

消費者委員会 消費者安全専門調査会  
(第27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27回） 議事次第

1. 日時 平成29年1月23日（月） 16:00～18:04

2. 場所 消費者委員会会議室

3. 出席者

（委員）

山本座長、藤田座長代理、相澤委員、市瀬委員、  
西田委員、村田委員

（消費者委員会担当委員）

河上委員長、大森委員、中原委員、長田委員

（説明者）

消費者庁 野田消費者安全課長

（事務局）

黒木事務局長、福島審議官、丸山参事官、友行企画官

4. 議事

（1）開 会

（2）消費者安全に関する懇談会における議論の整理

（3）消費者庁における事故情報の活用等に関する取組

（4）事故情報の分析の試行

（5）閉 会

## 《 1. 開会 》

○友行企画官 それでは、時間になりましたので始めたいと思います。

皆様、本日はお忙しいところお集まりいただきまして、まことにありがとうございます。  
ただ今から「消費者安全専門調査会」第27回を開催いたします。

本調査会の構成員につきましては、昨年12月に消費者委員会河上委員長より指名されており、参考資料2のとおりでございます。どうぞよろしく願いいたします。

座長につきましては、河上委員長から山本委員を御指名いただいております。

また、消費者委員会本委員から担当委員として、河上委員長、大森委員、中原委員、長田委員、本日は御欠席でございますが樋口委員がオブザーバーとして参加されます。

参考資料1の設置・運営規程第6条にありますように、本調査会は原則公開となります。本日の会議につきましても、このように公開としておりまして、議事録につきましても、後日公開することといたします。

議事に入る前に、配付資料の確認をさせていただきます。お配りしております資料は、配付資料一覧に記載しております。不足がございましたら、事務局までお願いいたします。

それでは、ここからは山本座長に議事進行をよろしく願いいたします。

○山本座長 このたびは、消費者委員会の河上委員長から御指名を受けまして、この専門調査会の座長を務めることになりました山本です。どうかよろしく願いいたします。

座長代理につきましては、設置・運営規程第2条第4項によりますと、座長があらかじめ座長代理を指名することとされております。そこで、富士通株式会社シニアディレクターの藤田委員にお願いをしたいと思いますので、よろしく願いいたします。

次に、本調査会につきましては、設置・運営規程、参考資料3の「下部組織の会議運用の在り方に関する申し合わせ」に沿って運営をしていきたいと思っております。

以上の内容につきまして、御質問はございませんでしょうか。よろしいでしょうか。

それでは、本日の議題に入りたいと思っております。

## 《 2. 消費者安全に関する懇談会における議論の整理 》

○山本座長 最初の議題は「消費者安全に関する懇談会における議論の整理」です。これは昨年、消費者安全に関する懇談会といたしまして、ここにお集まりの委員の皆様と事故情報の活用等について議論をいたしまして、様々な御意見をいただいております。これは、今日の前の段階の懇談会という位置づけでしたけれども、この懇談会での主な議論につきまして、事務局から5分程度で説明をお願いいたします。

○友行企画官 それでは、資料1をご覧くださいませでしょうか。資料1に「消費者安全に関する懇談会における議論の整理」ということで整理させていただいております。懇談会で生じた議論につきまして、項目のところをご覧くださいませと、「収集」「分析」、

めくっていただきまして「活用」「オープン化」「情報の流れ」「役割分担」「海外」「調査のアーカイブ化等」ということで、8つの項目に分けて議論を整理しております。

最初の「収集」のところでございますけれども、1から4まで番号がございますが、最初のところ、事故に関する調査報道に関しては情報を収集しているかといった意見がございました。

また、事故情報を消費者からの相談などもベースに収集しているが、相談してこない人もかなりいると思う。アンケート調査などでこれらの隠れた情報を掘り出すといった取組はされているか。

ヒヤリ・ハットがどのくらい報告されているか。

オープン化の前提となるデータの品質、データのフォーマットなどいろいろな形式を決めるということも重要だが、登録する側の研修などは非常に価値があるといった意見が見られました。

それから、ここでは「分析」という項目のくくりにしておりますが、一つ、事故情報から事故の兆しの把握は可能なのかといった意見もございました。

その次は「活用」という項目でございますが、情報発信の手段を網羅的に見たいという御意見もございました。

事故情報は、各省庁から事業者に対して提供されていると思うが、例えばジャングルジムなどで事故があった場合、小学校などジャングルジムを設置していると思われるところに情報は伝えられているのかを知りたいという意見もございました。

現場にどれぐらい事故の情報や注意喚起が届いていて、それがどれぐらい効果を持っているかという点が時々問題になると思うが、そのあたりはどうなっているかという意見もございました。

それと、国からの事故情報は市町村にも周知されているのかといった意見もございました。

おめくりいただきまして、5番のところからでございますが、例えば子供がお菓子と間違えて誤飲するようなケースは、そのメーカーに言うのだけでは不十分で、事業者全体に伝えることが重要だという意見もございました。

次に、情報の出し方をどのようにするかということは重要な問題で、思わぬ悪影響などが出るような情報の出し方もある可能性があるので、そういったことに留意する必要があるという意見もございました。

また、注意喚起をしている製品でもネットでは推奨している情報もある。こうした場合については、一層注意喚起する必要があると思われるといった意見もございました。

SNS上の情報を分析して世の中のトレンドを把握しつつ、分析した事故情報と一緒に提供できるような仕掛けがないといけないのではないかという意見もございました。

情報の出し方の中で、危険を作るような方向の情報もある。それに対して、こういう情報はおかしいので注意してくださいという形で注意喚起することも必要だというような意

見もございました。

次に、データの「オープン化」のところでございますが、事故情報を幅広く公開する。事業者なり他の専門家なり、そういった方に自由に分析していただけるようなシステムの構築ができないかといった意見がございました。

それから、医療機関のデータベースの話がございまして、これについても見ていきたい、両方見てみたいという意見もございました。

それから、オープン化に際して、どの程度のオープン化であれば個人情報も守りつつ、情報の質も担保しながらシステムを作ることができるのかといった御意見もございました。

その次の「情報の流れ」のところでございますが、どんな情報が流れていくところに、どんなパスがあって、どんな情報が流れているのかということを明らかに教えていただきたいという御意見もございました。それから、情報を発信することに対して効果測定ができる仕組みを考えておくべきではないかという御意見もございました。

その次のページでございますが、「役割分担」というところでは、事故情報がデータバンクに集められた情報が市場との関係でどのようにうまく活用されていくかというような役割分担について考えてみるべきではないかという御意見もございました。

その役割分担の関連で、消費者自身がどういうことができるのか、事業者がどういう形でかかわっていくことができるのか、あるいは消費者庁はどういったことができるのか、研究機関がどういった形で関与できるのかということで、それぞれのアクターがどういったことができるのかといった視点で考えていくことも重要と思うという御意見もございました。

あとは「海外」というくくりでまとめておりますが、事故情報データバンクは、将来的に多言語の可能性があるのかといった御意見ですとか、日本製品が海外で使われている場合、海外の製品を個人が輸入している場合、あるいは日本にいる海外の方が事故情報を申告した場合などについて、何か取り決めのようなものがあるのかといった御意見もございました。

また、海外の関係機関との情報交換は行っているのかということや、海外の製品等についての情報は現状どのように入れているのか、海外でどのように事故情報の分析が行われているのかという御意見も見られました。

最後のところで「調査のアーカイブ化等」ということでまとめておりますけれども、各省庁や国セン、各自治体などにおきまして、事故に関する調査などがいろいろ行われている。それがアーカイブ化されて使える状態になっているのかどうかということについて御質問がございました。

それから、事故に関する調査が現状どれくらい行われているのか。把握のためにサポートする技術が今回の調査会等で検討できるとよいのではないかといった意見がございました。

以上でございます。

○山本座長 ありがとうございます。

それでは、ただ今の説明の内容につきまして、御質問、御意見のある方は御発言をお願いしたいと思います。いかがでしょうか。今後さらに問題あるいは御意見をつけ加えていくこととなりますけれども、今日の今の段階で、さらにつけ加えておいたほうがいいのか、何かございましたら。よろしいですか。

それでは、今日の段階では、前回こういう意見が出されましたということでテークノートしておきたいと思います。

### 《 3. 消費者庁における事故情報の活用等に関する取組 》

○山本座長 続きまして、「消費者庁における事故情報の活用等に関する取組」について、を議題といたします。消費者庁では、消費者安全法等に基づきまして、消費者事故に関する情報を一元的に集約し、消費者に対する注意喚起や各省庁に対する意見等を行うといった取組が行われております。

消費者庁の取組につきましては、さきの懇談会におきまして、既に事務局から簡単な説明があったところではありますけれども、今日は前回の資料も配られていますね。その資料1の消費者委員会の事務局の資料の中で、特に何ページあたりでしたか。

○友行企画官 参考資料4として前回の懇談会の資料をつけておりまして、その資料1が事故情報の活用のあり方に関する調査ということで事務局が御用意した資料でございます。その中で事故情報データベースなどについて御説明する資料がございます。

○山本座長 資料1の最初のほうに、消費者安全法に基づくいろいろな仕組みが説明されていたと思いますけれども、本日は、消費者庁から、前回の懇談会におきまして委員から出された疑問点も含めまして、御説明をいただきたいと思います。

それでは、20分程度でお願いいたします。

○消費者庁消費者安全課野田課長 消費者庁消費者安全課の野田でございます。説明させていただきます。

前回の懇談会での御議論では、一回事故を集約するとして、それがどのような形で、ルートで情報が発信されて流れていって、どれぐらいのインパクトといたしますか、世の中に知られているのだろうかというところに御意見、御質問が出たようですので、そこに絞って資料を作成しました。説明したいと思います。

まず、資料2-1をご覧ください。

最初に「1 事故情報の発信」です。これは集約した事故のポイントを定期的に、どんどん公表していくという取組をやっています。定期公表として、消費者安全法によって収集した情報につきましては、死亡ですとか30日以上障害といった被害が生じた重大事故等に係る公表を週1回やっております。そこまでの被害が生じていなかった非重大事故につきましても、毎週1回公表しております。消費生活用製品につきましては、事業者から

報告が寄せられることになっていまして、毎週2回公表してございます。

世の中にどれぐらいこの情報が伝わっているのだろうかということの一つの手がかりとして、おおよそのアクセス数を記載しました。時期によっても多少ずれたりすると思うのですが、なるべく近いところということで、平成28年12月1日とか2日に公表したものについて、次の公表が出るまでの1週間、どれぐらいのアクセスがあったのかというところを書いております。御参照ください。

事故情報データバンクにつきましては随時更新しております、これは平成28年4月から12月の間に、約13万3,000件のアクセスがございました。

記者発表の体裁につきましては、参考例をつけておりますので、後ほど御覧いただければと思います。

続きまして「2 注意喚起情報の発信」でございます。注意喚起情報と申しますのは、事故情報を踏まえて、我々のほうでいろいろテーマを決めて、こういうことに気を付けましょうといったような注意喚起の情報を発信するものです。

方法としては、先ず、記者発表する場合があります。

また、SNSを使いまして、メッセージを発信することがあります。これは消費者庁のツイッターとフェイスブックがありまして、随時発信するとともに、発信したメッセージは庁のホームページに掲載しています。ツイッターは約18万件の登録、フェイスブックは約600件の登録です。

あと、子ども安全メールといいまして、子供の事故ですとか注意喚起の情報を、登録いただいた方に毎週1回発信しているものがあります。これが現時点で約3万件でございます。

また、都道府県、政令指定都市の消費者行政部局に、このような注意喚起情報を出しましたので周知をお願いしますという依頼をするとともに、これは消費生活センターの職員の方だけが見られるのですけれども、業務用ポータルサイトにそういった情報も掲載して、現場での情報共有にも努めているところでございます。

また、製品とか事故によりましては、関連する事業者団体に周知等を依頼する場合があります。

3 ページ以下に、多少イメージが湧くようにスライドをつけております。

最初が消費者安全法の重大事故に係る公表で、木曜日です。プレスリリースをして、ポイントを絞って公表しております。

4 ページが非重大事故で、非重大事故は、少し簡略化して公表しています。

5 ページが消費生活用製品の重大製品事故に係る公表で、原則として毎週火曜日と金曜日です。内容によっては写真もつけます。

6 ページは、事故情報データバンクです。このようなトップページでホームページ上に掲載していまして、クリックしたり、検索したりで事故情報を見られる形にしております。

7 ページは、注意喚起の話です。最近の記者発表の例では、10月24日に「0歳児の就寝

時の窒息死に御注意ください!」、12月7日に「店舗・商業施設で買い物中の転倒事故に注意しましょう」と、このような注意喚起を行いました。どちらのプレスリリースも数ページにわたるので、イメージを示すために、最初の1ページを部分的につけています。今でもホームページで見られますので、御関心のある方は後ほど御覧いただければと思います。

8ページはSNSです。ツイッター、フェイスブックの活用は先ほど言いました。ツイッターやフェイスブックは、メッセージを絞った形の文章で紹介して、詳しくは消費者庁ホームページのここを御覧くださいという案内の仕方で行っております。ツイッターは分量重視で、なるべく短く案件についてお伝えするようにして、フェイスブックは若干余裕があるので、イラストなどもつけたりしています。

9ページは子ども安全メールです。毎週木曜日に、主に0歳から就学前の子供に関する安全情報を配信しています。事故予防の知識ですとか、消費者庁に集約される事故情報を基にした注意喚起情報などを配信して、約3万人の方が見ております。

イメージが湧くように、最近の配信メールのテーマを上げております。「カップ麺での火傷に気を付けましょう!」とか「ウイルス感染を予防しましょう!」とか「ショッピングカートでの子供の事故に注意しましょう」あるいは「お菓子里に原材料表示にないアレルギー物質が混入!」とか「おもちゃを選ぶ時は、安全面に配慮しましょう。」など、事故的ではないものも含めて、子供の安全・安心に係るような情報を出しています。

10ページを御覧ください。事業者団体への働きかけの例です。我々は注意喚起情報をやるときでも、事業者向けに出した文書ですとか内容などはオープンにしないこととしておりますので、お話しできる範囲で、大体どういうことをお願いしているのかをイメージが湧くように作ったのが、10ページ目の資料でございます。

1つの例としては、所管官庁とかでガイドラインを作っているようなものがあれば、その周知をお願いしますということがありました。例えばエア遊具等遊戯施設での事故ですと、経産省のガイドラインがありますし、機械式立体駐車場における事故ですと、国交省のガイドラインなどがありますので、そういうものの周知をお願いしますという依頼をしたこともあります。

また、業界団体による研修の実施等安全対策を強化してくださいというようなお願いをしたり、施設の管理者による安全対策の推進をやってくださいというようなお願いをすることもあります。

資料2-2は、今、説明した内容をフロー図にしたものです。上半分は、事故が発生したら関係省庁・地方公共団体、事業者、事故情報データベース参画機関、医療機関ネットワーク参画機関といったところから、事故情報が消費者庁に集まる流れです。

左下が、事故情報そのものを定期公表したり、事故情報データベースに掲載したりということで、消費者の方がアクセスしてご覧になるという流れです。

右下が注意喚起情報で、消費者庁からSNS等の形で直接消費者の方に情報をお届けする場合もございますし、記者発表した場合はマスメディアを通じて、あるいは地方公共団体へ



の周知などで消費者のほうに届くこともあるでしょう。また、事業者団体にも周知等を依頼する場合がありますので、事業者団体あるいは会員企業から消費者に届くこともあるだろうと思います。

資料2-3です。今までは仕組みの説明でしたが、資料2-3は、具体的にやったことを整理しました。子ども安全メールのような注意喚起はございますけれども、ここは記者発表を行った注意喚起に絞って28年度に実施したものを出しています。我々のやり方としまして、記者発表をしてお終いではなくて、同じような内容を、例えばツイッターやフェイスブック、子ども安全メールなどの形で紹介したり、あるいは都道府県に周知をお願いしたりというようなことも併せてやることがしばしばあります。

実際にどれだけ国民の方に届くのか、マスコミにはどれだけ取り上げられたのかというところは、在京のテレビ局や在京の五大紙で、取り上げられた回数はカウントしていますので、これも御参考までに載せております。

新聞は五大紙だけではないですし、テレビ局も在京の局だけではないです。地方のテレビ番組で取り上げられたり、あるいは通信社からの配信を受けて地方の新聞で取り上げられることも当然あるだろうとは思いますが、正確な回数とか件数は把握しておりません。

最後は資料2-4です。これはOECDと協力しての取組の紹介です。前回の懇談会での国際化とか海外の情報の話とは少しずれているのですが、我々のほうで海外と何らかの関係がある取組は、これぐらいしかないので、簡単に御紹介させていただきます。

OECDは、加盟各国に呼びかけていまして、共同啓発キャンペーンをやっております。

各国で事故情報を共有して、一定期間の間に同一事案について共同啓発を行うということです。これは誤解がないように申し上げますけれども、事故情報を共有しというのは、日常的に共有しているではなくて、こういうキャンペーンをやろうとなったら、例えばどのような事故があなたの国でありましたかというような情報を集めて、それを加盟国間で共有する程度のもので、参加は加盟国の判断です。

平成28年の対象製品はブラインド等のひもで、これで注意喚起をやろうということになりました。

OECDのキャンペーンは、2014年から始まっていて、2014年はボタン電池、2015年は洗濯用のパック型洗剤です。

キャンペーンメッセージは次のページをご覧ください。

非常に簡単ですが、私からの説明は以上です。質問等がありましたら、どうぞよろしくお願ひします。

○山本座長 ありがとうございます。

それでは、ただ今の説明の内容につきまして、御質問あるいは御意見がございましたら、お願ひします。

○大森委員 どうもありがとうございます。

OECDとの共通のキャンペーンにすごく興味がありまして、テーマも、日本でもすごく問題になっているようなことを3年間取り上げられていて、とてもいいなと思ったのですが、どのような共有化とか、その情報を生かすにはどういうことをされているのか。規制とかも外国と日本で違う場合が多くて、外国では厳しい規制があるにもかかわらず、日本は割と厳しくなかったりということがあるので、厳しいルールとかをまねできるというか、参考にできるような情報交換がされているのかどうか、教えていただけたらと思います。

○山本座長　お願いします。

○消費者庁消費者安全課野田課長　資料2-3「平成28年度に実施した注意喚起・情報提供」の6月29日「ブラインド等のひもの事故に気を付けて！」はOECDキャンペーンへの我々の参加で行っております。このときのプレスリリースには、OECD加盟国でこのような事故が起きたという情報があったことも紹介しております。情報の共有はそれぐらいであります。

キャンペーンにあるOECDのメッセージもご覧いただければ分かるのですが、子供が高いところに上らないようにしようとか、ひものは結んでおきましょうとか、そのような防止に向けた内容で、事故防止そのものの規制については特に議論されていないと承知しております。

○山本座長　よろしいでしょうか。さらに追加して何かございますか。

○大森委員　できれば、家庭での注意喚起も大切ですが、こういうものを販売しないようにしようとか、そのような国際的なルールが入るといいかと思います。今後また御検討ください。

○消費者庁消費者安全課野田課長　販売しないようにしようというルールですね。分かりました。

○山本座長　お願いします。

○長田委員　補足ですが、ブラインドについては、今、日本でも3年がかりで規格を作っているところで、いろいろな事故情報、海外の事故情報にも敏感に反応しながら、規格づくりはブラインド工業会を中心に行われています。そういう意味では、消費者庁主導という形ではなくても、様々な事故情報は、国際的な事故情報もそれぞれ業界や経済産業省、国民生活センター、NITEなどで共有はしていると思います。

○山本座長　今の点について、他に関連する点はいかがでしょうか。

　　お願いします。

○西田委員　補足説明ではないですが、OECDのキャンペーンでボタン電池は何年でしたかね。

○消費者庁消費者安全課野田課長　2014年です。

○西田委員　私の記憶によると、たしかOECDだったと思うのですが、製品安全のことを国際的に展開しようという動きがあったのは2012年で、そのときに国際会議で見たの

ですが、日本の取組のアンケートをやって、それで消費者庁、CAAからも、日本ではボタン電池の取組をやっているという回答があったのを記憶しているのです。しかし、私の記憶ではそのころはほとんど何もやっていなくて、本当にやり始めたのは2014年ぐらいではないかと思っていたので、もう少し海外との連携が確かにできると良いと思います。やはり海外で起こっていることは日本でも必ず起こるところがあって、ブラインドに関して、国際的に何か進んでいるものは日本も必ず後々やる必要が出てくるので、そういう情報交換は非常に大事なのかなと思います。

今、このようにされているということなので、非常によいことかと思っているのですが、そういう国際協調は非常に大事だろうと思います。

○消費者庁消費者安全課野田課長 ありがとうございます。

この分野に限らず、OECDの加盟国は、いわゆる先進国と言われる国が多くて、そこで例えば政策的な課題だとか、社会の事情とかも共通するものがあるだろうということで協調的な取組がされているので、取組その一環として、こういうキャンペーンとかにも出てきたのだと思います。

我々も過去3回、ちゃんと参加して注意喚起をやっておりますので、それはこれからも続けてまいりたいと思います。

○山本座長 関連する点について、いかがでしょうか。よろしいでしょうか。

1つだけ、私のほうからよろしいですか。確かに具体的な規制の在り方を考えようとすると、各国によって前提となる法制度が違ったりとか、あるいは使う環境等が各国によって違うということがあるので、他の国がやったから自国もやるというほど簡単な話ではないのは非常によく分かるのです。ただ、いろいろな事故とかインシデントの情報共有は、もう少し進んでいてもいいのかなという印象がありまして、今のお話ですと、特定のテーマについて、今年はこれをキャンペーンで取り上げましょうという形で取り上げていくというお話でしたね。もう少しそれを広げていこうという動きは、国際的なレベルでないのでしょうか。

○消費者庁消費者安全課野田課長 仕組みとして共有の仕組みを広げていこうというのは、外国の方の担当者レベルでもいろいろな御意見もあり得ると思うのですが、まだまだそういうところには行きにくいところもあるのかなと思います。率直に言って、どんどんこれから進んでいくことになると思いますと、楽観的には答えられない状況だと思います。

○山本座長 そのほかいかがでしょうか。

○大森委員 国によって法律も違ったり、使用の仕方が違ってくると思うのですが、国際化が進んでいて、同じような商品が各地で使われていて、外国ではリコールになっているけれども、日本ではリコールになっていないとか、そういう場合も結構あると思うので、やはり外国の事故に対しては、日本でも同じようなことが起きていないとか、日本でリコールする必要はないかというのをフットワークよく動けるような体制といいま

すか、そういうことを希望するのですが、難しいでしょうか。

○消費者庁消費者安全課野田課長 フットワークよくというところは我々も心がけております。具体的な成果とか取組には至っていないのですが、最近の例だと、サムスンのモバイルバッテリーが発火するとかいう話がありました。あれは日本で販売されている商品ではなかったのですが、例えば国交省は、飛行機の乗客がそれを持ち込む際には電源をオフにしてもらいましょう等の点を徹底されるように指示したと思いますし、我々も、国内でそのような事故があれば、その情報を収集して動こうというぐらいの構えではおりました。

販売されていないということで、結局余り大きな事故等も起こらずになっているのですが、外国の製品だからフットワークの構えが遅くなるということは無くて、国の行政権が及ぶ範囲は国内ですが、その中では当然いろいろな事故とかをきちんと把握して、フットワークよく動けるよう心がけているところでございます。

○山本座長 今の点ばかりでも時間が無くなってしまいますので、他の点について、いかがでしょうか。お願いします。

○藤田座長代理 子ども安全メールについてなのですけれども、これは登録はどういうところからできるのでしょうか。ほぼ誰でもできるものなのですか。

○消費者庁消費者安全課野田課長 当庁ホームページから誰でも登録できます。我々も一々どなたが登録しているかは確認していませんが、時々マスコミの方とかも御覧になっているみたいで、登録して見ているのか、ホームページで見ているのか、問合せがあったりもします。

○藤田座長代理 もう一点あって、例えば消費者庁がこういう事故情報の発信をやっていると、あるいは注意喚起情報をSNSなども含めてやっているということ自体を発信していることはありますか。

○山本座長 お願いします。

○消費者庁消費者安全課野田課長 消費者行政の取組をPRできる機会には、そういうものもきちんと出しております。機会を捉えて、消費者庁の取組なりを、例えば国内の業界の集まりとかで紹介してくださいという講演やプレゼンの依頼などが来たときは、子ども安全メールでの取組なども紹介しております。

○藤田座長代理 ありがとうございます。

○山本座長 そのほかにいかがでしょうか。

では、まず、西田委員からお願いします。

○西田委員 今、子ども安全メールの話が出たので、これは私も登録していて、大体1週間に1回来ますかね。1週間に1回ぐらい届くようになっています。

先ほど、新聞等でどれぐらい取り上げられたということで周知の評価をしているという話だったのですけれども、どこまでリーチしているかという評価はすごく大事だなと思っていて、例えばこの子ども安全メールで言うと3万件ということなので、子どもは年

間100万人生まれる。対象年齢はどれぐらいなのですかね。6歳以下だとすると600万人ですかね。そのうちの3万ということなので、カバーしている率が非常に課題かなと思っています。

子ども安全メールはこれでいいと思うのですけれども、今後も何かリーチする必要がある場合に、現状の方法では不十分ではないかと思うので、いろいろな手当てを考える必要があると思います。これは、消費者庁だけでやるという意味ではなく、伝わるような手段を考えていく必要があるのではないかと思います。

○山本座長 今の点ですか。お願いします。

○大森委員 割り込んで済みません。

子ども安全メールは私も登録してしまして、子供を持たれるお母さんとか、子供を持つお母さんをサポートしているグループとかに安全の講座をやったときは必ず紹介して、QRコードとかで簡単にスマホで登録できるので、そこで、いや知っていますというのを聞いたことがないのです。みんな直ちに登録されるのです。

なので、消費者庁の広報のルートとは別の、保健所とかそういうルートでPRしていく必要があるのではないかと思うのです。母子手帳をもらったお母さんとか、1歳児健診のお母さんとか、そういうところでPRするほうがいいのではないかなと。広報の仕方が、消費者庁のルートではなかなか必要などころに伝わっていないのではないかと思います。

○山本座長 何かございますか。

○消費者庁消費者安全課野田課長 先ず、子ども安全メールのPR等、ありがとうございます。

御指摘の点は確かに我々も感じております。特に子供の安全につきましては、単にPRというところだけではなくて、いろいろ関係してくる省庁も多いものですから、去年から関係省庁との連携体制を子供の安全については進めていきたいと思います。ということで事務レベルで取り組んでおります。そういうところでもお願いもしながら、厚労省など他省庁等の協力も得ながら、我々としては子ども安全メールの周知に努めてまいりたいと思います。

○山本座長 それでは、お願いします。

○河上委員長 消費者委員会でも前にリコール情報の周知の方法ということで建議をしたことがあり、その際、普通に知らせただけでは通知が伝わらないことが話題になりました。それで、考えられるのは、販売網を逆流させて顧客にリコール情報を伝えるというような形を考えました。また昨今では、ターゲティング広告みたいにして広告ができるわけですから、ターゲティング事故情報通知を考えて、特定の階層とか顧客層にターゲットを合わせて情報を発信するというふうに少し工夫をしないと、単に新聞に載せるとか、関係機関での連絡会議で紙を配布して通知をするというような一般的なやり方では、最後まで伝わらないのではないかと思うのです。

ですから、せっかくの情報発信なので、その情報発信の仕方を、逆に普通の広告などの手法を利用してターゲットを絞った形で展開するような工夫があってもいいのではないか

という気がします。確かに、子ども安全メールは一つのいい方法だと思いますが。

○山本座長 何かございますか。

○消費者庁消費者安全課野田課長 今回の委員長のお話は、子ども安全メールの周知のお話でしょうか。いわゆる注意喚起情報のほうなのでしょうか。

○河上委員長 一般的注意喚起情報の話です。

○消費者庁消費者安全課野田課長 委員長の御指摘は、具体的な消費者が目にするようなところ、あるいは消費者の方が直接接するようなところからも情報発信をということなのですけれども、我々もおっしゃるとおりだと思います。最近の具体的な例ですと、ゼロ歳児の就寝時の窒息死の場合は、うつ伏せになって顔が布団に埋まって窒息することもあるから、硬めの敷き布団がいいとか、あるいはあおむけになっていても、かけ布団がかぶさったときに子供の力ではねのけられるような軽いかけ布団がいいとか、そういうところも大事なポイントでしたので、たしか寝具の販売をされている団体とかにも周知の依頼をいたしました。

それで具体的にどのように現場に届いているかは、フォローしていないのですが、そういう取組は我々も考えて進めてまいりたいと思います。

○山本座長 今、情報の伝え方の話がテーマになっていますけれども、その点について何か他にございますか。

お願いします。

○藤田座長代理 年齢とか生活スタイルによって、恐らく情報を得ているところがすごく多様化していると思うのです。なので、もちろん新聞からメインに得られている方もおられると思うのですけれども、ネットニュースであったり、ネットニュースの中でもまとめサイトみたいなものでないと全然見ていないとか、いろいろなチャンネルが多様化していると思うので、恐らく逆側、チャンネル側にどういう人たちが張りついて情報を得ているのかということから分析して、効果の高そうなところから情報を流すみたいなことをやっていければ、結構効果が上がるのではないかと思いますけれども、いかがでしょうか。

○山本座長 何かコメントありますか。あるいは、むしろこれからここで議論しなくてはいけないテーマなのかもしれません。

○消費者庁消費者安全課野田課長 メディアの方には、消費者庁は記者会見を通じていつも発信することとなっています。メディアのネットニュースでどうプレゼンスを高めるか、我々がビジブルなのかということところは、まだこれから検討すべき課題かと思います。

○山本座長 そのほかに。

まず、市瀬委員からお願いします。

○市瀬委員 今回の情報の末端への通知に関してなのですけれども、ちょうど昨年12月に「店舗・商業施設で買い物中の転倒事故に注意しましょう」という注意喚起がなされていますが、例えばこういったものと、店舗にポスターか何かを貼って注意を促すというのが基本になるかと思うのです。そういったときにニュースリリースを出すだけではなくて、

例えばすぐに事業者が印刷して張れるようなポスターとか、そういったものまでこちらで準備をしてやると、より効果的に伝わるようになるかと思うのですが、そういった取組は、どのような形になっているのでしょうか。

○消費者庁消費者安全課野田課長 店舗のほうは、たしか小売系の商業施設の団体に周知を依頼したのですが、ポスターまでは確かにやっておりました。過去の例ですと、昨年度か一昨年度に子供の歯ブラシが口に刺さる事故の防止の注意喚起では、ポスターを作って配布しておりますので、そういうことも全くやっていないということではないのですが、いつでも必ずやっているということでもないで、そのようなことも考えてまいりたいと思います。

○市瀬委員 多分、末端の事業者とかで、情報を通知するような立場になって考えると、例えばポスター一枚作るといっても結構大変だと思います。ポスターはいろいろなところで使われることになると思うので、そういう情報を発信するときに、ポスター案を作るなど、事業者が容易に情報を使えることを考慮して発信するといったかと思います。

○消費者庁消費者安全課野田課長 ありがとうございます。

○山本座長 今の点でしょうか。それでは、お願いします。

○大森委員 テレビでも広報していただいているようで、テレビというのは非常に効果的でいいかと思うのですが、兵庫県などの場合は行政の時間みたいな3分がお昼前か何かにあるのですが、そういうのをわざわざなかなか見ないし、そういうチャンネルになっても、これはおもしろくないからと、他に変わったりする機会が多いので、例えば子供事故に関しては子供の見る番組の直後とか、高齢者でしたら朝の連続テレビドラマの直後とか、このターゲットの人だったらここで見るだろうというところに、ちょっとお手間でお金もかかるでしょうけれども、そうしないと余り効果が上がらないのではないかという気をいつも感じています。

○山本座長 それでは、お願いします。

○長田委員 今、消費者庁がいらっしゃっているので、ずっと消費者庁への質問なのだと思うのですが、いわゆる注意喚起とかリコール情報の届け方というのは、消費者庁だけではなく、言えば国民生活センターも国民生活センターとしての発信もしていらっしゃるし、経済産業省やNITEもやっけていらして、それを総合的に見ないと、まるで何も他の発信ができていないようにもずっと伺っていて聞こえるのです。

先ほどの流通事業者の利用の仕方などは、例えば今は会員カードみたいなものでお買い物をした方の履歴が残っている場合は、そのものがリコールになったときには、それがポップでお客様にお知らせができる仕組みとかも大分できてきていますし、今、全体に何が行われているのかを、もう少し幅広に見たほうがいいのかなと。

NITEも国民生活センターも、最近の記者発表はみんな映像資料とか実物を見せる形で、テレビや何かに載りやすいようにという工夫もすごくしていらっしゃると思いました。

○山本座長 ありがとうございます。

お願いします。どうぞ。

○相澤委員 関連して、事故情報データベースの中には事故の発生状況、原因等が書いてあるわけですが、ニュースリリースの文書の中には、予防する方法や事故に遭った人が具体的に何をしたらよいかという情報も含まれています。これらの情報の統合といったことについてはいかがでしょうか。

ニュースリリースがデータベース化されているかどうかは存じ上げないのですが、例えばあるニュースリリースに該当する事故が事故データベースシステムの中のどの事故だというリンクの設定があると、有用ではないかと思いました。

○山本座長 その点で現状はいかがなのでしょう。

○消費者庁消費者安全課野田課長 現状で申し上げますと、この事故情報データベースに出ている事故の一件一件、例えば平成27年10月何日、スーパーの床で転倒したというのがあったら、平成28年12月7日、注意喚起でホームページのここを参照というように結びつけるようなことができないかというお話ですね。

我々は、注意喚起は注意喚起でいろいろ事故の情報とかも当然参照しながらやっているのですが、余りそういう発想はなかったところでございます。

○山本座長 よろしいですか。

そのほかにございますでしょうか。あるいは他のテーマでも構いません。

どうぞ。

○村田委員 簡単な質問なのですが、定期公表のところでアクセス数を調べていらっしゃるのですが、これはたまたまこのときだけ調べたものなのか、それとも定期的に調べているのかをお伺いしたくて、その理由は、3つの公表のうち3番目の消費生活用製品の重大製品事故に係る公表だけがある程度アクセス数が多いので、この傾向がいつもそういうものなのかをお伺いしたいと思います。

○消費者庁消費者安全課野田課長 今回の御質問に関しましては、にわかにはお答えできないというのが正直なところでございます。システムとか機械そのものにはアクセスの痕跡といいますか、記録自体はあるのですが、定期公表はアクセスされる方がいてもなくてもやるもので、アクセス何件を目指そうとかいうことでやっていないので、アクセス数を調べるという意識ではやっていないということが1つ。

今回の資料もシステムの担当に、今回の資料2-1のためにイメージが湧くよう、公表後1週間のアクセスで、毎回1週間分のアクセスをとるのは量的に大変で間に合わない、直近がいろいろということで、12月1日、2日から一週間で、御参考になればということで出させていただきました。通年で見たらどうなのだとか、あるいは12月1日、2日の内容の影響があるのではないかと、他と比べて多いか少ないかと、そういう点につきましては、我々も精査しておりませんし、すぐにはお答えできません。

○長田委員 ②と③では全然公表の量が違いますね。消費者安全法の非重大事故等の公表の件数と、③のところは事故情報の数が断然違うと思うのです。



○消費者庁消費者安全課野田課長 資料2-1の4ページと5ページを見て下さい。4ページは非重大事故、5ページは重大製品事故一覧が出ています。件数で見たら②が多いですけれども、②は情報のポイントをかなり絞っていますが、③は事故内容も紹介があります。そのような内容の違いで、アクセス件数に差が出ているかもしれませんが、我々もまだ自信を持ってお答えできる状況ではございません。

○山本座長 よろしいですか。

○村田委員 このアクセス数の解析というのは、かなり手軽にできるのかと思っていたのですが、これによってどういうルートで参照してきた人なのかとか、例えばこの3つの中で3番目がこのとき多かったのはどういう理由なのか分かると、情報発信の評価とか促進にもっとつなげるための情報として、かなり有効なのではないかと考えています。機会があれば、ぜひこのアクセス数も分析していただければと思います。

○山本座長 今の点、あるいは関連する点、ございますでしょうか。その他の点でも結構ですけれども、いかがでしょうか。

前回、この懇談会で少し出た意見といいますか、質問があったのですが、消費者安全に関していろいろな行政機関、これは国の行政機関であったり、あるいは地方公共団体であったり、他の研究機関ということもあるかもしれませんが、そういうところでいろいろな調査研究が行われている。それらをアーカイブするといいますか、把握して情報を取り出せるようになっているのか、あるいはそういう可能性があるのかといった御意見ないしは質問があったと思うのですが、その点は現状どうなっているのでしょうか。

○消費者庁消費者安全課野田課長 我々も消費者行政部局に注意喚起の情報を流して周知依頼することは一生懸命だったのですが、逆に自治体のほうの取組を把握するとか、そこから勉強させていただくというところは、率直に言って余りやってこなかったところがあります。前の懇談会の意見では、情報自体の共有やアーカイブ化というお話がありましたので、何ができるかは考えてまいりたいと思います。

○山本座長 現状が適切だとか適切でない、あるいは十分だとか十分でないという評価をする意図で今のように申し上げた訳ではなくて、技術的にそういうことを進めていくためのサポートができるのか、どれぐらいできるのかといったことを、ここでさらに検討を深めていく必要があるかなと、そういうつもりで申し上げましたので、今のお答えで、現状はそういうことであるということ承りました。

そのほかいかがでしょうか。

もう一つ、今の話の流れと少し関係があるのですが、先ほど子ども安全メールの話がありまして、これは大変いい取組だと思います。前回も、子供ともう一つ高齢者の話が少し出まして、高齢者のことを考えますと、恐らく子供よりもなかなか原因分析とかが難しい部分があるのかなと想像するのです。今、いろいろ取り組まれていて、特に事故の原因分析であるとかが難しいと。何か情報技術を使って、もう少し原因分析等を一步進められる部分があるのではないかとお感じになっている分野はございますか。原因までいかなくて

も、事故の全体の傾向を読んでいって、こういったことを注意喚起すればいいのではないかと、積極的に事故予防のための広報をしていくテーマを選択するとか、そういうことに関して、今この分野では非常にそれがよくできているのだけれども、この分野ではなかなか難しいと感じておられるようなことがもしあれば、お聞かせ願いたいのです。

○消費者庁消費者安全課野田課長 事故の原因分析なりテーマの選定は確かなかなか難しいところで、本当に多種多様な事故の情報が入ってまいります。ありとあらゆる事項について全部注意喚起をやるというのはなかなか難しい話で、そこの選択をどうするのかということも、なかなか難しいです。

今は我々に来ている情報で、例えば同じような製品で過去、データベースに入っているものがあるのか、ないのかとか、そのようなチェックはやっておりますが、この間の懇談会とかでお話が出たように、いろいろな観点から技術的な分析を進めるところについては、まだ我々もこれからかなという感じでございます。

○山本座長 そのほかにいかがでしょうか。

お願いします。

○藤田座長代理 プレスリリースの記者発表のところを見ているのですけれども、内容を見ると、こういう事故が多数起きていますという事実ベースのお知らせがメインになっているのかなと感じるところがあるのですけれども、今、言われていたような分析の話は、こういうプレスリリースに載っかって情報として提供されることは余りなかったりしますか。

○山本座長 お願いします。

○消費者庁消費者安全課野田課長 まず、具体的な事故があってプレスリリースに至っているのかというと、必ずしもそうでない場合もあります。一番分かりやすい例で言うと7月27日の「ポケモンGOに関する注意喚起」は、「ポケモンGO」が日本で発売されて1週間ぐらい後だったのです。海外でいろいろな話があって広く関心を呼び起こしましたので、まずは歩きながらとか、いわゆる「ながら」でやるのはやめましょうという注意喚起をやりました。

10月27日の電動アシスト自転車なども、これは警察のほうで道交法の基準に適合しない電動アシスト自転車の公表があって、我々もそのうちの幾つかについてはリコール情報があったものですから、事故に遭う前に警察の公表した事実と我々の持っている事実とをあわせて、このような形で注意喚起したということで、必ずしも事故があつてという話ではありません。

分析については、直近の12月7日の店舗・商業施設での買い物中の転倒事故の場合は、たしか我々の持っている事故情報を見ると、どうもこういう場所で、例えば床が濡れたところで起きているようですとか、どちらかというとお年を召した方は重症化することがあるみたいですか、そのような話とあわせてプレスリリースに盛り込んでお伝えしています。

それが今の藤田先生の言われた分析を盛り込んだというレベルの話かどうかは別として、一応分かった内容については、具体的な注意喚起のメッセージとあわせて、なるべく紹介するよう努めているところでございます。

○藤田座長代理 それについて、もうちょっとお伺いしたいのですが、何か製品とか施設の中での話とかで、原因が次第に明らかになっていくというフェーズを踏むトラブルもあると思うのです。そういうときは、そういうタイミングでニュースリリースを、同じ事象に対してなのではございますけれども、分析の状態だったり原因究明の状態が変わってきていますよみたいなニュースリリースの仕方はされていたりしますか。要は状態がどんどん変化していくので、それに追いかけるような形でやっていくみたいなことです。

○山本座長 いかがでしょうか。

○消費者庁消費者安全課野田課長 そこにつきましては、注意喚起をする場合は、原因をどう考えるかというところは確かにあるのですが、具体的に何をしたらいいのか、あるいは何をしない方がいいかということになるべく分かりやすく出すことを考えていまして、例えば原因分析の結果とメッセージがストレートにリンクする場合だと、今、委員がおっしゃったように、メッセージ自体を修正していくようなことも考えられるのですが、実務的な観点からすると、そのところがはっきりしない間は、むしろメッセージ自体を抑制的にするというほうに判断することもあり得るのかと思います。

最近の例で、原因分析が進行すると同時にメッセージを変えていっているようなものはなかったです。

○山本座長 いかがですか。さらにはございますか。

○藤田座長代理 いえ、大体状況は。

○山本座長 分かりました。

そのほかいかがでしょうか。

お願いします。

○市瀬委員 今、事故情報データベースシステムの画面を見ると、注目事故情報という形で幾つか表示があるのでございますけれども、こういったものは多分、データを分析して、その結果、これが注目すべきだという形で出しているのかと思うのですが、現状でこういったデータ分析がなされているのかという概要を。参考資料4の別添5に事故情報データベースシステムのウェブページの画面があります。

○山本座長 お願いします。

○消費者庁消費者安全課野田課長 注目事故情報リストはそこにあるように、要は「高齢者の事故情報リスト」「充電器の事故情報リスト」「自転車の事故情報リスト」「保育施設の事故情報リスト」という形で出ています。今、資料2-1の6ページの事故情報データベースシステムのホームページ上の絵を見ながら説明しておりますけれども、ここに書いてある4つのキーワード、ジャンルといいますか、4つずつですね。「延長コード」「電気ストーブ」「扇風機」「タンス」、「高齢者」「充電器」「自転車」「保育施設」ですね。ここをど

う選ぶかは、担当者が事故の入ってくる様子などを見ながら選んでおります。「高齢者」「充電器」「自転車」「保育施設」というところも同じでございます。

この選び方は、例えばこういうものから優先的に4つとかそういうことではなくて、中でいろいろ日々見ている担当者の考えで、動きが目立つようなものだとか、そういったものを見て、トップページの見出しを作って、そこに当てはまるものを貼りつけていくという作業をやっているところでございます。

○山本座長 いかがでしょうか。

市瀬委員の御専門の分野かと思うのですが、よろしいですか。

○市瀬委員 そうということだと、割と担当者の今までの経験とか知識に基づいて選択されているということで、体系的に何か調べる手法があって、こういう基準を満たすとここに載せようとか、そのような形ではなっていないということでしょうか。

○消費者庁消費者安全課野田課長 そこは、例えばこのような基準で上位4つ、あるいはこういう基準に当てはまれば4つと言わず5つでも6つでもとか、そういった選び方ではありません。

○山本座長 どうぞ。

○河上委員長 事故の発生する原因の問題なのですけれども、例えば物の性状とか欠陥に起因するという単純な欠陥商品の場合だと、そんなに難しくはないような気がするのですが、これに例えば利用者の利用の仕方のミスであるとか、あるいはそのものの使い方についての説明書の情報の提供の仕方が不十分であったとか、いろいろな原因が融合して、最終的に重大事故につながっているような融合型の事故が結構多いのではないかと推測するのです。

こういう場合に事故を分類・整理していく場合に、原因についてのウエートのかけ方といいますか、どういうことが原因でこういうことが起きたのだと判断をする際に、融合型の場合はどういう処理の仕方を考えていらっしゃるのかを教えていただければと思います。

○山本座長 いかがでしょうか。

○消費者庁消費者安全課野田課長 消費者安全法の場合は、第2条の定義の規定で、「この法律において消費者事故等とは、次に掲げる事故又は事態をいう。」という定義があって、当然それが情報の収集とか公表の対象です。消費者事故等とは、次に掲げる事故または事態をいうということで、第2条第5項第1号を紹介しますが、「事業者がその事業として供給する商品若しくは製品、事業者がその事業のために提供し若しくは利用に供する物品、施設若しくは工作物又は事業者がその事業として若しくはその事業のために提供する役務の消費者による使用等に伴い生じた事故であって、消費者の生命又は身体について政令で定める程度の被害が発生したもの」です。使用等に伴い生じた事故で、消費者の生命又は身体について定める程度の被害が発生したものという事故なのですが、ここで最後に括弧書きがございまして、その事故に係る商品等または役務が、「商品等」というのは先ほど言った商品、製品、物品の商品等なのですけれども、消費安全性を欠くことにより生じたも

のでないことが明らかであるものを除くという規定になっていまして、事故が起きたとして、消費安全性を欠いたから生じた事故ではないことが明らかであれば、使用に伴い生じた事故で生命又は身体に被害が発生したものであっても、消費者事故にカウントしないのです。

ただ、消費安全性とは何かというと、商品等が通常有すべき安全性ということで、その判断に当たっては、今、委員長が言われたような、具体的な使用の在り方はどうだったのか、使用の前にどのような表示をしていたのかとか、そのようなことも考慮します。

実務上は、いただいた事故の情報を見て、これはどうもこちらの括弧の場合であることが明らかであろうというものは除いているのです。明らかであるとは言えないものについては、それは一応事故として扱って、収集して、公表しています。

ですので、今、委員長の言われたような話は、結局、個別の事故そのものについて一つ一つ判断していくことが必要になればやるのですけれども、日常の公表のところでは、消費安全性が欠けることにより生じたものでないなら除いています。どちらだろうなというものの場合は、公表されています。

○山本座長 いかがですか。

○河上委員長 明らかでないもののほうが圧倒的に多いと思うのです。例えば延長コードから発火した場合でも、その延長コードがどのぐらいの電圧にだったら耐えられるかとか、使用方法がきちんと守られていれば延長コードから発火することはなかったという場合と、そうではなくて、ただ単にそこに放っておいただけでも延長コードが燃えたという話とは、やはり違ってきますね。その辺の事故の発生に対する原因の寄与度というか、それが情報の不足とか説明不足、あるいは消費者の利用方法についての間違いがかなり大きかったのか、それとも、そもそも物自身が通常有すべき安全性を欠いていたことが原因だったのかということが、いろいろ分かれてくる可能性があると思うのです。

○消費者庁消費者安全課野田課長 延長コードですと、消費生活用品の事故に該当することもありまして、こちらのほうでは、事故の報告があると、経産大臣がNITEによる調査を命じて、NITEで調査することになるので、今、委員長が言われたような観点での調査は、NITEのほうでされることになると思います。

○山本座長 ありがとうございます。

そろそろ時間ですので、この辺にしたいと思いますけれども、本日は消費者庁から、前回の委員会で出ましたいろいろな質問に対してお答えいただきまして、さらに現在の消費者庁の抱えている課題のようなものもお話しただけのものと思います。

私たちも、まだこれからいろいろ研究をしながら、さらに新たな課題を具体的に示していくという段階でして、漠然とした一般的な質問が多くてお答えにくいところも多々あったのではないかと思いますけれども、今後とも私たちがいろいろ検討していく中で、さらに具体的にこういうところはどうなっているのだろうかというような質問が新たにまた出てくることもあるかと思いますので、今後とも消費者庁には御協力をいただければと思いま

す。

それでは、これで消費者庁に対する質問等は終了したいと思います。お忙しいところを審議に御協力いただきまして、どうもありがとうございました。

○消費者庁消費者安全課野田課長 座長、ありがとうございました。

我々で御説明できることがあれば、またいつでもお尋ねいただければと思います。今日はどうもありがとうございました。

#### 《 4. 事故情報の分析の試行 》

○山本座長 よろしくお願ひいたします。

続きましての議題は、「事故情報の分析の試行」についてです。

本専門調査会では、委員の皆様には事故情報データベースに登録されているデータを御覧いただき、各委員の専門とする分析技術を活用した分析をお願いしております。

本日は、委員の皆様から分析の目的や分析を行う分野などについて御説明をいただきまして、その後、議論をさせていただきたいと思います。時間の関係で大変申し訳ございませんが、5分程度で御説明をお願いしたいと思います。

それでは、相澤委員からお願いします。

○相澤委員 それでは、資料3-1の1ページ目の「事故情報の分析の試行について」に基づき、簡単に御説明をさせていただきます。

私の専門は、言語の処理、文章の解析といったことですので、そういった観点からデータを眺めてまとめさせていただきました。一口に言ってしまえば、言語処理、テキスト解析技術というのは、縁の下の処理ということになります。その目的は、文、あるいは文章間にある情報をつなぐということです。ですので、言語解析技術を使う場合には単独ではなく、例えば統計分析が可能な形にデータを整備する、テキストマイニング、あるいは知識獲得がやりやすいようにデータを処理するといったような、処理モジュール同士をつなぐような形で検討ができればよいのではないかと考えております。

そのベースになるのは、やはり辞書ですとかシソーラス、オントロジーといったもの、そしてそれに基づく情報獲得技術だと考えています。ということを目的あるいは技術、成果欄に記載しています。

分野については、今のところはデータベース全体を想定しています。この資料を作成するに当たりまして、1年間分だけデータを実際に拝見いたしました。語の頻度分布をとって感じたのは、いわゆるべき則、大体の言語データはそうなるのですけれども、頻度高く生じる事故は頻繁に生じていて、その後に、ばらばらと長い多様なものがつながるということになっています。

それを考えますと、大きなトピック、よく起こる事故にフォーカスをするのか、あるいはレアケースを重要だと考えるのかというのが一つの注目点になるかもしれません。アプ

ローチ、システムの作り方も全くこの2つで同じという訳にはいかないと思います。ですので、そのあたりを皆様の御意見ですとかニーズ等をお伺いして、この委員会で勉強させていただければと考えています。

以上です。

○山本座長 ありがとうございます。

それでは、市瀬委員からお願いします。

○市瀬委員 市瀬です。私のほうで作った資料3-2をもとに「事故情報の分析の試行について」、説明させていただきたいと思います。

私のほうは、知識処理、機械学習を専門としておりますので、事故情報データバンクに登録されている情報に関して、機械学習技術を応用した分析を行うことによって、事故の傾向を把握する。そのための分析手法に関して検証を行っていきたいと考えております。

分析する事故の分野ですけれども、事故はかなり様々な形態がありまして、いろいろなところにフォーカスして分析をするということも考えたのですけれども、その中で、やはり頻発する事故に関して少し調査をしてみようと考えております。類似する事故が繰り返し起こるということは、前回の懇談会でも指摘されておりまして、例えば学校において児童生徒が天窓から転落するといった事故が継続的に発生しているとか、あとはレーシック手術に関しても危害が発生するというのが継続的に報告されています。そういった事故が頻繁に繰り返されるというところは、どのような傾向があるのかといったようなものも分析の対象としたいと考えております。

分析において活用する技術になりますが、分析においては、機械学習を中心に利用しようと考えております。機械学習というのは、多くのデータに共通する特性を発見するというような特徴があります。そのため、機械学習を利用すると、類似した事故に対して、事故の傾向がある程度把握できるのではないかと考えております。

期待される成果としましては、頻繁に起こる類似した事故、繰り返し起こる類似した事故、こういったものが早期に発見されることによって何らかの対応が可能になったりすることが考えられますし、従来把握が難しかったような事故の特性も何らかの形で導き出せるのではないかと考えて、このようなことをこの委員会でやりたいと考えております。

以上です。

○山本座長 それでは、西田委員、お願いします。

○西田委員 資料3-3で御説明したいと思うのですけれども、私の場合は少し出口側というか、製品改善に役に立つような情報が出せるかとか、効果評価ができそうかどうかという観点で分析してみたいと思っています。

長らく子供の事故をやってきたところもあるので、データを拝見したところ、事故が子供が関係したものか高齢者が関係したのかという情報がどうもとれそうだとことが分かってきたので、子供、高齢者、あと製品改善という観点から分析してみたいと思っています。

分析手法は、特に我々が強いというものはないのですけれども、テキストマイニングを使って分析してみたいと思っています。

拝見したところ、年齢の情報が入っていなかったのですが、年齢情報は除いてあるのですか。

○友行企画官 後からまた別途お持ちすることになっておりまして、それは入ったデータをお渡しします。

○西田委員 一応、子供と高齢者、文章から読み取れそうではあったのですけれども、年齢があったほうが早いなと思ったので、そうしていただけるといいかなと思っています。

それから、重症の情報が入ってまして、1カ月以上とか、軽症とか、我々の手法で重症事故と軽症事故を比較することで、重症に特異な要因を見つけてみるということをやろうとしているところがありまして、重症と軽症の比較分析によって、何が重症に至らしめるのかという要因を探るようなこともトライしてみたいと思っています。

効果評価に関しては、トレンド分析、経年変化が出せるといいかなということで、それもトライしてみたいと思っています。そのあたり、製品にかかわる事故、重症・軽症の比較分析、トレンド分析などをトライしてみたいと思っています。

ありがとうございました。

○山本座長 それでは、藤田委員、お願いします。

○藤田座長代理 それでは、資料3-4でお願いします。

まず目的ですけれども、事故情報のデータバンクとそこに登録されている情報です。これを先ほどから議論になっていきますけれども、利用方法に関して、情報の経路、そういうものを分析して、システム全体で情報がどのように加工されて、利用されていくのかというところを明らかにしたいと思っています。それは、先ほど来いろいろ議論がありましたけれども、いろいろなターゲットの人によって利用の仕方とか適用の仕方は変わってくるだろうと考えています。なので、消費者とか事業者を情報利用者とここでは言っているのですけれども、そういう人たちが配布される情報を十分に活用できるように何か改善点が提案できるといいなと思っています。

分野については、特定のものということよりは、むしろ事故の分類等によって、同じ当事者でも関心のあるものとないものみたいなものがセグメントとして分かれてきますので、そういうところをもうちょっと細分化してできるようなことを考えたいと思っています。

手法については、私はシステムの専門なので、システムのモデル化の手法と、少し消費者の立場でどのような仕組みあるいは情報の内容にしておけばうまく使えるのかみたいなところの種出しのようなことをやっていかないとなかなか見えてこないと思いますので、それについては思考展開法を使って、グループワークみたいな感じなのですけれども、そういうものを通して明らかにできたらなと思っています。できれば何人か御参加いただいて、それでワークショップのような形で、どのようにしておけば情報をうまく活用できるのかということをはっきりとできたらなと思っています。



期待される成果については、先ほど来、消費者庁のほうで言われていたシステムをどのように改善すればもっと効果が出るのかというところにリーチできたらいいなと思っております。

以上です。

○山本座長 それでは、村田委員、お願いします。

○村田委員 私のほうからは、資料3-5の内容について説明したいと思います。

私はふだん調査を実施して、統計を作成してというようなことを行っていて、そういう観点で見ますと、現在の事故情報データバンクでも、検索、集計、集計したものをグラフ化という機能がついているのですが、そこをもう少し進めていきたいという観点で考えています。

現在の事故情報データバンクの内容を1年分ほど拝見したのですが、入っているデータはかなり異質なものがまとめられているというか、一括して入っている状態にして、異質なものをまとめて集計するとか分析するのはかなり大変なのではないかなという点を感じています。これから単純に集計表を作るといったことであっても、異質なものをまとめていくとか、同質なものにそろえていくといった観点で項目とか分類をある程度標準化できないかといったことを検証していきたいと思っています。

お借りしているデータと事故情報データバンクで、ホームページで国民向けに公表されているものなのですが、それを見比べていきますと、うまく表示されていない、検索とかに使われていない部分とかもありますし、大変貴重な情報がデータのほうには入っているのに、それが消費者には伝わっていないのではないかと。特に消費者の申し出に基づく情報と、事業者からの報告は全く異質なデータという形で、恐らくこの両者は必要としているデータというか、公開の方法ですね。利用方法とかも全く異なるのではないかと印象を受けていますので、その辺を踏まえて、ある程度の標準化などができればと思っています。

○山本座長 ありがとうございます。

それでは、ただ今の各委員の御説明の内容につきまして、御意見あるいは御質問のある方はお願いいたします。それぞれの専門分野の御知見をお持ちですので、相互にこういうこともどう考えるのだろうかというような御指摘あるいは御意見があればいただきたいと思っておりますし、また、私のようにおよそ専門から情報技術のことは何も分からないという人も、こういうことはどうなのだろうかといった素朴な質問とか御意見をお互いに交換できればと思いますけれども、いかがでしょうか。

お願いします。

○相澤委員 まず確認ですけれども、これは各委員が全く独立に進めていくのでしょうか。進め方として調査は独立でやるのか、何らかの時点で情報交換をお互いにするのか等、方針をお伺いできればと思います。

○山本座長 何か事務局から考えていることはございますか。

○友行企画官 基本的にはそれぞれ御専門の先生方をお願いしていますので、個々に独立するようなイメージでしたのですけれども、もし連携等の必要があるということであれば、またそこは御相談させていただければと思います。基本的には、それぞれ御専門がかぶらないような形で委員の方になっていただいたようなところもございますので、独立でもいけるのかなと思っておりましたが、私も素人なので、実際にお話を伺って、組み合わせたり協力したりというほうがうまくいくということであれば、そこは御相談させていただければと思います。

○山本座長 何か相澤委員から要望とかアイデアはございますか。

○相澤委員 まだそれほど具体的には考えていないのですけれども、何となくこの手の解析はパイプライン処理になっていまして、あるコンポーネントが処理した結果を次のコンポーネントが受け取るというイメージを私は持っております。それぞれの専門家が独立にやってしまうと、無駄な作業が発生したり、あとでまとめるのが大変になったりするのはないかと、若干その点だけ気になった次第です。

○山本座長 他の委員の方はいかがですか。

どうぞ。

○市瀬委員 割とこういったデータや何かで定番というか、そういったような処理はありまして、例えば言語などを解析するものと、書いてある言葉から名詞を取り出すとか、ほぼ決まったようなパターンみたいなものがあるので、そういったところは多分どの委員もやると思いますので、何か共通するようなどころがあるようでしたら、共有したりしたほうが、お互いに自分の専門のところに注力できるのかなという気がします。

○山本座長 他の委員の方はいかがですか。

お願いします。

○藤田座長代理 多分、数回でいいと思うのですけれども、独立にやられたものを一緒に出し合う場を数回設けていただけるとすごくありがたいなと思っています。分析そのものの御専門の方が多いのですけれども、それぞれ分析手法は多分特徴があったりしますので、それでこのデータベースの中で何が分析できたのかということは、システム全体で考えるときにもすごく情報として有益なので、できればそういう情報共有を途中で何回かやっていただけるとありがたいと思います。

○山本座長 私も、専門外ですので、どういう形で研究が行われるかということは余り詳しくはございませんけれども、やはり集まるとか、あるいはメール等で情報交換をすることか、適宜そういった形でうまく連携をとり、あるいは分担をしながら進めていくということで、もちろん成果はこの場に出すことにはなりますけれども、恐らくそのプロセスでは、お互いに意見交換をすることかいったことが非公式な形でないと、なかなか研究が進んでいかない気がいたしますので、そこは消費者委員会のほうで場を設けていただく。あるいはそこまでしなくても、さらにインフォーマルな形でお集まりいただいて、あるいはメール等で意見交換をしていただいてという形で進めていくことになるのではないかと思います。

○友行企画官 ちょっと検討したいと思います。

○山本座長 そのほか、いかがでしょうか。

お願いします。

○西田委員 相澤先生から先ほどお話があった辞書というか、ああいうものはすごく大事だと思うのです。それで、ちょっと前にお話ししたのですけれども、国民生活センターか消費者庁が何かそういう分類の辞書をお持ちのはずで、たしか私の記憶だと、大した量ではないですが、900項目ぐらいは決められた項目があって、それで分類しているということを知ったことがあるので、ああいうものを出してもらえるといいのかなとは思ったのです。典型的にやっているものが900だったか、数は忘れてしまったのですけれども。

○友行企画官 確認してみます。

○西田委員 あるのは事実で、以前に出してと言ったら出してくれなかったのですが、今回は、出してもらえるといいかなと思います。

○山本座長 では、それは事務局のほうで検討してください。

○友行企画官 分かりました。

○山本座長 なるべくここでの調査研究がしやすい形で進めることができればと思います。そのほかは。

お願いします。

○藤田座長代理 私のところで、先ほどワークショップというか、グループワークをやりたいなと申し上げたのですけれども、委員の方ないしは事務局の方でメンバーを5～6名ないしは10名ぐらいでもいいのですけれども、構成して、どういう形にすれば情報伝達がうまくいくのかというのを種出ししてまとめるということをやってみたいと思いますので、ぜひ事務局には御協力をお願いいたします。

○山本座長 どういう人がメンバーとしてふさわしいとかはございますか。

○藤田座長代理 できるだけ生活スタイルの違う人がいるほうがよくて、年齢もそうなのですけれども、それから性別もそうですね。

○友行企画官 それは研究者ということではなくて、消費者として、先ほど生活スタイルとかおっしゃっている部分がございますたら、それを把握するためにという。

○藤田座長代理 そうということです。

○友行企画官 分かりました。検討させていただきたいと思います。

○山本座長 では、それは藤田委員と事務局のほうで打ち合わせをしていただいて、どんな形でそれが可能か、検討していただければと思います。

お願いします。

○西田委員 今のはすごくいいなと思うのですけれども、先ほど情報の伝達とか、周知でどれだけリーチしているかがよく分からないというお話が出たと思うのですが、もし予算があれば、そういう調査を少ししてみると、多分ウェブアンケートなども今は3日ぐらいで結果が出るようになってきていると思うのです。例えば周知したはずのことを何項目か聞いて

てみて、届いていますかということをやると、もしくは何で知ったのですかということをやると、どの辺が改善かと見えてくる可能性もあるかなど。多分、コストは安いと思います。

○山本座長 お願いします。

○友行企画官 この場でお約束は難しいかもしれないですけども、ちょっと検討させていただいて、またいろいろ御相談させていただきたいと思います。

○山本座長 それは情報の出し方とか、あるいは情報がどれだけ伝わっているかというのは先ほどもいろいろ御意見が出たところですので、また西田委員と事務局のほうで検討させていただいて、可能であれば、何かお考えいただければありがたいと思います。

○西田委員 むしろこれは藤田さんの研究の役に立つかなと思ったのです。

○藤田座長代理 そうですね。

○山本座長 では、藤田委員も加わって、お願いします。

そのほかございますでしょうか。

○相澤委員 すごく具体的なのですけども、相互協力の具体的なイメージの1つとしてあげさせていただきます。さっとデータを眺めてみて、例えば人のけがをする部位の辞書など、必要となる辞書がピンポイントで決まるところもあると感じています。例えば、それは西田委員のほうで持っておられたりしますでしょうか。

○西田委員 私が持っているものは全部お出しできますので、提供させていただきたいと思います。

○相澤委員 どんなタイプの用語が出ていそうかということ調べて、お聞きすればということですか。

○西田委員 基本、疾病はICD10という医療の分野で世界的に決められているコード体系があります。

○相澤委員 多言語ですか。つまり、英語もあるといいなど。

○西田委員 英語はあります。日本語もあります。5 cmぐらいの分厚い辞書が出ていたりします。ICDのバージョン10という意味のICD10というコード体系があって、これはネットでも見られるような形になっています。

○相澤委員 ありがとうございます。

○山本座長 今の感じですと、やはり継続的に委員相互間でいろいろ情報共有したり、意見を出し合っていたかかないと多分進んでいかないでしょうね。ですから、メール等で、あるいはお集まりいただいて、今後も継続的にお互いに質問とか意見を出し合っていたほうがよろしいかと思います。

そのほかいかがでしょうか。

お願いします。

○河上委員長 先ほど村田委員からの御指摘は、項目や分類の標準化をしていかないと統計処理などがなかなか難しく、その分類の揺らぎのようなものが、いろいろな処理をす

るときに邪魔になってくるのではないかというふうを受け止めたのですが、これは他の手法で分析をする人にとってみると、むしろ揺らぎがあるほうが内容が豊かになるとか、そういう話なのですか。それとも、前提として、やはりある程度共通した基準で分類ができて、これについてみんなで共通して分析を試みたらどうだろうというふうにしたほうが成果は出やすいものなのですか。

○山本座長 お願いします。

○相澤委員 言語処理の分野では、まさに揺らぎを吸収して一つの概念に対応づけた上で関係を見ていくというのが基本的にやるべきことと受け止めています。それをどうやって無くすかという、その前提には標準、先ほど辞書と申し上げたのはその標準ということなのですけれども、標準化された項目があって、テキストのこの表記はこの項目に対応する異表記、あるいはバリエーションであるというようなことを定義していくということになります。

○河上委員長 そうすると、村田委員の目標と同じ方向を向いているということでしょうか。

○相澤委員 はい。

○山本座長 他にいかがでしょうか。

最初に相澤委員が、頻繁に出てくるものを重点的に取り上げるのか、レアケースを見るのかと言われたのですが、これはもう少しさらに進めていただくと、どういう問題意識なのでしょう。

○相澤委員 レアだけれども見逃せないものというのが重要な場合には、ある程度人手でコストをかけてやる必要があると思います。この分野についてはまだ十分にデータを見たわけではないのですけれども、逆に、よく起きるものについては、市瀬先生がおっしゃっていたような機械学習の適用とか統計的なマイニングが有効なので、ちょっと扱いが異なります。

○山本座長 そのほかにいかがでしょうか。よろしいでしょうか。

それでは、どうもありがとうございました。

先ほどから話に出ていますように、これは継続的に委員相互間でいろいろ情報共有とか、あるいは意見の出し合いとかをしていただかないと多分進んでいかないと思いますので、ぜひそれは事務局のほうで、どのようにそれを進めていくかということを委員の皆さんとお考えいただいて、4月以降の専門調査会でそれぞれの委員の分析の試行の結果を御報告いただくこととなりますね。

○友行企画官 はい。

○山本座長 ということですので、それまで委員の皆様には御苦勞をおかけいたしますけれども、どうかよろしく願いいたします。私もそれぞれの委員の皆様からの授業を聞いてみたいという気が今いろいろ伺ってしまいましたけれども、それは4月以降、いろいろ伺うことができるということで、楽しみにしております。

それでは、本日の議題は以上になります。

何か事務局からございますか。

○友行企画官 特にございません。

## 《 5 . 閉会 》

○山本座長 それでは、本日は、これにて閉会とさせていただきます。お忙しいところをお集まりいただきまして、どうもありがとうございました。