう一つは、すごく気になったのが、これは意見ですが、みんなが食べるものだからという、「食品と放射能 Q&A」で、全国民が、日本が同じ方向を向いているようなお話がありました。放射性物質や食品安全の問題については、政府は同じ方向を向いているかもしれませんが、それと違う考え方もあり、消費者にはまだまだ納得できるようなものを出されていない。それで、低ければ低いほどよいと言う人もいるし、給食で使ってもらえないと。あたかもそれがいけないことのおっしゃっているけれども、まだ原発が収束されていない中で、内部被ばくを抑えたい人というのはたくさんいるわけだし、給食でもできるだけベクレルが低いほうが良いと考えている人がいるということはきちんと認識していただきたい。きょうのテーマとは違いますが、それは、先ほどの流れの中からここでひとこと言っておかなければいけないと思ったので、申し上げました。

もう一つ、宗林課長もいろいろなところでお聞きになっていると思いますが、リコール基本法に関する話がたくさん出てきています。リコール情報を集めていらっしゃるけれども、リコールとは何かということや国できちんと整理して、国として何をやるべきか、自治体として何をやるべきかということを示す、リコールの基本となるようなものをつくっておくべきだと私は思うのですが、その辺り、宗林課長はどう思いになるのか教えてください。

○消費者庁宗林消費者安全課長 では、やさしいほうから。先ほどの給食とか、言葉が足りなくて申しわけございませんでした。使ったらと言っているわけではなくて、携わっている方に、現状はどういう状態なのか、検査体制はどういう状態なのかをきちんと知らせていくということまででございます。だからどうしろという話ではありませんので、そこは、佐野委員がおっしゃるように、その方たちの御判断というか、こうしたいというお話はもともとだと思っております。

ただ、アンケート、意識調査などをとりますと、基準値があるのを知らなかったとか、検査をしているのも知らなかったという方もまだいらっしゃるので、そういったところには、特に離れた消費地においては、こういう実態であると現状の説明をさせていただいているということでございます。

2つ目に、メーカーリコールの回収をどういうふう把握されているのかという御質問でしたが、全部が全部、その都度やるというのはなかなか難しいです。私たちが一旦、1年取りまとめということになりましたときには、30%以下の回収率であり、10万台以上まだ市場に残っているものをリスト化して再周知という取組みをいたしました。それから、皆様方にはまた叱られてしまうかもしれませんが、リコール品で事故が起きたときには、メーカーに、今どういう状況なのかということで回収率等を再度聞いて、それを公表物としてもその都度載せていく。それはリコールサイトではなくて、消費生活用製品安全法の定期公表がございますので、リコール品で事故が起きたときにはそういったコーナーを設けて、特記事項としてやっているという取組みはさせていただいております。

最後のテーマでございますが、概念的には、何かしていくことというのは誰かが一歩ずつ始めなくてはいけないだろうなど。一国民としては、そういうものがあつたらわかりやすいだろうなどというふうに思っています。ただ、消費者庁の消費者安全課としてこれをどういうふう整理するなり、やっていけるかということに関しましては、本当に申しわけないのですが、まだまだ勉強が足りないなので、やれるかどうかも含めて、あるいは、何ができるかも含めて、今、ちょっと回答はできないという状態でございます。申しわけございません。

○消費者庁消費者安全課 2点、補足させていただきます。

1点目は、食品由来の内部被ばくについてであります。これにつきましては、福嶋前消

費者庁長官がリスクコミュニケーションの取組みを最初に始めたときに発言したとおり、「正確な情報を伝え、消費者の皆様にご覧いただき、それに基づき消費者行動につなげていただく」というところがございます。それが理念でございます。このため、食品安全委員会において行われました食品健康影響評価の結果、すなわち、追加被ばく 100 ミリシーベルトを超えると健康障害があらわれ始めるという考え方、そして、それがどれだけの意味を持つかという、今の基準値であるキログラム当たり 100 ベクレルの食べ物を 75～80 トン食べた場合が、100 ミリシーベルトの追加被ばくになるという政府の見解を伝えているところであります。

そうではなく、一定線量の被ばくによって健康障害が出るという主張をされる方がいるのは承知していますが、あくまでも政府としての見解はこうであるということ、まずは伝えることが重要かと思っております。その先に、さてどう考えるべきかということについては、当然、憲法で思想・良心の自由が保障されておりますので、消費者の皆様方の選択に任されるべき問題だと考えています。

あわせて、わかりやすく説明ということで、75～80 トンの食品を食べるということは何を意味しているか。一番食べ物を食べる中学生、高校生の男の子が年間食べる食べ物が 735 キログラム程度と、国民健康・栄養調査（厚生労働省）で標準化しているところであります。

2 点目のリコール基本法でございます。リコールの考え方につきましては、これは法令担当としての説明になりますが、さまざまな形でのリコール、自主回収もある中で、行政が一つの形として何か一定のものを定めることは可能なかどうか。それが法律という形をとることが適切なかどうかということについては、大変難しい議論があると思います。そして、それが法律という形をとるべきなのかどうかについては非常に難しいものがあります。すなわち、法律として定めるのであるならば、それは一定の法律事項がなければなりませんし、法律事項のない法律は制定できないというのが、これは議員立法であれ内閣提出法案であれ、どちらも共通のものでございます。

食品の例を挙げて御説明しますが、極端な例を挙げます。沖縄県にはポルシェという会社があり、全国流通する「紅いもタルト」という食べ物を売っています。一方、市場の裏、マチグァーの裏には、おばあがムーチャーやポーポーを近所の二十何人の人を相手に物を売っている場合もあります。保健所の側から見れば、どちらも食品を売っていることには変わりません。その食品の回収命令を出すとき、そして、回収命令を受けて回収を行うときの基準として、共通の言葉でそれを表現し得るのかどうかというのは、より大きい議論が必要だと認識しているところでございます。

ちょっと長くなりましたが、補足説明でございます。

○松岡座長 夏目委員、どうぞ。

○消費者委員会夏目委員 違う話になってもよろしいですか。

○松岡座長 はい。

○消費者委員会夏目委員 食品安全基本法の改定で、1年間で消費者庁が食品安全にかかわる機能を発揮して実績を積み重ねていらっしゃるの、とてもすばらしいことだと思います。この改定事項の一つに、ほかの法律に基づく措置ができない事案（すき間事案）については、消費者安全法に基づき措置をするという項目が入ったわけです。24年6月29日閣議決定、つまり1年前から1年たった中で、いわゆるすき間事案といふとこんやくゼリーのようなものをイメージします。どの法律でも措置ができないという形。そういったほかの食品の事例が出てきているのかどうか、一つ伺いたいということ。

それから、消費者安全法による食品の事故情報の通知について、そこに図示されていますけれども、ここに書かれているものはすべて、ほかの法律に基づいてこういう措置がされていて、消費者庁が最終的に定期公表、注意喚起もされる。つまり、ここでもってリコール情報も当然挙げられていると思いますけれども、そうではないものというのがなかなかイメージつかない。もし、そういうものが、例えば毎週、さまざまな情報収集をされていて会議をやっている。そのほかにも大変真摯にお取り組みだということなので、そういうものが出そうな情報。出そうな情報を今ここで出すわけにいかないと思いますけれども、この1年間、消費者安全法に基づき措置をするような事例があったかどうか、お知らせいただければと思います。

○消費者庁宗林消費者安全課長 食品ですね。

○消費者委員会夏目委員 食品に関してです。今、ここでやっているのは食品です。

○消費者庁宗林消費者安全課長 食品に関しては、済みません、正確なことはお答えできませんけれども、思い当たらないと思います。記憶ありません。

○消費者委員会夏目委員 ありがとうございます。ないほうがいいわけですので。

○松岡座長 横矢委員、どうぞ。

○横矢委員 不勉強なので教えていただきたいところがあるのですが、先ほど佐野委員がおっしゃっていたことと近いこととなりますけれども、6ページ目の平成25年度の取組みのところに子育て世代向け専門家養成研修というのが書かれています。コミュニケーターを養成するということが自体はとてもよいことだと思うのですが、今、こういうところのミ

ニ集会とかしますと、放射能関係のことが必ず出てきて、大変真剣に相談されるところに、2回ぐらい研修を受けた方が専門家として対応する、窓口のような形に立つのは、非常に難しいものがあるなというふうに実感していますが、これはもう既にやられていて、テキストをどのようにつくられたのか。その内容はどのようなものなのか。私たちが拝見することができるのかどうかということをお教えいただきたいと思います。先ほど御紹介いただいた75万トンというのはどういうレベルとか、そういうようなことが明記されたものなのか。多分どんどん突っ込まれてくると思うのです、本当に真剣な方たちからは。それをどういうふうにこのコミュニケーターと一緒に何かしていくのかということころは、すごく重要なことなので、教えていただきたいと思います。

○消費者庁消費者安全課 お答えします。このコミュニケーターは、栄養士、保健師、農協の食育を今まで担当されていたような、食について今までも語っていた方、食育をやっておられた方を対象と考えております。

教材といたしましては、インターネットテレビをDVDに焼いたものを配布して、その解説を行った上で、これをどう説明するかということをお知らせすることとしております。その番組については、今、政府広報室で話し合いでつくっているところでして、間もなくでき上がるところであります。あわせて「食品と放射能 Q&A」、第7版でまだ改訂作業中ですが、これのより簡略した版でコピーすれば配れるようなものを資料としてテキストとして配る。これをコピーして使ってくださいというふうに考えているところでございます。

進捗状況ですが、研修会の請負事業者の公募をやって、これが決まり次第、具体的な人の募集を行った上で研修会を始めたいと考えているところでございます。夏でお盆の季節をはさんでしまいますので、本格的になるのは8月くらいからと考えております。

○松岡座長 どうもありがとうございました。

鶴岡委員、簡潔にお願いします。

○鶴岡委員 食品のトラブルに関しては、事業者さんの場合と同様に行政側にとっても、因果関係が不確定な段階での対応ということになるかと思えます。資料3の最後のページ、一番下の端のほうに、「緊急事態以外においても社会的影響が大きいと判断する場合には、積極的に事案に係る情報の開示、発信」という対策が記されていますけれども、「情報の開示、発信」の情報の中身の程度自体、かなり難しいかと思えます。それに加えて食品には迅速な対応が必要だということで、事業者さんに対して自主的な対応を促すとか、そういうことも考えておられるかどうか、いかがでしょうか。

○消費者庁宗林消費者安全課長 せっかく持ってきた1ページ目を使わせていただきます。

白菜ですけれども、これはもしかすると緊急時に該当するかと思って事例としてお持ちしているのですが、皆様御存じのように、最初は一連の高齢者施設の方たちの具合が悪くなって亡くなられたということがありました。その時点では、いわゆる流通している包装品みたいなものかどうか、あるいは弁当とか、そういったものも私たちはわかりませんでしたし、食中毒と感染症の両方、こういう段階が最初はあったわけです。ところが、新聞報道で、全然違うところの小さなお子さんがという話も出てまいりまして、0-157 であり、何が原因となった食品なのかということがだんだんわかってきたわけです。

その後、実はこれは市販されてマーケットに出ていたり、ホテルで使われて食事に出ていると。そうした場合、本州から行った人たちが本州に戻ってきて、そこら中で発症したらどうしようかというふうに思いました。それが先ほど言ったように、広範囲といいますか、何府県にもわたった場合には、もしかすると総括官会議を開かなくてはいけないかなと思っただりぎりの事例という意味でお示ししています。原因が最初わからなかったときは、厚生労働省とか、地元の保健所が最初は入りますので、報告といいますか、連絡を待つというタイミングもございしますが、ギョウザのときもそうだったと思いますが、原因がわからないとか、広範囲になったときには、やはり緊急的にまずは関係したところに集まっていたら、情報共有をします。現在は、先ほど企画官がお話ししましたように、毎週、食品部門は集まっています。今週どうだったとか、週刊誌に中国の何とかという話から情報共有していますので、こういうことについて、どうしようという話をまずしたいというふうに思っています。

お答えになっているかどうかわかりませんが、大体の目安を決めて、こういう場合だったらここまでやるというのは中では持っているのですが、ちょっと具体事例ばかりです。

○鶴岡委員 1 ページ目の消費者庁の動きの 8 月 13 日の段階では、注意事項を呼びかけるという形で情報発信をされたわけですが、この情報の内容というのは、特定事業者名や製品名などは多分入っていません。どういう形で行われたのでしょうか。

○消費者庁宗林消費者安全課長 きょうは手元に持ってきておりませんが、0-157 であることは特定されていきましたので、一般消費者向けに、調理器具等いろいろなもので 0-157 を発症しないために、75 度で 1 時間の殺菌ですとか、そういう 0-157 向けの発信でございました。ですから、白菜きりづけに関するというよりも、0-157 の問題ということでもございました。

日曜日、土曜日も、順次情報が入ってきていまして、私たちも実は情報を受けていましたので、この上の動きについていくような形で情報把握はできておりました。

○中嶋委員 最後に法律の話。

○松岡座長 それでは、簡潔にお願いします。

○中嶋委員 企画官の方にお話をお伺いしたいのですけれども、製品安全の世界では基本法はありません。食品安全のほうは食品安全基本法が、食品衛生法があって、その上に HACCP の支援法まであります。ある意味、階層化がとれていて、かなり法整備は進んでいるというふうに私自身は見ております。リコールを法制化するというのはかなり無理がありますけれども、消費者安全を実現していくとしたら、例えば、コーデックスの規格を法律で強制化していくとか、食品の安全規格を法律で強制化していくとか、そういうふうなことは考えることが可能でしょうか。

○消費者庁消費者安全課 食品の安全に関する規格につきましては食品衛生法において定められており、それに基づく各般の省令以下または告示で定められているところがございます。ですから、そこを拡充するということはあります。

ただし、今、御指摘の点、まさにリコールについては、単に規格基準を定めるだけではなく、その後の事業者なり行政、関係者の行動まで定めるものになると思います。それを一元的に定め得るのかどうかというのは相当な検討が必要かと思えます。ということで先ほど挙げたのが、まさに消費者が十何人しかいないものから全国流通するものまで、どう共通的に言え得るのかどうかというのは非常に難しいのではないかという指摘でございます。

○中嶋委員 そうすると、現在の食品安全に関する法体系の整備はほぼ終わったというふうに考えておられるのですか。

○消費者庁消費者安全課 これは消費者庁だけでお答えすべき事案ではないと思いますが、常に新しい事態に対しては、法体系整備は続けなければいけないと思います。特に食品衛生については、例えば HACCP を推進する法案等は 10 年も前にできています。食品安全の基本法に基づいて、リスク評価、リスク管理、リスクコミュニケーションの体系をつくるということは 10 年前に入れたところでございます。消費者庁ができて、いわゆる司令塔機能を消費者庁が果たすという役割を入れたところでございます。こういった不断の見直しはこれからもやっていく必要があると認識しております。

○松岡座長 どうもありがとうございました。長いこと質問しまして、申しわけございませんでした。消費者庁消費者安全課におかれましては、お忙しい中、どうもありがとうございました。

これでヒアリングを終わりにしたいと思います。

#### < 4. 意見交換 >

○松岡座長 次に、実は議事4ということで、自由に意見交換の場を用意していたのですが、質問が随分長引きまして、おくれてしまいました。事務局から、取りまとめ案をどう考えていくかということについて、参考資料の御説明をお願いいたします。

○原事務局長 実は、5時半ぐらいにヒアリングは終わって30分ぐらいは意見交換をしたかったですけれども、質問が出てまいりました。次は7月29日、その次は8月22日を予定していますけれども、皆さんから出された意見をどういうふうに整理していくかというのを考えております。参考資料1-1は、前と同じものを再度おつけしていますけれども、2ポツの食品リコールの流れということで、リコールの判断、実施、終了、再発防止までを範囲と考えて今までのヒアリングを重ねております。

その次は3の確認事項ということで示しておりますが、「①リコールの判断」。ここが、現状の法制度、食品衛生法、新しくできる食品表示法ですけれども、こちらの法令に基づく回収の部分と自主回収、これが大変多く行われていますが、リコールの判断のところはどういう課題があるかということところです。

それから、「②リコールの実施」というところで、回収範囲、流通事業者などの協力体制、消費者への情報周知の話。「③リコールの終了」「④再発防止」ということで、この流れに沿って、資料1でも御説明したとおり、今、意見を整理し始めているのですけれども、次回の7月29日に、是非、意見交換をお願いしたいと思っております。現状の把握、必ず認識しておくべきこと、食品のリコールそれぞれの流れについて配慮すべき事項、考えなければいけない事項について、御意見、それから、ここは確実に押さえておかなければいけない点ではないかということでの御議論をお願いしたいと思っております。ただ、時間は6時までということにしておりますので、どうしてもきょうのうちに御意見をということがあればお出しいただければと思います。

○松岡座長 そういうことで、個別の課題についていろいろやっていきますと、それぞれ疑問点も出てきまして、きょうのヒアリングでも質問等が大分出ました。その中でも課題のようなものがある程度洗い出されてきていますけれども、それをまた皆さんの間でいろいろ御議論して本当はまとめていきたくったのですが、時間も少なくなりましたので、この辺に関しましては、御意見がありましたら、次回の開催までに事務局のほうに寄せていただいて、それをまた取りまとめまして、わかりやすい形にして、次回、十分に時間をとりまして議論をしていきたい。最終的に、この検討会でやったことを取りまとめて、8月の末には、この検討会の意思といいますか、そういうものをまとめていきたいと考えていますので、よろしく申し上げます。

今、特にこの場で何かひとことという方はいらっしゃいますか。

澁谷委員、どうぞ。

○澁谷委員 それぞれの都道府県で自主回収等の制度をつくっているところが三十何県あるということです。その三十何県を情報としてまとめておいていただくと、これは報告書になるのかどういふ形のまとめになるのかわかりませんが、そういうものがあるという現状がお知らせできるので、その情報を整理して集めておいていただければと思います。三十何県ということはほとんど現状を分析できるということだと思いますので、お願いしたいと思います。

○松岡座長 ほかに、そのようなことで事前に言っておいたほうがというのはございますか。

わかりました。それでは、どうもありがとうございました。これにて本日の審議を終わりたいと思います。

では、事務局から何かありますか。

○原事務局長 長時間にわたりまして、熱心な御議論をありがとうございました。

次回は7月29日（月曜日）の1時からということで、大変暑い中、恐縮ですが、お願いしたいと思っております。

内容については、検討中のところもありますので、改めて御案内いたします。

事務局からは以上です。

## < 5. 閉会 >

○松岡座長 ありがとうございました。

それでは、本日はこれにて閉会とさせていただきます。

お忙しいところをお集まりいただきまして、誠にありがとうございました。今後ともよろしく願いいたします。