

# 平成 26 ~ 27 年度消費者委員会活動報告

平成 28 年 1 月  
消費者委員会

本報告は、平成 26 年 9 月 1 日から平成 27 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3次消費者委員会後半の活動と今後の課題」	4
<b>第1章 消費者委員会について</b>	
1. 消費者委員会の概要	28
2. 第3次消費者委員会の活動（平成26年9月～平成27年8月）	28
<b>第2章 委員会会合における主な調査審議事項</b>	
1. 消費者基本計画の検証・評価・監視等について	29
（1）消費者基本計画の検証・評価・監視等に係る関係省庁ヒアリング	
（2）消費者基本計画に係る答申について	
2. 消費者委員会からの建議	30
（1）教育・保育施設等における事故情報の収集及び活用に関する建議	
（2）美容医療サービスに係るホームページ及び事前説明・同意に関する建議	
（3）電子マネーに関する消費者問題についての建議	
（4）商業施設内の遊戯施設における消費者安全に関する建議	
3. 消費者委員会からの意見等	33
（1）いわゆる名簿屋等に関する今後検討すべき課題についての意見	
（2）河上委員長発言 - 商品先物取引法施行規則等の改正について -	
（3）河上委員長発言 - ノンアルコール飲料への特保認可について -	
4. 諮問を受けて答申を行った事項	36
（1）特定保健用食品の表示許可に係る答申について	
（2）食品表示基準に係る答申について	
（3）家庭用品品質表示法の告示改正に関する消費者委員会への諮問	
（4）特定商取引法施行令の改正に関する消費者委員会への諮問	
5. 消費者庁からの付議を受けて回答を行った事項	37
（1）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	
（2）関西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	

(3)「東日本電信電話株式会社及び西日本電信電話株式会社の提供する特定電気通信役務の基準料金指数の設定」等に関する消費者委員会の意見

6. 消費者委員会からの建議に関するフォローアップ・・・・・・・・・・ 40
- (1)「クレジットカード取引に関する消費者問題についての建議」のフォローアップ
- (2)「教育・保育施設等における事故情報の収集及び活用に関する建議」のフォローアップ

### 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・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 43
- (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・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 44
3. 公共料金等専門調査会・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 44
- (1) 家庭用電気料金の値上げ認可申請に関する調査会
4. 消費者契約法専門調査会・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 45
5. 特定商取引法専門調査会・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 46
6. 特定保健用食品等の在り方に関する専門調査会・・・・・・・・ 46
7. 食品ワーキング・グループ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 46
8. 消費者行政における新たな官民連携の在り方ワーキング・グループ・・・ 47

### 第4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・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 48
- (1) 消費者問題シンポジウムの開催
- (2) 消費者団体等関係団体との意見交換会の開催
- (3) 要望書・意見書等の受付
- (4) 韓国 OCAP との懇談

2 . 外部への情報発信 . . . . .	49
( 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 ) メールマガジンの配信	
( 5 ) 雑誌等への寄稿	
資料 . . . . .	51

( 余白 )

## 委員長巻頭言

### 「第3次消費者委員会後半の活動と今後の課題」

消費者委員会委員長  
河上 正二

消費者委員会は、内閣総理大臣の下にあって、独立かつ中立の第三者機関として、10名の民間委員によって構成され、政府の消費者政策全般に対して、一定の監視機能と、政府からの諮問に応じて審議の上答申を行う審議会機能を有し、独自に調査建議をなす権限を付与された委員会であり、世界的にも珍しい機能を持った組織である。当委員会は、消費者庁からも独立した比較的自由的な立場にあり、自らの問題意識に基づいて、調査し、消費者目線で、日本の消費者行政全般にわたって問題点がないかを短期・中期に検討し、意見を表明することができる。

今回の報告書の対象期間(平成26年9月から平成27年8月)は、第3次消費者委員会の後半に当たり、前半に増して気ぜわしい1年であった。また、機能性表示食品制度の導入や、消費者契約法・特定商取引法の改正問題など、大きな課題に継続的に取り組むこととなった。最近の消費者問題は極めて多様で、しかも複合的なものであり、広範囲に発生しているため、消費者委員会の果たすべき役割はますます重要度を増しているように思われる。

この時期に発出した建議は4件、意見は5件になる(建議等の具体的内容は、後ほど紹介する)。

委員会の活動に対してはさまざまなご批判もあり、なお不十分な点もあるが、この間、消費者庁・国民生活センターとも連携しつつ、消費者行政の推進や消費者行政の基盤作りに精力的に取り組んできたものと自負している。これまでに、集団的消費者被害回復に係る訴訟手続の仕組みや、消費者安全調査委員会(消費者事故調)の設置、消費者安全法の改定、消費者教育推進法の制定など消費者行政を推進する基本的な枠組みができつつある。しかし、なお、制度運用の担い手の育成や行政機関の執行体制の充実や執行力強化など、その実効性確保・向上などが課題となっている。しかも、全国の消費生活センター等の相談窓口には、約94万件(平成26年度)の消費生活相談が寄せられるなど、その現状は憂慮すべき状態にある。この6月末に平成27年版の「消費者白書」が国会に報告されたが、高齢化の進展や商品・サービスの多様化・複雑化など、消費者を取り巻く環境が変化し、それに伴い消費者トラブルや問題も多様化し、これまでも増して、国の積極的かつ計画的・一体的な施策の実施が必要となっている。環境変化や新た

な課題等に対応した消費者政策を更に推進していくためにも、国を挙げて施策の実施体制を充実・強化し、これまで整備してきた制度を積極的に活用し、真に消費者の利益の擁護・増進が図られるよう一層の成果を挙げていくとともに、新たな課題の解決に向けて今後も不断の努力を続けていく必要がある。

### 【消費者基本計画】

第3期消費者基本計画(以下、「第3期計画」という。)の素案について、消費者委員会では、平成27年1月27日、2月3日にそれぞれ本会議で「地方消費者行政の体制整備の推進等」「高齢者向け住まい」「エステ・美容医療サービスに関する消費者問題」の3つのテーマについて、実施状況や今後の取組等について関係省庁からヒアリングを行った。同時に次期計画素案について、消費者団体ほか関係団体等との意見交換会を行い、その結果その他の意見表明の内容等を踏まえ、意見案を策定した。第3期消費者基本計画については、平成27年3月24日に政府が閣議決定し、4月1日から実施に移されている。

第3期計画は、経済政策と消費者政策を車の両輪として並行して進めていく必要性、高齢化の進行、女性の活躍や高度情報通信社会の進展、消費生活のグローバル化の進展、東日本大震災後の社会・意識の変化など、消費者を取り巻く環境の変化と課題を整理した上で、消費者政策の推進により目指すべき姿として高齢者、障害者、外国人等を含め、我が国の消費者の権利が尊重され、安全な商品・サービスを安心して消費できること、消費者が自主的かつ合理的に選択できる環境を整備することにより、消費の効用・満足度が高められ、一層豊かな消費生活を営めること、消費者一人一人が、自らの消費活動に関する行動が現在と将来の世代にわたって社会経済情勢や地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正で持続可能な社会の形成に積極的に参画すること、の3つを示している。さらに、消費者政策を推進する上で考慮すべき視点として、(1)関係府省庁等が連携し、府省庁等横断的な施策を一体的に推進するほか、行政・消費者・事業者が相互に連携すること、(2)実際に消費が行われ、さまざまな問題が発生する現場である地域の体制や取組を充実させること、(3)規制改革が消費者に与える影響を十分に考慮し、産業の発展と消費者の利益の擁護・増進が両立するよう対応すること、(4)各分野の施策について不断の見直しを行うほか、新たに生じる消費者問題へ機動的に対応することの4つの視点を示している。また、5年間で取り組むべき施策を体系化・構造化し、その内容は、6つの分類に整理され、a.消費者の安全の確保(事故の未然防止、事故等の情報収集・発生・拡大防止、原因究明調査と再発防止、食品の安全性の確保)、b.表示の充実と信頼の確保(景品表示法の普及啓発・厳正な運用など表示の普及・改善、食品表示による適正な情報提供等)、c.適正な取引の実現(法令の厳

正な執行・見直し、取引の適正化、情報通信技術の進展への対応、犯罪の未然防止・取締り等) d. 消費者が主役となって選択・行動できる社会の形成(政策の透明性確保と消費者意見の反映、消費者教育の推進、消費者団体、事業者・事業者団体等の取組の支援・促進等) e. 消費者の被害救済、利益保護の枠組みの整備(被害救済・苦情処理・紛争解決の促進、高度情報通信社会・グローバル化の進展への対応) f. 消費者行政の体制整備(国・地方の体制整備)が掲げられている。

周知のように、平成 32 年度(2020 年度)にはオリンピックが開催されることや、高齢化の進展と技術革新が加速度的に進行することを強く意識して、消費者政策の目指すべき姿を明らかにするとともに、消費者を取り巻く環境の変化に対応した消費者政策の意義や主要な施策が体系的に示されている。

第 3 期計画には、関係府省庁等が講ずべき具体的施策につき、計画対象期間中のスケジュール等を示した「工程表」が付されている点も目新しい。この工程表では、各府省庁等の間での連携が必要な施策についてのそれらの関係を明確にするとともに、同じ指標で継続的に取組の効果をフォローアップするため、施策ごとに KPI(Key Performance Indicator: 重要業績評価指標)が記載されている。

計画を実効性あるものとするためには、計画に基づく施策の実施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ろう。そのため、毎年度、施策の実施状況を取りまとめるとともに、消費者政策会議が、検証・評価・監視を行い、消費者委員会の意見を聴取した上で、1年に1回は工程表を改定し、必要に応じて計画の改定を行うこととされており、当委員会としても、きめ細かなヒアリング等を実施するなどして、それらの監視の役目をしっかり遂行する必要がある。

### 【規制改革と消費者支援】

第 3 期計画では、経済のグローバル化や情報化への対応とともに、規制改革を意識しつつ、「産業の発展と消費者の利益の擁護・増進の両立」や「消費者志向経営の促進」といった、事業者の活動との連携や経済政策に配慮した目標、さらに、消費者自身による、社会経済情勢や地球環境の影響に配慮した、公正で持続可能な社会の形成への積極的参画など責任ある「消費者市民」としての役割が強調されており、政府の消費者政策が、新たな時代に向かっていることが読み取れる。とはいえ、基本的に、情報・交渉力弱者たる消費者の権利擁護こそが重要であることは明らかであり、きちんとしたセーフティネットを張ることなく、産業への配慮を強調しても、市場の健全化や経済の活性化は期待できないことには十分留意されるべきである。消費者の利益を守るためのインフラを適切に整備

してこそ、公正で持続的な社会が営まれ得るものだからである。昨今、語られる「倫理的消費」も、真に、消費者にとって意味あるものとなるには、さまざまな観点から劣位にある消費者に対する温かな視線に裏打ちされたものでなければならぬまい。

#### 【第3次消費者委員会から第4次消費者委員会へ】

平成27年9月1日には内閣府消費者委員会の新たな委員が任命され、10名のうち2名(河上と阿久澤良造委員)が留任した。2名の留任は、恐らく、新たな食品表示制度への移行が完成途上であること、消費者契約法及び特定商取引法の答申に向けた審議が継続中であることに配慮されたものと思われる。第3次委員会から引き継ぐ形で、諮問等に応じて直ちに活動を開始する必要がある食品表示部会・新開発食品調査部会(両部会長に阿久澤委員が指名された)のほか、公共料金等専門調査会、消費者契約法専門調査会、特定商取引法専門調査会、特定保健用食品等の在り方に関する専門調査会などの下部組織の継続が確認され、速やかな審議開始に向けた準備が進められることとなった。当面は、各委員の間での意見交換等を通じ、今後取り組むべき課題や問題意識の共有が必要であるが、差し当たって継続して取り組むべき課題や、従来の建議等のフォローアップ、第3期消費者基本計画の検証作業などが待ち構えており、活動の停滞は、許されまい。

また、同年8月末に任期満了を迎えた第3次委員会から第4次委員会への「留意事項」として、次のような点が挙げられている。

#### ～ 第3次消費者委員会から第4次消費者委員会への留意事項 ～

##### 1. 下部組織の運営

- (1) 食品表示部会：引き続き食品の表示に関する諮問などに応じて調査審議を行うこと。
- (2) 新開発食品調査部会：特定保健用食品の認可手続を滞りなく進めるとともに、審査の合理化・迅速化、審査内容・手続の透明化等を図ること。
- (3) 消費者契約法専門調査会：秋以降、団体等からヒアリングを行い、「中間取りまとめ」を踏まえて、最終取りまとめに向けた検討を深めていくこと。
- (4) 特定商取引法専門調査会：引き続き検討することとされた論点について、「中間整理」に対する関係団体等からの意見やほかの審議会等における議論の状況、特定商取引法見直しの中での重要性等も踏まえつつ、法律事項を優先しながら、柔軟に検討を行っていくこと。

- ( 5 ) 特定保健用食品等の在り方に関する専門調査会：特定保健用食品を含む健康食品全般の表示・広告や、特定保健用食品の制度及び運用の見直し等に関して、今年度末の最終報告に向けて検討を行うこと。
  - ( 6 ) 公共料金等専門調査会：電気の小売料金全面自由化に向けた課題の検討、各電力会社の電気料金値上げ後のフォローアップ等を行うこと。
- 2 . 発出した建議についての 6 か月後のフォローアップ
  - 3 . 消費者基本計画の検証・評価・監視
  - 4 . その他
    - ( 1 ) 消費者問題シンポジウム、関係団体（消費者団体・マスコミ等）との意見交換：地方や関係団体から直接意見を聴取し、「現場」との結び付きの強化を図るため、引き続き定期的実施すること。
    - ( 2 ) 広報活動の充実：消費者委員会の活動やその成果等について国民の認知度を向上するため、各種の媒体を通じて積極的な広報を行うこと。
    - ( 3 ) 官民連携の在り方の更なる検討：今般取りまとめた「消費者行政における新たな官民連携の在り方ワーキング・グループからの報告」等を参考に、消費者団体等を含む多様な主体との連携、さらには、国際的な観点からの連携についても検討すること。
    - ( 4 ) 委員会事務局体制の充実・強化：消費者委員会が独立して消費者行政全般についての監視機能を十全に果たすことを担保するため、その事務局体制の充実・強化を図ること。

以上の諸点は、いずれも継続的課題として重要と考えられたものであり、第 4 次消費者委員会としても、これらに対する十分な配慮が必要である。消費者法制の基本的制度枠組みが出来上がりつつある現在、これからの大きな課題は、それらに肉付けをすること、地方消費者行政を更に充実させるネットワーク作り、具体的な諸制度の運用の適正化、そして、それを担う人材の育成である。産業振興と規制緩和が強調される中、相対的劣位にある消費者の權益を守るため、きちんとしたセーフティネットを張ることは、困難な課題ではあるが、しっかり実現していかなばならない並行課題である。市場の発展と市場における安全・安心は車の両輪だからである。

消費者委員会も設置から 7 年目を迎え、その活動も、ようやく軌道に乗ってきた。今後、取り組まねばならない課題は山積みしているが、消費者庁・国民生活センターとも連携しつつ、丁寧に、それぞれの機関の持ち味を生かして活動を展開することが望まれる。消費生活の安全と安心は、いつの時代にも社会生活の基本的インフラであり、高齢者・子供といった相対的劣位にある消費者を守ること

や、被った被害回復のためのツールを整備することは極めて重要である。

同時に、今一つ、注意すべき潮流にも留意する必要がある。すなわち、今日の消費者が、単なる一律の保護の対象としてのみ存在せず、さまざまに、その個性の発揮を望み、他者との差別化や多様化を求めていることである。弱者保護や被害者救済とともに、これまで以上に、消費者個々人の実質的選択権の確保や、そのための事業者からの情報提供の在り方への配慮が問われる。消費者教育推進法によって、「消費者市民」が語られ、市場における消費者の賢明な選択が、より実り豊かで公正な市場や環境に配慮した市場を形成する原動力となることが認識されるようになってきたことを考えると、この点についても、しっかりとした議論を積み重ねなければなるまい。

#### 【平成 26 年 9 月から平成 27 年 8 月までの間の主な建議等の内容】

##### (1) 個人情報保護と「名簿屋」対策問題

個人情報保護法施行後も大規模な個人情報流出事故が発生しており、消費者の不安感が高まっている。政府の高度情報通信ネットワーク社会推進戦略本部が決定した「パーソナルデータの利活用に関する制度改正大綱」(平成 26 年 6 月 24 日)に対し、当委員会は、これまでも意見(同年 7 月 15 日)を公表してきたところであるが、このうち、いわゆる名簿屋等により販売された個人情報については、大綱に示す対策だけでなく、早急に実効的な対策の在り方を検討する必要があるとして、5つの視点を提示した。

さらに、自己の個人情報については、自らコントロールできることが原則であるべきであり、不適正な個人情報取引を防止し、消費者の権利、利益が侵害されないようにする観点から、上記 7 月の意見書に引き続いて、「いわゆる名簿屋等に関する今後検討すべき課題についての意見」(同年 9 月 9 日)において、より具体的に以下のとおりの意見を述べた。

第 1 に、「第三者手続のオプトアウト手続の適正化と提供を受ける側の事業者の責任の明確化」が重要であり、本人の同意なしに個人データの第三者提供を行う側の事業者だけでなく、その個人データの提供を受ける側の事業者にも、第三者機関にきちんと届出をしていただくべく届出義務を課し、届出を受けた第三者機関が届け出られた事項を公表することを制度化すべきであるとしている。また、オプトアウトの規定によって、本人の同意なしに個人データの提供を受けた事業者に対しては、本人が自分の個人データの利用停止又は消去を求める請求権を認めることも検討されるべきであるとしている。従来オプトアウト手続では、ホームページなどに小さく書いておけば、それで一応本人が知り得る状態にしていると考えられてきたようであるが、これではいかにも不十分である。

実質的に、今、情報がどのように提供されようとしているかが分かるように中身を明らかにした上で、消費者に通知した後、一定期間を置いて、同意するか否かということをも十分考えさせるようにすることなども検討課題とした。

第2が「不正取得された個人情報の流通の防止」である。もちろん現行法でも不正取得を禁止しているが、実際にそれが転々流通していく場合に、それが適正な方法で取得されたのか、不正取得されたのかがはっきりせず、立証も難しいという難点があった。そこで、当委員会意見では、個人データの提供者、受領者双方に幾つかの義務を課すことで適正な流通を確保すべきであるとした。つまり、情報提供者に対しては、提供しようとしている個人情報に適正に取得されたものであることを保証させ、次に、社内的な権限を含めて提供できる権限があることを保証させた上で、さらに、提供行為そのものが適法であることを保証させる。この3つの保証義務を課そうというものである。重ねて、これを受領する側にも、得ようとする個人情報が以上の3つの要件を満たしていることを事前に確認する義務を課すべきとし、個人情報が適切に流通することを担保しようとしている。

第3として、本人同意原則によらないで流通してしまった個人情報については、やはり何らかの対策が必要である。現行法では、第27条で、利用目的による制限に違反して取り扱われた場合、第17条（適正な取得）違反により不適正に取得された個人情報の場合は、本人からの求めに応じ、利用停止又は消去を義務付けることにしてあるものの、個人情報が転々流通してしまった場合には、どのような形でそれが流れているのか判然とせず、利用停止や消去を求める相手方を特定するのも非常に難しいという難点がある。そこで、全事業者で誰から誰へどういう形で情報が流れているかを第三者機関が把握して、それを開示できることにした上で、この個人情報について、全事業者に対して本人からの利用停止又は消去の請求に応じることを義務付ける制度が必要である。また、利用停止や消去について、行政庁（新しくできる第三者機関又は主務大臣）によって、利用停止命令等が出せるとする必要がある。

第4は、「個人データのトレーサビリティの確保」である。本人が自己の個人データがどのように流通し、現在、どの事業者の下にあるのかが把握できない状況にあるということでは、結果的にその権利主張が非常に難しくなる。そこで、保有個人データの取得手段や取得元、提供先についても、原則として公開、公表・開示を義務付けることが必要であり、この点について、第三者機関への届出あるいは第三者機関による公表といった制度化が必要になるというところに結び付けていく。

さらに、第5は、やや微妙な問題であるが、事業者が第三者提供を受けた個人データを加工して、当初の個人データと同一ではない個人データを作成した場

合に、加工された新しい個人データは第三者提供を受けたものではないとして制度の適用対象から外し、何の対応もないとすると、わずかな加工でもって、同法の適用を免れることにもなりかねない。そこで、少なくとも第三者提供を受けた個人データがなければ、新たな個人データを作成することが社会通念上不可能、つまり、提供を受けた個人データが必須の要素になっているような場合には、新たな個人データも第三者提供を受けた個人データとみなして制度を適用すべきであると対応を促した。

第6に、いわゆる名簿屋等に対する業規制を行う可能性については以前から議論があるが、名簿屋という事業の外延が曖昧であるという問題があることは否めない。名簿屋の定義自体が現時点ではかなり難しく、まずは実態を把握することから作業を始める必要がある。名簿屋を事業者としての規制対象として、業規制を検討することは留保し、将来的課題ということにした。

今後、消費者の個人情報等が保護され、消費者の安心感を生む制度が構築されることを期待したい。第三者機関は、相当重い責任を担う機関になることは間違いない。マイナンバー法が導入された今、相当大きな組織を考えざるを得ず、かなりの覚悟が要る仕事である。個人情報保護法の改正がなされた今、今後、具体的にどのように制度が形成・運用されていくかは未定であり、当委員会としても、注意深く見守りたい。

## (2)「教育・保育施設等における事故情報の収集及び活用に関する建議」

この建議は、消費者の安全確保という観点から、教育、保育施設等における子供の安全確保にテーマを絞り、まずは過去に発生した消費者事故等の情報を収集し、再発防止策を現場にフィードバックすることが最も重要なことであるため、消費者安全法に基づく事故情報の収集及び活用の実態と改善策について、調査審議したものである。消費者事故は多種多様な消費生活の分野において発生するが、特に教育・保育施設等における子供の安全をテーマとして選定している。その理由は、第1に、保育所、認可外保育施設、放課後児童クラブなどの保育施設とか、ファミリー・サポート・センター事業やベビーシッターなどの保育関連事業及び、幼稚園において死亡事故を含む重大事故等が繰り返されていることや、来年度が「子ども・子育て支援新制度」の施行に向けて、現在、内閣府、文部科学省、厚生労働省が当該分野における重大事故の再発防止策の検討を行っているというタイミングの問題でもある。

当委員会では、消費者事故の拡大及び再発の防止を図るという観点から、文部科学大臣及び厚生労働大臣等に対し「消費者安全行政の抜本的強化に向けた対応策についての建議」を平成23年7月22日に発出しており、同建議では、消費者安全法における重大事故等の通知義務について、一部の公共施設や商業施

設等、事故の発生場所によっては必ずしも関係省庁から消費者庁に通知される仕組みとなっていないとして、その対応を求めていた。その後、平成24年1月に消費者委員会における当面の主要課題について議論をした際に、委員会として取り組むべき主要なテーマを検討し、その1つとして事故情報の収集が不十分な分野における事故情報収集徹底のための対応策を検討することになったという経緯がある。当委員会としては、平成24年9月30日と10月7日の本会議で、関係府省庁のほか、有識者、事業者団体からヒアリングを行い、実態調査などを重ねて、この建議の取りまとめに至ったものである。

建議では、教育・保育施設等における厚生労働省及び日本スポーツ振興センターが取りまとめた事故件数と、消費者庁の公表資料及び事故情報データバンクの事件事例を紹介した上で、教育・保育施設等で発生した事故について、消費者安全法に基づく消費者庁への通知が適切に行われておらず、消費者庁に事故情報が集約されていない現状についてまとめている。

係る現状を踏まえて、「建議事項(1)事故情報の収集」は、関係府省庁は「子ども・子育て支援新制度」の施行に向けて、教育・保育施設等における重大事故の再発防止策に関する検討会(以下「事故再発防止策検討会」)において、事故情報収集の仕組みを検討するに当たっては、消費者庁の協力を得て、消費者安全法に基づく通知制度を含めて検討されたいとした。また、厚生労働省は、事故情報を収集する仕組みがないベビーシッター事業や、十分に事故の実態を把握できていない小規模な認可外保育施設についても、事故情報を適切に収集する仕組みを構築すること。さらに、消費者庁は、消費者安全法に基づく事故情報の通知制度について、関係府省に対し、消費者庁へ通知する教育・保育施設等における事故情報の範囲、その通知方法を継続的に周知し、必要に応じて通知を督促すること。また、関係府省は、教育・保育施設等において、消費者事故等が発生した場合には、消費者安全法に基づき、事故情報が漏れなく消費者庁に通知されるようにすること。そのためには、関係府省は通知の対象となる消費者事故等が発生した場合の事故情報の通知に関して、地方公共団体の教育・保育施設担当部局から所管府省を経て、消費者庁へ通知する方法を含めて検討するとともに、地方公共団体を通じて教育・保育施設等に対して事故情報の報告について協力を求めること、が建議された。

「建議事項(2)事故情報の分析・活用」では、関係府省は、事故情報に関する現場のニーズを的確に把握するため、施設等の運営主体や地方公共団体を交えた検討を行うとともに、新制度の実施以後も検討を継続的に行い、改善を図っていくこと。関係府省は、再発防止のための知識や注意喚起などの情報について、新制度に移行しないものも含め、全ての教育・保育施設等にフィードバックすること。また、消費者庁は、教育・保育施設等において発生する事故は、家庭にお

いても起こり得るものであることに鑑み、子育て世帯にも情報を届けるよう、取り組むこと。消費者庁は、注意喚起のための資料作成などに「事故情報データベース」が活用できることを関係府省の協力を得て、地方公共団体に周知すること。「子ども安全メール」について、保育事業者や子育て世帯に登録を促すなど、いわゆるプッシュ型の情報発信を推進すること。さらに、関係府省は、事故再発防止策検討会で検討している事故情報のデータベース化に当たっては、消費者庁の「事故情報データベース」などの既存のデータベースの活用を含めて検討すること。最後に、関係府省及び消費者庁は、教育・保育施設等における消費者事故の検証について、個々の事故の検証を行うことと、被害の拡大防止や再発防止のための知見を得ることの2つの要請があることを踏まえ、それぞれの目的を達成するために適切な検証体制の構築に向けた検討を行う必要がある、とした。

考えてみると、安全の問題は、事故が起き、損害が発生して、その被害の救済を事後的に行うというのでは遅く、何とか予防策、再発防止策を講ずることが第1であるから、そのためには事故原因を究明し、必要な情報を共有し、分析した結果をきちんと隔々までフィードバックするということに尽きるであろう。この建議は、そうした情報をフィードバックするための体制あるいは検証の体制を構築することを求めたものがある。

### (3) 機能性表示食品制度

この時期に消費者委員会が取り組んだ大きな課題の1つが、機能性表示食品制度の導入に関するものである。平成26年10月31日付けで内閣総理大臣から諮問を受けたことに伴い、同年11月から機能性表示食品制度についての審議を集中的に行った。食品表示基準については、従前から食品表示部会で審議されているが、この件は、制度が新たに設置されると、食品表示部会とは別の場で審議している特定保健用食品の在り方との整合性なども確認する必要がある。そこで、制度全体の確認あるいは議論は、親委員会で行うのが適切と判断し、親委員会の本会議で議論させていただいた。難しい問題で、消費者庁がこの制度の構築により、機能性表示食品に対しても、安全性や機能性に関する一定の関与をできるように努力していることは理解できたものの、なおさまざまな制度上の疑義や執行上の懸念が出ていたところであり、委員間での意見調整に多くの時間を費やした。その際、消費者庁にも来ていただき、委員会としての問題意識を、質疑を行う形で明らかにさせていただいた。結果的に、委員間でも意見が若干分かれた。全体として、制度創設そのものに対しては特に反対するわけではなく、これがうまく運用されれば、一般の消費者にとっても自主的かつ合理的な食品選択の機会が確保できることにもなり得ることから、上手に育てていく必要があることについては意見が一致した。しかし、制度を実現する上で、このまま進め

てよいかという点については、大きく2つの問題があると考えられた。第1は、この制度を確実に実現していく上で、例えば十分な証拠もなく届出をし、後にそれが間違いだったことが分かったときに、取り消したり是正したりする作業を消費者庁の行政担当者がやるだけの法的裏付けがあるかという点での疑問である。ここには、明らかに法律上の脆弱性がある。また、安全性の担保は、消費者庁が策定するガイドラインなどで行われるため、現時点では詳細を確認できないという問題があるという認識も変わらなかった。実際に機能性表示食品制度がうまくワークするには、執行がきちんと行われる必要がある。食品について、その表示が消費者によって信頼に足るものとなり、選択の幅が広がるというメリットを十分に生かすには、さまざまな点で執行を整備することが必要であると思われる。結局、当委員会としては、「答申」の本体に、異例ともいえる9つの前提条件を付することとした。

新制度は既に、平成27年4月からスタートしており、今後は、制度の執行状況を注視していく必要がある。この制度がうまくワークすれば、いかがわしい「いわゆる健康食品」は、市場から淘汰されることも期待されよう。しかし、消費者の立場からすれば、いろいろな表示をうまく見分けて選択をするには、それぞれの表示の意味について十分理解する必要がある。それだけに、政府としては、当該食品の安全性とか機能性への安易な期待感が増幅するという危惧が一方であることに配慮して、適正表示と内容の適切さを追求し、消費者に対してきちんとした情報提供・啓発をし、同時に、消費者自身も成長せねばなるまい。言うまでもなく、事業者も、この機能性表示をする以上は責任を持ち、客観的かつ合理的なエビデンスに基づいて、適切表示をする必要がある。政府・事業者・消費者三者の努力なしには、全体として、この新制度はうまく機能しないであろうと思われる。さらに、従来の特保制度についても、見直しが試みられてしかるべきである。そのため、第3次消費者委員会の任期満了前の平成27年6月に、この問題を検討するための専門調査会を立ち上げ、平成27年8月に検討を開始したところである。

#### (4) 公共料金問題

公共料金については、北海道電力の家庭用電気料金の値上げ認可申請について、平成26年10月7日に開催した第173回消費者委員会において、家庭用電気料金値上げ認可申請に関する調査会で取りまとめられた意見をもとに、当委員会としての意見を取りまとめた。この意見では、北海道電力に対して更なる経営効率化を求めるとともに、北海道民への影響を考慮し、激変緩和措置に関する具体的な方策を速やかに明らかにし、適切に実施すべきであるとした。また、経済産業省に対しては、泊原発の再稼働が予定より遅れる場合でも、3度目の値上

げがないことを確保するため、どのような措置を講ずるのか明確にすべきであるとし、また、再稼働後、実際に値下げが行われるか不明確であるため、必ず値下げをするということを明示すべきであるとした。また、今後の課題として、中長期的な電源構成の考え方について、再生可能エネルギーの使用拡大の見直しも含め、消費者に対して積極的に丁寧な情報提供、説明を行うよう、北海道電力に促すべきことも指摘した。結果、消費者庁は、経済産業省と協議を行い、関係閣僚会議を経て、申請から 1.7% 圧縮した、平均 15.33% の値上げの実施が決定された。また、電力の消費量が増える冬場に消費者の負担を抑えるため、11 月から平成 27 年 3 月までの 5 か月間は激変緩和措置として、更に値上げ幅を 2.9% 圧縮して、平均 12.43% とするということになった。

今回の値上げ申請は、電源構成が変わった場合の認可制度での初めての申請であり、本来であれば、燃料費等の対象費目以外の原価は洗い替えができないという制約があったが、しかし、前提となる経営効率化について、やはり深掘りを求めることを行い、制度的に見れば厳しめの査定ができたのではないかと考えており、今後にもつながる大きな成果であったように思われる。

#### (5) 商品先物取引と不招請勧誘

経済産業省及び農林水産省は、平成 26 年 4 月 5 日、「商品先物取引法施行規則」及び「商品先物取引業者等の監督の基本的な指針」の改正案を公表し、意見公募手続を開始した。当委員会では、この改正案が、消費者保護の観点から見て、重大な危険をはらむものであることに鑑み、深く憂慮し、その再考を強く求める意見書を平成 26 年 4 月 8 日に公表した。これを受けて、消費者庁を含む 3 省庁間で協議が行われたが、平成 27 年 1 月 23 日、経済産業省及び農林水産省は、突如、「商品先物取引法施行規則」を改正・公布し、新たな「商品先物取引業者等の監督の基本的な指針」を公表した。

この問題については、平成 27 年 1 月 27 日の第 182 回本会議で 3 省庁からのヒアリングを行ったが、いくつかの点については、消費者保護の観点からの懸念が拭えていない。第 1 に、法令の構造上の問題である。省令では、契約を締結できる基準について事前に説明する義務を課し、年齢、収入に関する条件を設けるなど、契約締結と契約内容に制限を付けた上で、勧誘行為を認める結果になっている。しかし、この不招請勧誘の禁止は、法律における原則規定であり、これを大幅に緩めて原則と例外を事実上逆転させるかのごとき省令が果たして論理的に可能なのかという問題がある。第 2 に、不招請勧誘禁止規制の立法趣旨との関係がある。省令では、契約締結の条件として、適合性原則や従前の説明義務の徹底が規定されているが、立法に際し、これらの措置をとっただけでは被害防止に十分ではないとの判断に基づき、結果的に不招請勧誘が禁止されたという経緯

がある。本省令は、こうした立法の際の経緯に反する形で、もう一度、適合性原則や事前の説明義務を徹底すれば何とかなると対応しており、その意味では、これまでの立法経緯からしても問題が大きい。第3に、実質的問題として、このままでは消費者被害を防止できないのではないかという懸念が払拭できない。つまり、省令によると、事業者は、まず、契約が認められる基準を説明する。その際に事業者は、消費者に接触することができるが、そのとき、通常の外務員の行動パターンあるいは交渉パターンからすれば、商品や取引が一定の有利さを持っているということが語られないまま接近があるとは考えにくい。つまり、そういうセールストークが併せて行われることが十分に予測できるのである。省令によれば、基準について説明すれば、基準を満たすことを確認しなくとも（つまり確認は契約までにすれば）よく、それまでの間は実質的な勧誘を行うことは認められてしまうことになる。新監督指針においても、説明の際は「勧誘条件を満たさないことが判明した場合には、速やかに電話を切る等の対応を行わなければならない」とあり、逆に言えば、年齢とか収入なんかの条件を満たさないことが判明しなかったと言い訳をすれば、事実上、勧誘を継続できることになりかねない。したがって、事業者は、基準を説明しても、条件を確認しなければ、条件を満たさない者を勧誘することが可能になる。条件を満たさない者と契約することはできないが、勧誘された消費者が、後日、自ら契約を申し込むように仕向けるという形にすれば、場合によっては違法とならないとされることも懸念される。なるほど、新監督指針においては「顧客から勧誘の要請があった場合でも、その前に顧客に対して勧誘がなされたことを受けて顧客が勧誘を要請するなど、実質的に顧客からの勧誘の要請があったと考えられない場合には、法第214条第9号に規定する不招請勧誘の禁止規定に抵触する」とされてはいる。しかし、その前に顧客に対して勧誘がされたことを受けて顧客が勧誘を要請したのかどうかを判断するのは、大変困難なことであろうと思われる。少なくとも、こうした脱法行為を許さないためには、基準の説明の際に、併せて条件を満たすかどうかを確認することを義務付け、基準の説明内容や方法を限定する必要があるものと考えられる。そもそも条件の確認については、これまでも金融資産等を多めに記載するようというように担当者が誘導したと認定されている裁判例が少なくなく、その実効性に疑問があることは否めない。

「理解度確認テスト」も、商品先物取引の仕組みをいくら説明されても、実際の相場変動によるリスクの大きさが実感をもって分かるものではあるまい。また、これまでも事業者が理解度確認を書面で行っている例はあるが、裁判所に出された理解度確認書面についての審理では、事業者があらかじめ正解を教えたなど、さまざまな行為によって結果的に被害が生じていたというものもあり、今後、理解度確認テストを行うとしても、同様の行為が行われる可能性は否

定できない。したがって、当委員会としては、被害防止への効果には大いに疑問があると考えているわけである。

仮に、以上のような問題をはらむ本省令が施行される場合には、経済産業省、農林水産省及び消費者庁において、まず、施行前から、あらゆる消費者に対して商品先物取引のリスクを最大限周知することはもちろん、特に、条件を満たさない消費者が条件に合致しない事実をあらかじめ自覚できるようにするとともに、取引の損失が事業者の計算となるべき省令違反の事業者の行為を具体的に周知し、繰り返し広く広報するなどして、想定される消費者被害の発生を防止するために最大限の取組を行うべきである。また、当初の接触時から取引開始に至るまでのあるべき事業者の説明対応内容を限定的に明示することで、事業者が脱法的対応をする可能性を可及的に排除すべきである。さらに、勧誘に関する苦情相談が増加に転じる兆しが少しでも見えたときは、直ちに省令を見直すべきであろう。このことは、第 182 回本会議で私から発言を行った内容でもあり、「河上委員長発言 商品先物取引法施行規則等の改正について」として文章化して公表した。

#### (6) その他の投資取引の適正化

投資取引の適正化は、引き続き、第 3 次消費者委員会の委員の間で関心の高い問題であり、本会議でも、金融庁から適格機関投資家等特例業務と、クラウドファンディングについてのヒアリングを行った。

適格機関投資家等特例業務、いわゆるプロ向けファンド業務では、プロの投資家向けのファンドについて、高齢者を中心とする投資経験の乏しい方に販売することにより、多くの消費者トラブルを生じ、深刻な被害が後を絶たない状況にあった。こうした事態を受け、当委員会では平成 26 年 4 月 22 日に「適格機関投資家等特例業務についての提言」を公表し、金融庁に対し、適格機関投資家等特例業務における投資者の範囲について、少なくとも億単位の余剰資金を持って、投資性の金融取引を年単位で継続的に行っている投資家であることを要件とする見直し案と、悪質業者排除のための取組の徹底を求めた。これに対し、金融庁では同年 5 月に適格機関投資家等特例業務の見直しに係る政令、内閣府令案を公表して、パブリックコメントを実施の上、同年 10 月から金融審議会のワーキング・グループで審議を行い、その結果を受けて、金融庁において金融商品取引法（以下「金商法」）の改正法案を立案して、閣議決定に至った。

金商法改正法案は、販売事業者の参入規制、適合性原則やリスクの説明義務等の行為規制の拡充・強化、問題業者に対する業務改善命令等の監督上の処分を導入や罰則の強化などの措置が用意され、全体的に高く評価できるものである。

(7) ノンアルコール飲料と特定保健用食品（いわゆる「特保」）など

平成 27 年 2 月 18 日に、消費者庁は、消費者委員会が平成 26 年 8 月 5 日付け答申書において特保として表示許可することが適切ではないとしたノンアルコール飲料 2 品目について、特保として認可した。これは、消費者庁の決定が消費者委員会の答申とは異なる結果となった初めてのケースである。

消費者委員会としては、同答申書において、特保制度、ひいては健康増進法の趣旨及び要件に照らして、ノンアルコール飲料が特保になることで、健康によいイメージに引かれて未成年者の飲用が懸念されること、ノンアルコール飲料が未成年者の飲酒への入り口となることを懸念したところである。消費者庁は認可の条件として、酒類に関する事業者団体、酒類に関する連絡協議会のノンアルコール飲料に関する取組に準拠して取り組むことを求め、遵守されない場合には、許可の取消しもあり得るという説明をし、消費者委員会の答申に一定の配慮は示している。しかし、一方で、厚生労働省の調査研究によると、ノンアルコール飲料が 30%近い中高生に飲まれているという結果が出ており、酒類に関する事業者団体のノンアルコール飲料に関する取組のみに依拠して未成年者への配慮が担保され得るかという点については、なお懸念の残るところである。国民の健康増進に寄与する食品であることを示す特保マークが付された新たなノンアルコール飲料が市場に流通することになれば、それが 20 歳以上の成人向けであることを分かりやすく目立つ形で明示するなど、未成年者に飲用されることがないようにするための販売・広告上の工夫がしっかりとなされることが期待される。

ノンアルコール飲料に係る特保の諮問・答申に限らず、特保に関する消費者委員会での審議一般に関わることであるが、平成 27 年 2 月 17 日の規制改革会議第 30 回健康・医療ワーキング・グループにおいて、消費者庁から、特定保健用食品の許可の要件の中で「食生活の改善が図られ、健康の維持・増進に寄与する事が期待できるものであること」、これが認可の要件の 1 つに挙がっているものであるが、この点は、消費者委員会への諮問の対象ではないという説明が消費者庁の担当者からなされ、大きな議論となった。そのため、特保の諮問の範囲について、今一度、消費者委員会、特に新開発食品調査部会及び評価調査会の委員に対し、消費者庁からしっかりと説明を求める必要があると考え、これを要請した。消費者委員会に対してなぜ諮問があるのかを素直に考えれば、大前提として、将来の国民や消費者全体に対して、食生活の改善、そして健康の維持・増進に寄与するかどうかについて判断をする以上、消費者委員会の判断が期待されたのではあるまいか。厚生労働省のある調査によれば、この 30 日の間に 1 日以上でも飲酒をした人の割合は、高校生の女子で 46.8%になる。また、ノンアルコール飲料は 35.8%の高校生の女子が飲んでいるという。「特保は体にいいのだ

から、お母さん、飲んでいいよね。だって、アルコールは入っていないのでしょう」と子供が言ったときに、親としてどう言うのか。自主基準が本当に大丈夫かという不安は消えない。飲酒習慣への入り口になりかねないものを「特保」として国が推奨するのはいかがなものか。健康増進法は、一般に禁止されている機能表示を許可するという法律であり、曖昧な場合は事業者の側に、もう少し厳格な立証責任や説明を求めるといことも考えられるのではないかとも思われる。消費者委員会での審議の範囲である安全性及び効果は、消費者委員会が今まで認識していたとおり、特保が健康増進法の下にある制度である以上、「食生活の改善が図られ、健康の維持・増進に寄与する事が期待できるものであること」という、まさに健康増進法の第1条の理念を踏まえて審議すべきであって、そうすることが消費者庁の諮問の趣旨にも合致するものであるということが確認できた。

最終的には消費者にとって実質的な選択権が確保されるようにするには、表示が適切であることが望ましく、特保制度と機能性表示食品制度が、ばらばらに展開していくことは、決して望ましいとは思われない。いずれも健康増進法の趣旨にかなう食品として及第点を得る必要があり、機能性表示食品が特保の表示許可を受けた食品に劣後してよいというわけではあるまい。いずれにしても、機能性表示食品の場合には、まずもって、事業者の責任においてきちんとした合理的根拠をもって一定の機能を表示することを許すわけであるから、それが分かりやすい表示であるか、明確なエビデンスが示されているかについては、しっかりモニターして、特保に匹敵する信頼を勝ち取ることを期待したい。

なお、平成27年7月1日に消費者委員会は、特保について、株式会社リコムのエノキダケ抽出物配合食品については、安全性の確認を行えないために特保としては認めることは適当でないという答申を出した。同じ関与成分を含む同じメーカーの食品が機能性表示食品として届け出されている。消費者庁が判断すべき事柄ではあるが、まさにこれなどは、特保と機能性表示食品の手続的差異が表面化した事案といえよう。

#### (8) 美容医療関係

美容医療問題は、第3次消費者委員会としては本会議で審議した回数が最も多い問題である。平成23年12月21日に「エステ・美容医療サービスに関する消費者問題についての建議」を発出して、特に美容医療サービスに関しては、不適切な表示、広告の取締りの徹底及び消費者への説明責任の徹底などを求めている。その後、消費者基本計画の検証・評価・監視の機会を捉え、厚生労働省に対し、これまで講じてきた取組の効果等について検証・評価を行い、十分でない点があれば法規制を含めて更に必要な措置を講ずべきであるということ再三

指摘してきた。しかし、厚生労働省による検証・評価は必ずしも十分とはいえないものであった。そこで、平成 27 年 2 月に消費者基本計画の検証・評価・監視の時を捉えて、厚生労働省からのヒアリングを行い、さらに、同年 3 月には消費者団体、事業者団体からも公式・非公式ヒアリングを行い建議の取りまとめに至った。

建議の内容は、基本的に次の 3 点を柱にしている。

すなわち、第 1 に、「医療機関のホームページの情報提供の適正化」で、恐らく建議で最も重点の置かれているところである。ホームページの表示に誘引されて美容医療サービスを受ける消費者が多い一方、医療機関のホームページは広告規制の対象となっていない。にも関わらず、問題のある表示が行われている事例が散見されることは周知のとおりである。そこで、医療法における広告概念を拡張して、医療機関のホームページも広告に含めるべきではないかということである。少なくとも、虚偽の広告、比較広告、誇大広告、広告を行う者が客観的事実であることを証明できないような内容の広告、公序良俗に反する内容の広告は、医療機関のホームページについても禁止すべきであるとの建議を行った。

第 2 は、「事前説明・同意の適正化」である。美容医療サービスは患者の十分な理解と同意を得た上で行われるべきものであるが、実際には不適切な説明や、説明不足で十分な情報を得られない状況のまま施術を受ける判断をしているケースがまま見られる。そこで、都道府県等に対して事前説明、同意に関する厚生労働省の通知の解釈、あるいは指導監督の基準、Q&A を示した上で、患者に対する施術前の説明を適切に行い、患者の理解と同意をきちんと得た上で施術を行うという、いわゆるインフォームド・コンセントの徹底を求めた。特に美容医療の場合は、緊急性が乏しい医療行為であるため、その意味でも、即日施術は厳に慎むべきであるという方向での指導の徹底を求めた。都道府県等と連携して、美容医療サービスを受けるに当たって注意すべき事項について、医療機関にチラシを備え置く等の方法によって、注意喚起をするという必要がある。

第 3 は、「苦情相談情報の活用」であり、都道府県等が医療機関に対する指導監督を効果的に行えるようにするため、PIO - NET あるいは都道府県等に置かれている医療安全支援センターの情報を十分に活用するなど、医療安全支援センターの相談窓口が活用されるよう、消費者に周知徹底する必要がある。また、行政手続法に基づいて、国民が法令に反する事実を発見した場合に、行政機関に対してそれを是正するための処分や行政指導を求めることができるという仕組みについても、これを活用すべきであるとした。

なお、この美容医療問題に関しては、最初の広告の段階、契約の締結の段階、履行の段階、あらゆる段階において問題が発生する原因がある。建議で求めたも

の以外にも、例えば特定商取引法や消費者契約法などの法律で、民事的效果の面でも、手当をする必要があるが、この点は、下部組織での審議に委ねることとした。むしろ、ここでは、まずは医療法のほうからできる範囲のことをやっていたくことを意図している。

#### (9) 官民連携の在り方

当委員会では、消費者政策における官民連携の在り方と行政の責任等について検討するためにワーキング・グループを設置し、山本隆司委員(当時)を座長として検討を行ってきた。その背景は、消費者庁・消費者委員会が発足して5年が経過し、第3期の新たな消費者基本計画が策定される中、消費者委員会として、短期的な課題に対応するだけでなく中長期的な視野から、今後の消費者政策あるいは消費者行政の在り方について検討して意見表明をすることが必要と考えたことによる。委員会内部におけるテーマ検討では、消費者被害が多様化・複雑化する中で、今日では、消費者行政においても消費生活センターの民間委託、あるいは適格消費者団体に関する諸制度の整備など、民間の力を活用しながら消費者行政をより充実したものにしていくという方向性で展開しており、この動きは今後も進むであろうと予想した。そこで、消費者行政においてどのような官民連携が考えられるのか、また、民間の力を活用するとした場合に、政策目的を実現するために行政がどのような責任を果たすべきかといった点について、ワーキング・グループを設置して議論をしていくことになったわけである。有識者からのヒアリング等を交えて、検討を行い、調査報告書を公表する運びとなった。

消費者被害が極めて多様化、複雑化している中で、消費者行政においてもその予防の段階、あるいは制度設計の段階、執行の段階、いろいろな段階で、行政だけで全てを完結して遂行していくことがなかなか難しい時代になっており、行政が消費者団体等いろいろな民間団体とさまざまな形で連携し、民間の力を活用しながら消費者行政の目的である消費者権益保護の実現を図ることが必要になっている。そのような場合にどういう連携の在り方があるのか、あるべきなのか、その方向性を打ち出すことが目的であった。これは、行政のスリム化・効率化とは違った観点で、それを超えて、むしろ民間の力を行政に対して補完的に活用することで、本来目指していた公益目的がよりよく実現できるように連携していくことが求められるという発想に立ったものである。調査報告書は4部構成であり、第1にワーキング・グループ設置の目的が述べられている。

第2に、「保障行政」という考え方を参考にしながら、考え方を整理している。「保障行政」は、2000年ごろからドイツ行政法で使われるようになった考え方で、その意味するところは、民間が公益のために活動する一定の役割を担い、行

政はそのための枠組みとなる制度を設定した上で、状況を見て、必要に応じた関与・支援を行うという考え方である。このような考え方を議論の参考にしつつ問題を整理し、紹介している。

第3では、有識者からのヒアリングの結果を踏まえ、消費者行政に関係する民間団体の現状や、各団体に期待されている役割、及び行政の支援策等について整理している。

最後にまとめとして、今後、官民連携を推進していく中で重要と思われるいくつかの視点を提示している。第1に、国や地方公共団体と民間が連携していく場合に、それぞれの持っている特性を殺さないように、むしろそれぞれの特性を生かしていく形で連携することが必要であることを指摘した。

第2に、民間の各主体又は官民連携のプロセス全体を規律するとともに、民間が公益を実現する活動ができるように、これを助成するという発想に立った取組が求められる。ここにいう公益にはさまざまな意味合いがあるが、いかなる目的で政策が実現されていくかの目的の序列の問題でもある。消費者政策についていえば、恐らく消費者の権利あるいは利益をよりよく実現していくということが第1の目的であろう。ただ、同時に、社会的な利益である環境や市場の公正、いろいろなものがそこに需要として存在していることは確かであり、そうした公益を実現していくよう、民間の各主体に対し、官民連携のプロセス全体で考えて、助成をする必要がある。

第3に、政策決定から執行までの全局面を視野に入れて、適宜「議論」の段階を設けていくことも重要である。それぞれの段階で消費者の意見がきちんと反映できるよう、特に民間の専門知あるいは経験知が十分に生かせる体制を作る必要がある。これは、ある意味では民主主義の1つの在り方ということになる。

第4に、消費者行政における官民連携に固有のコンセプトとして、公益を実現する場としての市場を考えることを掲げた。「市場」という概念が1つのキーワードであるが、消費者政策の場合、必ず、事業者とそこで提供される商品の受け手である消費者が市場で相まみえる関係にある。この市場機能をきちんと考えていくことによって、官民連携を考えていく1つのきっかけにもなる。

本報告書は、特定の官庁に向けて一定のことを求める形の従来型の建議や意見とは異なり、むしろ今後の消費者政策を中長期的に考えていく際の1つの考え方、基本的視点を考えてみようということで作りに上げられたものであり、必要に応じて、今後、本報告書を踏まえ、よりよい官民連携の在り方について検討することや、場合によっては、関係省庁に対して財政支援を求める場合の考え方のバックボーンとして、活用していただくことを期待している。

特に適格消費者団体に対する経済的な支援は大きな課題である。もともと、そのような財産的基盤がしっかりした団体を適格消費者団体と認定している以上、

そこに対して支援をすべきであると言うのはおかしいという考え方もなくはない。しかし、現実にはそれほど楽観的ではなく、多くの消費者団体は経済的困難を抱えており、構成員のボランティア精神のみでもって何とか活動を維持している状態にある。持続可能な形で、係る民間団体が公益実現のために活動していけるようにするには、やはり公として一定の支援策を考えなくてはなるまい。これを理論的に基礎付けようという企てでもあったが、なお、各論的に検討すべき問題が少なくないため、今後とも継続的な検討が必要である。

#### (10)「商業施設内の遊戯施設における消費者安全に関する建議」

近年ショッピングセンターなどに設置されている遊戯施設に人気が集まっており、当委員会の調査では屋内遊戯施設の入場者数が平成26年度で1,400万人を超えている。このような子供が楽しく遊ぶはずの遊戯施設において事故が発生しており、事故情報データベースには、治療期間1か月以上の事故が平成20年度から26年度の7年間で28件登録されている。しかし、商業施設内に設置される遊戯施設には、安全性に関する個別法や安全基準がなく、恒常的指導監督がなされているとは言い難い。その意味では、いわゆる「すき間」事案である。こうした状況を踏まえ、当委員会では、平成27年5月に消費者庁、国民生活センター及び一般社団法人日本エア遊具安全普及協会から商業施設内の遊戯施設における消費者事故の実態と求められる対策についてヒアリングを行い、その後も引き続き検討を経て、建議の取りまとめに至った。

建議内容は、基本的に次の5点を柱にしている。

第1は「商業施設内の遊戯施設における消費者安全に関する取組の強化」である。商業施設内の遊戯施設において、事業者が子供の骨折等の事故防止に向けて十分な安全対策を講ずるには、行政機関の適切な指導監督が必要である。現状では、消費者庁が問題に対して一定の対処をすべき立場にあるが、消費者安全法の規定によれば、個別の重大案件、重大事故が発生した場合の当該事業者への措置にとどまるものであり、全ての事業者に対して恒常的に指導監督を行うことが規定されているわけではない。また、商鉱工業の振興を所管する経済産業省においても、当該施設における消費者事故の防止に向けた事業者への指導監督は、行われてきていない。そのため、建議では消費者庁に対し、経済産業省が所管する商業施設について、消費者安全の観点から、同省が適切に業振興に取り組まれるよう、必要な調整を行うことを求めた。この建議は、決して経済産業省を狙い撃ちにしたというものではなく、比較的是っきりと事故が捉えやすい、そういう事例をもとに建議を行い、少しずつほかの分野にも拡張していくものとし、経済産業省には、いわばその旗振り役になってほしいとの期待を込めた建議である。

第2は「事故情報の収集」である。消費者庁の事故情報データベースには、平

成 26 年度に発生した治療期間 1 か月以上の事故が 5 件登録されているが、当委員会が遊戯施設の運営事業者から聞き取り調査等を行った結果で、平成 26 年度に少なくとも 88 件の骨折事故等が発生しており、事故情報が十分把握されていない。事故情報は、事故の発生防止を図るための施策の企画立案の基盤になるものである。そのため、建議では経済産業省においては、事業者から事故情報を収集する仕組みを構築し、収集した事故情報を消費者庁に通知することを求めた。

第 3 は「事故情報の活用」である。現在、商業施設内の遊戯施設の運営事業者等は、独自の安全対策を行っているところもあるが、その安全対策の内容には温度差がある。適切な安全対策の実施が確保されるには、安全面での一定の基準を設けることが必要であろう。業界もそうした安全基準を必要としている。建議では、経済産業省にこの基準策定に向けた措置を講ずるよう求めている。この基準は必ずしも法的基準である必要はなく、例えばガイドラインや自主基準でも目的を達成し得るものと考えられ、いかなる基準が良いかも含め、経済産業省には検討していただきたいと考えている。また、事故情報を共有することで、関係事業者は、同種の事故に対して予防対策を講ずることができるので、建議では関係事業者とも広く情報を共有して、同種の事故に対して予防対策を講ずる注意喚起を行うよう求めた。

第 4 の柱は「専ら経済産業省が所管する商業施設内の遊戯施設を除く遊戯施設への安全対応」である。当委員会での調査によれば、専ら、経済産業省が所管する商業施設内の遊戯施設を除く遊戯施設、例えば飲食店、公園などでも事故が発生している。そのため、建議では消費者庁にこれらの施設についても関係行政機関と調整の上で事故情報の収集・活用にすき間がないように対策を講ずることを求めた。

第 5 は「関係行政機関への情報提供及び消費者への注意喚起」である。遊戯施設における事故は、商業施設に限らず、さまざまな施設、例えば宿泊施設、児童施設などでも発生する可能性がある。そのため、建議では消費者庁にそれらの施設に関係する省庁に対して適切な情報提供を求めた。また、消費者に向け、安全に利用するための注意点等について注意喚起をするように求めた。

この建議は、余り目立たないかもしれないが、対象になっている商業施設の遊戯施設での事故は、典型的な「すき間事故」、「すき間事案」のパターンである。これまでも、美容医療などのように、どこが担当なのか、経済産業省なのか厚生労働省なのかが曖昧な問題というパターンはあったが、この問題は、すき間に落ちてしまうパターンのもので、そうした問題に対する対応の在り方を考えるという意味で、各省庁に横串を刺して調整する消費者庁の機能の真価が問われる課題に係る建議である。例えば、都市公園の遊園地の遊戯施設は国土交通省、家庭用の遊具は経済産業省が監督している。学校などの場合は文部科学省、宿泊施

設では観光庁というように、施設のある場所に関して所管が決まっているが、意外にも、遊戯施設そのものについての安全基準や安全対策に関する所管はすき間に落ちていてはっきりしていなかったのである。その意味でも、典型的な「すき間事案」に対する建議であり、注目されてよいものである。なるほど、はっきりとした所管がない以上は消費者安全法に基づき消費者庁がひとまず所管することとなるが、実際に施設本体の活動を所管している経済産業省は、情報を手に入れやすく、危険情報についての指導・情報提供段階などでは、太くて使いやすいパイプを持っていることも明らかである。そこで、商業施設内のさまざまな遊戯施設に対する問題には経済産業省に対応していただくことが望ましい。なお、消費者安全法は行政機関に事故の通知を義務付けている。消費生活用製品安全法は経済産業省が事業者に事故の報告を義務付けている。この建議では、「消費者安全法第 12 条に規定するものを参考に、事業者に事故情報の提供を要請することが考えられる」としている。最終的に消費者庁のもとに遊戯施設に関する事故情報を集めていただき、その原因を分析しながら安全基準等について、それぞれの関係省庁に検討をお願いするというフィードバックが期待される。

#### (11)「電子マネーに関する消費者問題についての建議」

インターネットによる取引の拡大に伴い、クレジットカードあるいは電子マネーなど多様な支払手段が利用されるようになってきている。このうち電子マネーは、ほかの支払手段と比較して歴史が浅いが、利便性の高い支払手段として、今後も利用が拡大することが見込まれており、発行額も年々増加し、それに付随して、一方で電子マネーに関わる被害も発生している。国民生活センターなどに寄せられた相談事例によれば、加盟店の悪質な行為や電子マネーの ID が詐取される、などの被害が発生しており、電子マネーの健全な市場が形成されているとは言い難い状況にある。消費者が安心して電子マネーを利用できる環境の整備が十分ではない現状を踏まえ、平成 27 年 8 月に消費者委員会本会議において、金融庁及び一般社団法人日本資金決済業協会から、電子マネーに関する消費者被害の実態と求められる対策などについてのヒアリングを行い、その後も引き続いて検討を行い、建議の取りまとめに至った。建議の内容は、大きく 3 点を柱にまとめられる。

第 1 の柱は、加盟店管理及び苦情処理体制の整備である。電子マネー発行業者の加盟店の悪質な行為による被害を防止するためには、加盟店が消費者に対して悪質な行為を行った場合、電子マネー発行業者が当該加盟店との契約を解除するなど適切な加盟店管理を行う必要がある。そのため、電子マネー発行業者の加盟店管理義務をより明確にする観点から、電子マネー発行業者の加盟店管理責任を法令などにおいて明文化すべきであると考えた次第である。また、電子

マネー発行業者における苦情処理についても、電子マネー発行業者が紛争解決に必ずしも協力的ではないという報告もあり、そのため、電子マネー発行業者は苦情処理について、より徹底して対応すべきであると考えている。

第2の柱は、電子マネーのIDを詐取されることによる被害の防止対策である。電子マネーの利用における被害の主なタイプの1つとして、消費者に対して架空の料金を請求するといった不正な請求を行い、その支払を電子マネーで行うように指示する事例がかなり見られる。具体的には、コンビニエンスストアなどの電子マネー販売店で消費者に電子マネーを購入させ、そのIDを取得するといったものなどである。電子マネーは匿名で、誰でも比較的簡単にコンビニなどで購入して利用することができ、それを他人に譲渡することもできるといった特徴がある。こうした特性を逆手にとられて消費者が被害に遭ってしまうわけである。匿名性があるため、その限りではなかなか加害者にまでたどり着きにくいといった問題も生じている。そのため、電子マネー発行業者に対して、販売時に注意喚起の表示をしていただくことや、被害発生状況のモニタリングや分析を通じた被害の予防や救済に向けた取組を促すことが適当であろう。また、高額あるいは非常に大量の電子マネーを購入しようとする消費者がいる場合、その販売店の従業員などから注意喚起の声掛けをすることによって現実に被害を未然に防いだ事例もあり、この声掛けには被害予防が期待される。

第3の柱は、消費者教育及び情報提供に関わる。消費者が電子マネーの特徴あるいは利用に関する留意点をきちんと認識し、詐欺に遭わないための知識を得て、適切に行動できるようにすることが必要であり、そのためには消費者教育や情報提供の推進が重要である。既に関係行政機関等においてこうした取組を実施しているところもあるが、被害防止を図るためにはそうした取組を一層充実させ、継続して取り組んでいただくことが必要である。

#### (12) 消費者契約法専門調査会「中間取りまとめ」

消費者契約法の見直しについては、当委員会において、平成25年8月に理論的な分析として「『消費者契約法に関する調査作業チーム』論点整理の報告」を取りまとめ、消費者庁でも、平成26年10月に「消費者契約法の運用状況に関する検討会報告書」を取りまとめ、法施行後の裁判例あるいは消費生活相談事例等について整理を行ってきた。そして、平成27年8月、内閣総理大臣から諮問を受け、当委員会では同年10月に消費者契約法専門調査会を設置し、法施行後の情報通信技術の発達や高齢化の進展をはじめとした社会経済状況の変化への対応等の観点から、消費者契約法における契約締結過程及び契約条項の内容に係る規律等の在り方について調査審議を行い、平成27年8月7日に開催された第17回消費者契約法専門調査会で「消費者委員会 消費者契約法専門調査会 中

間取りまとめ」が取りまとめられ、消費者委員会本会議での報告を受けて公表した。同「中間取りまとめ」は、専門調査会におけるこれまでの審議の内容を踏まえ、現時点における到達点を整理するとともに、今後の検討につき一定の方向性を示すものである。秋以降の専門調査会において、経済団体、消費者団体等からのヒアリングも行い、この中間取りまとめに対する意見を幅広く聴取した上で、引き続き調査審議を行い、検討を深めていく必要がある。

(13) 特定商取引法専門調査会における「中間整理」

特定商取引法の見直しについては社会経済情勢の変化やそれに伴う消費者トラブルの変化に応じて改正が行われ、最近では平成20年にかなり大幅な改正が行われた。この平成20年改正では、その附則で、改正法施行後5年経過時の検討が定められており、特定商取引法を所管する消費者庁と経済産業省は、特定商取引法関連の消費者被害の実態把握等を行うため「特商法関連被害の実態把握等に係る検討会」を開催し、その報告書が平成26年8月に公表されている。こうした状況を踏まえ、当委員会は平成27年1月に内閣総理大臣からの諮問を受け、特定商取引法専門調査会を設置し、法律の施行状況を踏まえた購入者の利益の保護及び特定商取引法の適正化を図るための規律の在り方について調査審議を行い、第11回特定商取引法専門調査会における議論により「消費者委員会 特定商取引法専門調査会 中間整理」が作成された。

同「中間整理」は専門調査会におけるこれまでの審議状況を整理したもので、今後はこの中間整理についての消費者、事業者双方の意見を受け、また、関係団体のヒアリングなども実施し、そこで示された意見に十分配慮した上で、引き続き検討を深めていく必要がある。

(平成27年11月記)

## 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43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3次消費者委員会の活動（平成26年9月～平成27年8月）

消費者委員会は、平成26年9月1日から平成27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32回の消費者委員会本会議を開催した（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202回の委員会本会議を開催したこととなる。

委員会本会議においては、消費者問題に係るさまざまな事項を調査審議していく中で、必要に応じ、消費者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。

また、消費者委員会は、委員会本会議に向けた準備会合として「委員間打合せ」を随時開催し、さまざま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3次消費者委員会では、この1年間に計41回開催した（資料1-2-2）。

## 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・監視等について

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。

第2期「消費者基本計画」（平成22年3月30日閣議決定）については平成27年3月末に計画期間としての5年間が経過したため、新たに平成27年度からの5年間を対象とする第3期「消費者基本計画」（平成27年3月24日閣議決定）の策定に当たり、消費者委員会としては、消費者庁から、委員間打合せ等を通じて、随時、その検討状況についてヒアリングを重ね、審議を行った。

#### （1）消費者基本計画の検証・評価・監視等に係る関係省庁ヒアリング等

第3期「消費者基本計画」（平成27年3月24日閣議決定）の策定に向けた関係省庁ヒアリングについては、平成27年1月27日及び2月3日の2回の委員会本会議（第182回、第183回）において行った。テーマについては、「地方消費者行政の体制整備の推進等」、「高齢者向け住まい」、「エステ・美容医療サービスに関する消費者問題」の3つを選定し、実施状況や今後の取組等についてヒアリングを行った（資料2-1-1）。さらに、同年2月10日に「消費者委員会委員と消費者団体ほか関係団体等との意見交換会」を開催し、第3期消費者基本計画に盛り込むべき施策について意見交換を行った。

上記の関係省庁ヒアリングや関係団体との意見交換の結果等を踏まえ、第184回消費者委員会本会議（平成27年2月17日）において「次期消費者基本計画の素案（平成27年2月）等に対する意見」を取りまとめ、第3期消費者基本計画の策定において特に留意すべき事項や具体的に検討すべき課題を提示し、関係省庁に対して、原案に反映することを求めた（資料2-1-2）。

#### （2）消費者基本計画に係る答申について

平成27年3月10日付で、内閣総理大臣から消費者基本計画の案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186回消費者委員会本会議（平成27年3月10日）において同計画の原案について消費者庁から報告を聴取した。同日の委員会本会議で求められた修正については委員長に一任の下、3月13日付で、消費者基本計画の案については、同法の趣旨に鑑み妥当である旨の答申を行った（資料2-1-3）。

## 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調査の「建議」は、同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1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3次消費者委員会はこの1年間で以下の建議を行った。

### (1) 教育・保育施設等における事故情報の収集及び活用に関する建議

消費者委員会では、平成23年度に、幼稚園や保育所等の教育・保育施設等における消費者事故の拡大及び再発の防止を図る観点から、内閣府特命担当大臣（消費者）、文部科学大臣及び厚生労働大臣等に対して、「消費者安全行政の抜本的強化に向けた対応策についての建議」（平成23年7月22日）を行った。この建議では、「消費者安全法における重大事故等の通知義務については、関係省庁によって十分に遵守されていたと言いはし難いし、消費者庁も個別に遵守を督促していなかったとみられる。また、一部の公共施設や商業施設等、事故の発生場所によっては、必ずしも関係省庁から消費者庁に通知される仕組みとなっていないものもみられ、重大事故等の通知に遅れや漏れが生じている。」と指摘し、こうした状況を抜本的に改善するため、消費者庁及び関係省庁においては、「消費者安全法に係る通知義務が励行されるよう督促するほか、消費者庁と関係省庁間で通知の遅滞等が生じた各事例に関して、定期的な協議の場を設けて改善を図ること」等を求めたところである。

しかし、消費者委員会が調査審議を行った結果、教育・保育施設等における事故情報の収集及び活用は、依然として不十分であることが判明したため、関係府省庁のほか、有識者、事業者団体からヒアリングを行ったほか、実態調査等を重ね、調査報告書を作成した。

こうした検討の結果を踏まえ、第177回消費者委員会本会議（平成26年11月14日）において、事故情報の収集、事故情報の分析及び活用について建議を取りまとめ、内閣府特命担当大臣（消費者、少子化対策）、文部科学大臣及び厚生労働大臣に対して発出した（資料2-2-1）。

消費者委員会では、本建議への対応について、各大臣に対して、平成27年5月までにその実施状況の報告を求めた。

### (2) 美容医療サービスに係るホームページ及び事前説明・同意に関する建議

消費者委員会では、平成23年12月21日に「エステ・美容医療サービスに関する消費者問題についての建議」を発出し、美容医療サービスに関しては、厚生労働大臣及び内閣府特命担当大臣（消費者）に対して、不適切な表示（広告）の取締

まりの徹底及び消費者への説明責任の徹底等を求めた。

この建議を受けて、厚生労働省は、平成24年9月、医療法に関する「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（医療機関ホームページガイドライン）」（以下「医療機関ホームページガイドライン」という。）を策定した。また、平成25年9月、美容医療サービス等の自由診療におけるインフォームド・コンセントに関して特に留意すべき事項をまとめた「美容医療サービス等の自由診療におけるインフォームド・コンセントの取扱い等について」を都道府県知事、保健所設置市の市長及び東京都の特別区の区長に通知する対策を講じた。

当委員会は平成23年度の建議後、消費者基本計画の検証・評価・監視の機会等を捉え、厚生労働省に対してこれまで講じてきた取組の効果について十分に検証・評価を行い、十分でない点があれば法規制を含め、さらに必要な措置を講ずる必要があるということ再三指摘してきたところである。

しかしながら、美容医療サービスを受ける消費者が増加する中で、美容医療サービスに関する身体被害を含む消費者トラブルは発生し続けており、全国消費生活情報ネットワーク・システムに登録された美容医療サービスの相談件数は減少するどころか、当委員会が建議を行った平成23年度に約1,600件であったものが、平成26年度には約2,600件に増加しており厚生労働省が講じた対策では効果が十分とはいえない状況にある。

そのため、当委員会では、このような経緯から、関係省庁、関係団体等からヒアリングを行うとともに検討を行い、調査報告書を作成した。

こうした検討の結果を踏まえ、第196回消費者委員会本会議（平成27年7月7日）において、医療機関のホームページの情報提供の適正化、事前説明・同意の適正化、苦情相談情報の活用について建議を取りまとめ、厚生労働大臣に対して発出した（資料2-2-2）。

消費者委員会では、本建議への対応について、厚生労働大臣に対して、平成28年1月までにその実施状況の報告を求めた。

### （3）電子マネーに関する消費者問題についての建議

インターネット取引の拡大に伴って、クレジットカードや電子マネーなど支払手段が多様化している。これらの支払手段のうち、クレジットカード取引については、当委員会は、平成26年8月26日に「クレジットカード取引に関する消費者問題についての建議」を発出し、経済産業省に対して、加盟店管理の徹底など消費者保護のための制度整備を求め、同省においても、割賦販売法に基づく規制の強化に向けて検討が進められている。

一方、電子マネーの利用拡大に伴って、消費者問題も発生している。全国消費生活情報ネットワーク・システムに登録された電子マネーに関する消費者から

の相談の件数は、平成 17 年度から平成 26 年度の間で約 80 倍に増加している。相談事例をみると、加盟店の悪質な行為が原因で生じる被害や電子マネーの ID が詐取される被害などが発生しており、電子マネーの健全な市場が形成されているとは言い難い状況にある。消費者が安心して電子マネーを利用できる環境の整備を進める必要がある。

消費者基本計画（平成 27 年 3 月 24 日閣議決定）において、「多様な決済手段に関連する消費者トラブルへの対応について検討し、必要な取組を推進する」こととされていることも踏まえ、当委員会は、電子マネーに関する消費者問題が発生している原因や背景を探るべく、調査審議を行ってきた。

その結果、電子マネー発行業者の加盟店の管理及び苦情処理体制が十分でないこと、電子マネーの ID を詐取されることによる被害の防止対策が十分でないこと、電子マネーの特徴や利用に関する留意点の消費者への教育や情報提供が十分でないことなどの課題が明らかになった。

また、電子マネーはクレジットカードと決済の仕組みが類似しており、これまでクレジットカードを媒介としていた消費者問題が、クレジットカードに対する規制の強化に伴って、比較的規制の緩やかな電子マネーに移行していくことが懸念される。

そのため、当委員会において、関係府省庁のほか、有識者、事業者団体からヒアリングを行ったほか、実態調査等を重ね、調査報告書を作成した。

こうした検討の結果を踏まえ、第 201 回消費者委員会本会議（平成 27 年 8 月 18 日）において、加盟店管理及び苦情処理体制の整備、電子マネーの ID を詐取されることによる被害の防止対策、消費者教育及び情報提供について建議を取りまとめ、内閣府特命担当大臣（金融）に対して発出した（資料 2 - 2 - 3）。

消費者委員会では本建議の対応について、内閣府特命担当大臣（金融）に対して、平成 28 年 2 月までにその実施状況の報告を求めた。

#### （４）商業施設内の遊戯施設における消費者安全に関する建議

子どもが楽しく遊ぶはずの商業施設内の遊戯施設において、消費者安全法の重大事故等に該当すると思われる骨折等の事故が起きている。ここでいう商業施設とは、具体的には、ショッピングセンター、家電量販店、遊園地、テーマパーク並びに小売業、飲食業及び娯楽業が主催する屋内外イベント会場等が該当する。また、遊戯施設とは、子どもが体を動かして遊ぶことを目的とした施設及び遊具、すなわち、屋内遊戯施設、複合アスレチック、エア遊具、ジャンピング遊具、ボールプール等が該当する。

消費者庁の事故情報データベースには、平成 20 年度から平成 26 年度までの

7年間で骨折等の治療期間1か月以上の事故が28件登録されており、平成26年度に発生したものは5件であった。しかしながら、当委員会の調査によれば、平成26年度だけで少なくとも88件の骨折等の事故が発生していることが明らかとなり、事故情報が十分に把握されていない事実が浮かび上がってきた。

また、当委員会が遊戯施設を実地調査した結果、施設面や運営面で子どもが安全に遊ぶのに不安のある施設も見受けられた。さらに、未就学児を持つ保護者、遊戯施設の運営事業者、遊具メーカー、関係省庁等からの聞き取り調査から、事業者には安全対策の内容に差がみられ、保護者への安全管理責任に関する説明が必ずしも十分でないこと等が判明した。

この背景には、商業施設内の遊戯施設における、明確な安全基準がなく、指導監督に当たる行政機関も定められていない（いわゆる「すき間」である。）ため、事故情報の収集や、事業者に対する指導監督が行われていないことがある。

そのため、当委員会において、関係府省庁のほか、有識者、事業者団体からヒアリングを行ったほか、実態調査等を重ね、調査報告書を作成した。

こうした検討の結果を踏まえ、第202回消費者委員会本会議（平成27年8月28日）において 商業施設内の遊戯施設における消費者安全に関する取組の強化、事故情報の収集、事故情報の活用、専ら経済産業省が所管する商業施設内の遊戯施設を除く遊戯施設への安全対応、関係行政機関への情報提供及び消費者への注意喚起について建議を取りまとめ、内閣府特命担当大臣（消費者）及び経済産業大臣に対して発出した（資料2-2-4）。

消費者委員会では、本建議への対応について、各大臣に対して、平成28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意見等

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、前述の「建議」に加えて、「提言」及び「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ほかに、以下の意見表明等を行った。

#### （1）いわゆる名簿屋等に関する今後検討すべき課題についての意見

当委員会は、政府の高度情報通信ネットワーク社会推進戦略本部が平成26年6月24日付けで決定した「パーソナルデータの利活用に関する制度改正大綱」（以下「大綱」という。）に対し、平成26年7月15日付けで「『パーソナルデータの利活用に関する制度改正大綱』に関する意見」を公表した。

本意見では、いわゆる名簿屋等により販売された個人情報については、大綱が示す対策だけでなく、早急に実効的な対策の在り方を検討する必要があるとして、5つの視点(特定可能性が低減されていない個人情報の移転についての第三者機関等の関与、名簿等の個人情報リストを入手・保有する事業者の責任の明確化等)を提示した。

当委員会では、本視点に基づき、平成26年8月19日に開催した第169回消費者委員会本会議で経済産業省及び消費者庁からヒアリングを行ったほか、2度にわたり有識者ヒアリングを行うなど、引き続き調査審議を行った上で、本視点に係る制度改正の在り方をより具体的に述べるものとして、いわゆる名簿屋等に関する今後検討すべき課題について、平成26年9月9日の第171回本会議において、第三者提供時のオプトアウト手続の適正化と提供を受ける側の事業者の責任の明確化、不正取得された個人情報の流通の防止、本人同意原則によらずに流通した個人情報の利用停止・消去、個人データのトレーサビリティの確保、加工された個人データの取扱い、いわゆる名簿屋等に対する業規制への対応を求めることを内容とする「いわゆる名簿屋等に関する今後検討すべき課題についての意見」を更に取りまとめ、内閣官房及び消費者庁に取組を求めた(資料2-3-1)。

なお、個人情報の保護に関して、個人情報の保護に関する法律及び行政手続における特定の個人を識別するための番号の利用等に関する法律の一部を改正する法律が平成27年9月3日に成立、同月9日に公布されている。

## (2) 河上委員長発言 - 商品先物取引法施行規則等の改正について -

消費者委員会では、平成25年11月に、「商品先物取引における不招請勧誘禁止規制に関する意見」を取りまとめ、商品先物取引における不招請勧誘禁止規制を緩和すべきでないことを公表した。

しかしながら、経済産業省及び農林水産省は、平成26年4月5日、商品先物取引における不招請勧誘禁止規制の緩和を内容とする「商品先物取引法施行規則」及び「商品先物取引業者等の監督の基本的な指針」の改正案を公表して意見公募手続を開始した。当委員会としては、この改正案が、消費者保護の観点からみて、重大な危険をはらむものであることに鑑み、その再考を強く求める意見書を同年4月8日に公表した。その後、消費者庁を含む3省庁間で協議が行われた結果、平成27年1月23日、経済産業省及び農林水産省は、商品先物取引における不招請勧誘を規制する「商品先物取引法施行規則」を改正し、新たな「商品先物取引業者等の監督の基本的な指針」を公表した。

当委員会では、同年1月27日の第182回消費者委員会本会議において、上記の3省庁からヒアリングを行ったが、消費者保護の観点から懸念が拭えなかつ

たことから、河上委員長より2月17日の記者会見で発言を行った（資料2 - 3 - 2）。

上記の「発言」では、懸念が拭えなかった点について次の3点を指摘した。第一に、本省令では、契約を締結できる基準について事前に説明する義務を課す、年齢、収入に関する条件を設ける等、契約締結と契約内容に制限を設けた上で、勧誘行為を認める結果になる。しかし、不招請勧誘の禁止は法律において規定されたものであり、それを緩めることを省令で規定することがどこまで論理的に可能なのかという問題がある。

第二に、本省令では契約締結の条件として、適合性原則や事前の説明義務の徹底が規定されているが、立法の際にこれらの措置では被害防止には不十分であると判断され、不招請勧誘が禁止されたもので、本省令は、このような立法の趣旨に反するものであり、問題が大きい。

最後に、実質的に消費者被害を防止できないのではないかという点である。新監督指針においては、説明の際に、「勧誘条件を満たさないことが判明した場合には、速やかに電話を切る等の対応を行わなければならない」とあり、逆にいえば、年齢、収入等の条件を満たさないことが判明しなければ、事実上勧誘することになりかねない。

以上の点を踏まえ、本省令が施行される場合には、関係省庁において施行前に想定される消費者被害の発生を防止するために最大限取り組むべきであり、勧誘に対する苦情相談が増加に転じる兆しが少しでも見えたときには、直ちに省令を見直すべきであるとした。

### （3）河上委員長発言 - ノンアルコール飲料への特保認可について -

平成26年8月5日に消費者委員会が特定保健用食品としての表示許可は不相当との答申を発出したノンアルコール飲料2品目について、平成27年2月18日、消費者庁長官が当該申請品に対する表示許可を行ったため、河上委員長より同年2月19日の記者会見において発言（資料2 - 3 - 3）を行った。

上記の「発言」では、表示許可を不相当としたことについて、ノンアルコール飲料が特保になることで、健康によいイメージに引かれて未成年者の飲用が懸念されること、ノンアルコール飲料が未成年者のアルコールへの入り口となることを懸念したところであるとした。また、消費者庁は認可の条件として、酒類に関する事業者団体、酒類に関する連絡協議会のノンアルコール飲料に関する取組に準拠して取り組むことを求め、遵守されない場合には、許可の取消しもあり得るという説明をしていることについて、委員会の答申の趣旨を尊重して配慮がされたものと理解するとした。

他方で、厚生労働省の調査研究によると、ノンアルコール飲料が30%近い中

高生に飲まれているという結果が出ており、酒類に関する事業者団体のノンアルコール飲料に関する取組のみに依拠して未成年者への配慮が担保され得るかという点については、なお懸念があるとした。さらに、国民の健康増進に寄与する食品であることを示す特保のマークが付された新たなノンアルコール飲料が市場に流通することについて、それが20歳以上の成人向けであることを分かりやすく目立つ形で明確にするなど、未成年者に飲用されることがないようにするための販売・広告上の工夫がしっかりとなされることが期待されたとした。

#### 4. 諮問を受けて答申を行った事項

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。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<sup>1</sup>。

##### （1）特定保健用食品の表示許可に係る答申について

消費者庁長官が特定保健用食品の表示許可をするに当たっては、「健康増進法」に基づき定められた「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」により、その製品の安全性及び効果について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。

上記による内閣総理大臣からの諮問に関し、消費者委員会新開発食品調査部会において審議を行った結果、平成26年11月に1品目（資料2-4-1-1）、平成27年3月に6品目（資料2-4-1-2）、同年4月に3品目（資料2-4-1-3、資料2-4-1-4）、同年6月に1品目（資料2-4-1-5）、同年7月に2品目（資料2-4-1-6）、同年8月に12品目（資料2-4-1-7、資料2-4-1-8、資料2-4-1-9）について答申を行った。

##### （2）食品表示基準に係る答申について

平成27年3月31日まで、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ようとするとき、農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律（昭和25年法律第175号。以下「JAS法」という。）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とき、あるいは内閣総理大臣が、食品表示法第4条において規定する食品に関する表示の基準を定めようとするときに、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た。また、食品表示法施行に伴い、平成27年4月1日以降については、食品衛生法に基づき、内閣総理大臣が、販売の用に

<sup>1</sup> 「消費者基本計画の変更について」は本章1.(2)を参照。

供する容器包装等の表示の基準を定めようとするとき、また、内閣総理大臣が、食品表示法第4条において規定する食品に関する表示の基準を定めようとするときに、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。

上記による内閣総理大臣からの諮問に関し、消費者委員会食品表示部会において審議を行い、平成27年11月に2件(資料2-4-2-1、資料2-4-2-2)、同年12月に4件(資料2-4-2-3、資料2-4-2-4、資料2-4-2-5、資料2-4-2-6)の答申を行った。

なお、上記の答申のうち、平成27年12月の2件(資料2-4-2-3、資料2-4-2-4)については、消費者委員会本会議においても審議を行い、答申書に付帯意見を付けた上で発出した。

### (3) 家庭用品品質表示法の告示改正に関する消費者委員会への諮問

家庭用品品質表示法について、表示の標準となる事項を制定、変更等を行うときは、同法11条に基づき、消費者委員会に諮問しなければならないとされている。

これにしたがい、家庭用品品質表示法第3条の規定に基づく繊維製品品質表示規程(告示)における遵守事項の見直しについて、内閣総理大臣からの諮問を受け、消費者委員会本会議において審議を行った結果、平成26年12月16日付けで、家庭用品品質表示法の趣旨に鑑み妥当である旨、答申した(資料2-7-1)。

### (4) 特定商取引法施行令の改正に関する消費者委員会への諮問

特定商取引に関する法律における適用除外規定に関する政令の制定又は改廃に当たっては、消費者委員会に諮問しなければならないとされている。

これにしたがい、特定商取引に関する法律施行令の一部改正についての内閣総理大臣からの諮問を受け、消費者委員会本会議において審議を行った結果として、平成27年3月3日に1件(資料2-7-2)、同年7月14日に1件(資料2-7-3)、いずれも特定商取引に関する法律の趣旨に鑑み妥当である旨、答申した。

## 5. 消費者庁からの付議を受けて回答を行った事項

家庭用電気料金の値上げや、NTT東西の加入電話、公衆電話、ISDNの料金に係る基準料金指数の改定等、重要な公共料金の改定については、所管省庁が認可するに当たり、物価問題に関する関係閣僚会議に付議することとされている。消費者委員会は、消費者庁より、所管省庁と消費者庁が関係閣僚会議に共同付議を行

うための付議を受け、回答としての意見を公表している。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意見としては以下のものがある。

(1) 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26年7月31日、北海道電力株式会社から経済産業省へ家庭用電気料金の値上げ認可申請がなされた。同申請は、原価算定期間中の2度目の値上げであり、電源構成変分認可制度<sup>2</sup>(一般電気事業供給約款料金算定規則第19条の2、以下「電変」という。)に基づく初めての申請となった。同申請について、同年9月29日に総合エネルギー調査会電力・ガス事業分科会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、「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、消費者庁は消費者委員会に対し、当該協議内容に関する意見を求める付議を行った(資料2-5-1-1)

これを受けて、消費者委員会の公共料金等専門調査会における家庭用電気料金の値上げ認可申請に関する調査会(第3章3.(1)を参照)では、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(同年10月2日)で開催し、同意見交換会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10月6日に意見を取りまとめ、第173回消費者委員会本会議(同年10月7日)で報告した。

同意見では、審査プロセスの透明性等について評価しつつ、個別項目の更なる改善を求めるとともに、消費者のための激変緩和措置に関する具体的な方策を速やかに明らかにし、適切に実施すべきであるとした。特に、電力需要量の大きいオール電化世帯の負担増については、北海道電力がオール電化を推進してきた経緯にも鑑み、料金メニュー間での不公平が生じないことにも十分留意した対策を実施すべきであること等を求めた。消費者委員会では同日付けで消費者庁に対し、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(資料2-5-1-2)。

その後、消費者庁では、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、同年10月14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、

---

<sup>2</sup> 一般電気事業者の電気料金について、料金値上げの認可を経ていることを条件に、当該原価算定期間内において、社会的経済的事情の変動による電源構成の変動があった場合に、総原価を洗い替えることなく、当該部分の将来の原価の変動(燃料費等)を料金に反映させる料金改定を認めるもの。

北海道電力の家庭用電気料金の値上げ幅は、申請した 17.03%から 15.33%に、さらに激変緩和措置として値上げ実施から 5 か月間は 12.43%に圧縮され、実施時期については、同年 11 月 1 日とされた。北海道電力では、査定方針を踏まえ値上げ幅を 15.33%(激変緩和措置により実施から 5 か月間は 12.43%)に変更した申請を同年 10 月 18 日に行い、政府は同日認可を行った。

## (2) 関西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 26 年 12 月 24 日、関西電力株式会社から経済産業省へ家庭用電気料金の値上げ認可申請がなされた。同申請は、原価算定期間中の 2 度目の値上げであり、電変に基づく申請となった。同申請について、平成 27 年 4 月 21 日に総合エネルギー調査会電力・ガス事業分科会電気料金審査専門小委員会が「関西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、「関西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、消費者庁は消費者委員会に対し、当該協議内容に関する意見を求める付議を行った(資料 2 - 5 - 2 - 1)。

これを受けて、消費者委員会の公共料金等専門調査会における家庭用電気料金の値上げ認可申請に関する調査会(第 3 章 3 .(1)を参照)では、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大阪(平成 27 年 4 月 27 日)で開催し、同意見交換会で出された意見や事前に実施した関西電力へのヒアリング内容等を踏まえ、同年 5 月 1 日に意見を取りまとめ、第 190 回消費者委員会本会議(同年 5 月 8 日)で報告した。

同意見では、審査プロセスの透明性等について評価しつつ、個別項目の更なる改善をすること、また、チェックポイントで指摘した健康保険料の事業主負担割合の引下げ、普及開発関係費等の削減、寄付金・団体費等の諸経費等の削減、資産の売却、グループ会社の利益剰余金の取崩し等によるグループ全体の経営効率化にも徹底して取り組むこと等を求めた。消費者委員会では同日付けで消費者庁に対し、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(資料 2 - 5 - 2 - 2)。

その後、消費者庁では、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 27 年 5 月 15 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、関西電力の家庭用電気料金の値上げ幅は、申請した 10.23%から 8.36%に、さらに、激変緩和措置として値上げ実施から 4 か月間は 4.62%に圧縮され、実施時期については、同年 6 月 1 日とされた。関西電力では、査定方針を踏まえ値上げ幅を 8.36%(激変緩和措置により実施から 4 か月間は 4.62%)に変更し

た申請を同年 5 月 18 日に行い、政府は同日認可を行った。

### (3) 東日本電信電話株式会社及び西日本電信電話株式会社の提供する特定電気通信役務の基準料金指数の設定」等に関する消費者委員会の意見

東日本電信電話株式会社及び西日本電信電話株式会社(以下「NTT 東西」という。)の提供する加入電話等に係る料金について、平成 12 年 10 月 1 日以降、プライスカップ制度が導入されている。また、プライスカップ制度の料金水準の上限を示す基準料金指数を総務省が設定するに当たって必要となる生産性向上見込率である X 値については、3 年ごとに見直しが行われることになっている。NTT 東西の加入電話、公衆電話、ISDN の料金に関わる基準料金指数の算出方法の設定又は変更は、物価問題に関する関係閣僚会議に付議する公共料金等となっており、付議するに当たり、消費者庁より平成 27 年 6 月 10 日に消費者委員会の意見を求められた(資料 2 - 5 - 3 - 1)。

これを受けて、消費者委員会の公共料金等専門調査会(第 3 章 3 . を参照)においては、総務省からヒアリングを行い、同年 6 月 11 日に意見を取りまとめ、第 194 回消費者委員会本会議(同年 6 月 16 日)で報告し、消費者委員会は同日、消費者庁及び総務省へそれぞれ意見を発出した(資料 2 - 5 - 3)。

同意見では、総務省からの報告等により、平成 27 年度から平成 29 年度までの X 値を算定するに当たり、NTT 東西の収入予測、NTT 東西の費用予測、適正報酬額の予測、消費者物価指数変動率の予測が行われていること等について妥当性を確認することができたため、設定案の内容は、妥当であると認められるとした。なお、周知期間においては、基準料金指数の設定に当たっての算定の考え方等について、総務省は、消費者への分かりやすく丁寧な説明に努めるものとした。留意事項として、基準料金指数と実際料金指数については、平成 17 年 10 月以降、乖離が生じている事態が続いており、プライスカップ制度が経営効率化のインセンティブとして十分に機能していないことが懸念されるとした。この問題に対してどのように対応していくのか、平成 30 年度の設定に向けて、プライスカップ制度の在り方も含め、総務省としての考え方を整理するとともに、その際、消費者団体等の意見を適切に反映するよう努められたいとした。

その後、消費者委員会の意見等を踏まえ、消費者庁と総務省間で合意された基準料金指数の設定案は、平成 27 年 6 月 26 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。

## 6 . 消費者委員会からの建議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が取りまとめてきた建議、提言・意見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。

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)「クレジットカード取引に関する消費者問題についての建議」のフォローアップ

当委員会が平成26年8月26日に取りまとめた「クレジットカード取引に関する消費者問題についての建議」では、関係省庁(経済産業大臣、内閣府特命担当大臣(消費者))に対して、平成27年2月までに本建議への対応について、実施状況を求めていた。

当委員会は、平成27年2月に関係省庁から書面の提出を受けたことを受けて、第188回消費者委員会本会議(平成27年3月24日)において、関係省庁から報告を受けた(資料2-6-1)。

この報告を受けて、当委員会としては、経済産業省に対して、加盟店の管理の徹底に係る制度整備のうち、特に翌月払い、マンスリークリア取引における抗弁の接続等の整備については、産業構造審議会商務流通情報分科会割賦販売小委員会(以下「小委員会」という。)において、消費者被害の発生防止のための方策について、引き続き審議が進められることから、当委員会での建議の趣旨がその中でできるだけ実現されることを期待するとした。

次に、クレジットカード取引に関する消費者教育、情報提供の充実については、日本クレジット協会のパンフレットが非常に分かりやすい形で消費者に情報提供ができる内容になっていることから、こうした情報提供も更に推し進めていくことを要望した。

また、消費者庁に対しては、消費者教育用にさまざまな教材等があるが、よりそれらの教材が使われていくように、消費者庁のウェブサイトで消費者が情報を見つけやすくするよう工夫をするよう求めた。

その後、小委員会において報告書が取りまとめられたことから、第198回消費者委員会本会議(平成27年7月31日)にて経済産業省から、報告書の内容について報告を受けた。この報告を受けて、当委員会は、小委員会の報告書では、加盟店管理の徹底に係る制度整備に関し、アクワイアラー等に対して悪質加盟店を適切に排除する体制の構築を求めるとし、少なくとも違法又は違法の疑いが極めて強い取引については、対応を求めることが必要だとしてい

る点で、当委員会の建議にも沿った内容として評価した。

一方で、翌月一括払いのマンスリークリアの取引における抗弁の接続あるいは苦情処理義務といった 이슈アーに係る制度的な措置を追加的に課すべき状況にはないとしている点については、これは当委員会の見解とは若干異なるところがあるが、経済産業省において、クレジットカード取引における消費者被害を防止するために、できるところから適切な措置を講じることを求めた。

## (2)「教育・保育施設等における事故情報の収集及び活用に関する建議」のフォローアップ

当委員会が平成 26 年 11 月 4 日に取りまとめた「教育・保育施設等における事故情報の収集及び活用に関する建議」では、関係省庁(内閣府特命担当大臣(消費者、少子化対策)、文部科学大臣、厚生労働大臣)に対して、平成 27 年 5 月までに本建議への対応について、実施状況の報告を求めている。

当委員会は、平成 27 年 5 月に関係省庁から書面の提出を受けたことを受けて、第 195 回(平成 27 年 6 月 23 日)消費者委員会本会議において、関係省庁から報告を受けた(資料 2 - 6 - 2)。

教育・保育施設等において子どもの事故が発生した場合、政府全体として事故の発生状況を的確に把握することについては、「教育・保育施設等における重大事故の再発防止策に関する検討会」において検討が進められ、消費者庁も協力の上、検討会の中間取りまとめに基づいて、事故情報を把握するための通知が平成 27 年 2 月に発出されており、また、事故情報を収集する仕組みのないベビーシッター事業や小規模な認可外保育施設についても仕組みを構築するための取組を進めており、当委員会として高く評価した。

一方、無認可保育所において男児が浴槽で溺死するという悲惨な事故も発生している。子どもの事故の再発防止の対策は急務であり、消費者庁と関係省庁が連携して取り組み、集約した事故情報の活用などに取り組むこと、また、上記中間取りまとめ後の残された検討課題については平成 27 年秋を目途に取りまとめられる予定とされており、引き続き検討し、建議の趣旨が実現することを期待するとした。

### 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ている。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、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)、消費者契約法専門調査会、特定商取引法専門調査会、特定保健用食品等の在り方に関する専門調査会、食品ワーキング・グループ、消費者行政における新たな官民連携の在り方ワーキング・グループに委員、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(前掲資料1-1-4を参照)。

#### 1. 新開発食品調査部会

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(資料3-1-1-1、3-1-1-2)。

この1年間では、部会が計8回(第20回～第27回)、懇談会が1回開催され、特定保健用食品の表示許可に係る調査審議等が行われた(資料3-1-1-3)。

##### (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(資料3-1-2-1)。

この1年間では計6回(第20回から第25回)開催され、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等が行われた(資料3-1-2-2)。

##### (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、消化吸収、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(資料3-1-3-1)。

この1年間では計4回(第16回から第19回)開催され、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等が行われた(資料3-1-3-2)。

## 2．食品表示部会

食品表示部会は、食品衛生法や食品表示法に基づき内閣総理大臣から諮問があった場合などに、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（資料3 - 2 - 1、3 - 2 - 2）。平成27年4月1日より、新たな食品表示法が施行されたことに伴い、食品衛生法に基づき、内閣総理大臣が、販売の用に供する容器包装等の表示の基準を定めようとするとき、また、内閣総理大臣が、食品表示法第4条において規定する食品に関する表示の基準を定めようとするときに、消費者委員会の意見を聴くこととされることになった<sup>3</sup>。

この1年間では計6回（第31回～第36回）開催され、平成25年6月に成立した食品表示法において規定されている食品表示基準の策定等のほか、遺伝子組換えに関する表示に係る加工食品品質表示基準第7条第1項及び生鮮食品品質表示基準第7条第1項の規定に基づく農林水産大臣の定める基準の改正、食品衛生法第19条第1項の規定に基づく乳及び乳製品並びにこれらを主要原料とする食品の表示の基準に関する内閣府令（以下「乳等表示基準府令」という。）の改正について議論が行われた（資料3 - 2 - 3）。

食品表示法における食品表示基準に係る審議は、消費者庁によるパブリックコメント実施後に諮問された基準案に対し、第165回委員会（平成26年7月8日）で阿久澤良造部会長が委員会に報告を行った「栄養表示に関する調査会、生鮮食品・業務用食品の表示に関する調査会、加工食品の表示に関する調査会報告書とりまとめ」の内容を対比しつつ、審議が行われた。

また、食品表示基準の一部として諮問のあった機能性表示食品に係る審議については、機能性表示制度全般について確認を行うため、消費者委員会本会議において審議が行われた。食品表示部会は委員会の要請にしたがい、諮問の内容が食品表示として適当であるか否かの審議を行い、その結果は、制度全般に係る委員意見も含めて、阿久澤部会長から第178回委員会（平成27年12月2日）で報告が行われた。

## 3．公共料金等専門調査会

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（資料3 - 3 - 1 - 1、3 - 3 - 1 -

---

<sup>3</sup> 平成27年3月31日以前は、食品衛生法に基づき、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ようとするとき、また、農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律（昭和25年法律第175号。以下「JAS法」という。）に基づき、農林物資のうち飲食物品の品質の表示の基準を定めようとするとき、また、食品表示法第4条において規定する食品に関する表示の基準を定めようとするときに、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た。

2)。

この1年間では計3回(第11回から第13回)、消費者庁の協力も得て開催された(資料3-3-1-3)。第11回専門調査会では、公共料金の中長期的課題についての今後の検討スケジュールについて議論を行った。第12回専門調査会では、NTT東西プライスカップ制度の基準料金指数の設定案について総務省からヒアリングを行い、設定案に対する意見<sup>4</sup>を取りまとめた。第13回専門調査会では、電力小売自由化における諸外国の現状と課題について有識者ヒアリングを行った。

#### (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(資料3-3-2-1、3-3-2-2)。

この1年間では、北海道電力及び関西電力による家庭用電気料金の再値上げ認可申請を受け、消費者庁の協力も得て、計5回開催された(資料3-3-2-3)。経済産業省や電力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、北海道電力及び関西電力からの申請に対する意見<sup>5</sup>を取りまとめた。

#### 4. 消費者契約法専門調査会

消費者契約法専門調査会は、平成26年8月に内閣総理大臣より諮問のあった、消費者契約法における契約締結過程及び契約条項の内容に係る規律等の在り方について、調査審議を行うために設置された専門調査会である(資料3-4-1、3-4-2)。

第175回消費者委員会本会議(平成26年10月21日)で設置され、平成26年11月4日に第1回専門調査会を開催し、平成27年8月までに計17回の会議を開催し、調査審議を行った(資料3-4-3)。

8月7日に開催した第17回専門調査会では、それまでの審議の内容を踏まえ、この時点における到達点を整理するとともに、今後の検討の方向性を示すもの

---

<sup>4</sup> NTT東西プライスカップ制度の基準料金指数の設定案に関する意見については、第2章5.(3)を参照。

<sup>5</sup> 北海道電力及び関西電力による家庭用電気料金の再値上げ認可申請に関する意見については、第2章5.(1)及び(2)を参照。

として「中間取りまとめ」(資料3-4-4)をまとめ、第200回消費者委員会本会議(平成27年8月11日)でその内容が報告された。

#### 5. 特定商取引法専門調査会

特定商取引法専門調査会は、平成27年1月に内閣総理大臣より諮問のあった、特定商取引に関する法律の施行状況を踏まえた購入者等の利益の保護及び特定商取引の適正化を図るための規律の在り方について、調査審議を行うために設置された専門調査会である(資料3-5-1、3-5-2)。

第181回消費者委員会本会議(平成27年1月20日)で設置され、平成27年3月5日に第1回専門調査会を開催し、同年8月までに計11回の会議を開催し、調査審議を行った(資料3-5-3)。

8月25日に開催した第11回専門調査会では、「中間整理」(資料3-5-4)として、それまでの審議状況を整理し、第202回消費者委員会本会議(平成27年8月28日)でその内容が報告された。

#### 6. 特定保健用食品等の在り方に関する専門調査会

特定保健用食品等の在り方に関する専門調査会は、消費者委員会食品ワーキング・グループが第193回委員会で報告を行った「特定保健用食品等の在り方に関する論点整理」(資料3-7-4)を受け、特定保健用食品を含む健康食品全般の表示・広告や特定保健用食品の制度及び運用の見直し、特定保健用食品の情報開示等について調査審議を行うため、設置された専門調査会である(資料3-6-1、3-6-2)。

平成27年8月5日に第1回会合を開催し、平成28年3月を目途に報告書を取りまとめ、委員会に報告を行う予定である(資料3-6-3)。

#### 7. 食品ワーキング・グループ

食品ワーキング・グループは、食品の安全・表示等における委員会の主要検討課題について、当該課題に専門的知見を有する有識者等の協力を得つつ、集中的に調査審議を行い、その結果を委員会に報告するために設置されたワーキング・グループである(資料3-7-1、3-7-2)。

この1年間では計2回(第3回、第4回)開催され、トランス脂肪酸の安全と表示についてと、特定保健用食品等の在り方についての議論が行われた。

議論の結果は報告としてまとめられ、トランス脂肪酸に関する報告書(資料3-7-3)は第191回委員会に、特定保健用食品等の在り方に関する論点整理(再掲資料3-7-4)は第193回委員会に報告された。

## 8 . 消費者行政における新たな官民連携の在り方ワーキング・グループ

消費者行政における新たな官民連携の在り方ワーキング・グループは、中長期的視野から消費者政策における官民連携の在り方と行政の果たすべき役割等について検討を行い、その結果を委員会に報告するために設置されたワーキング・グループである（資料3 - 7 - 1）。

ワーキング・グループは第188回消費者委員会本会議（平成27年3月24日）で設置され、平成27年3月31日の第1回ワーキング・グループ以降、平成27年7月までに計5回開催された（資料3 - 8 - 1）。ドイツの「保障行政」の考え方を参考にしつつ、消費者団体、適格消費者団体、事業者・事業者団体、研究機関・大学との連携強化に向けた行政の支援策（アイデア）、マルチステークホルダー会議等の場の設定等による多様な主体の参画の推進、行政内部の課題等について検討を行い、「消費者行政における新たな官民連携の在り方に関する調査報告～行政のスリム化・効率化をこえて～」を平成27年8月11日に取りまとめた（資料3 - 8 - 2）。なお、調査報告の作成にあたっては、ワーキング・グループでの検討のほかに、有識者や民間の主体からのヒアリングを担当委員が計12回、事務局が計27回実施するなどして調査を進めた。

同調査報告の内容については、同日の第200回消費者委員会本会議に報告を行った。

## 第4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、消費者の意見が直接届く透明性の高い仕組みとし、それを基に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) 消費者問題シンポジウムの開催

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。本シンポジウムは、平成24年1月以降、「地方消費者委員会」の名称で第10回まで開催を重ね、平成26年から名称を「消費者問題シンポジウム」と改めて開催している。本年度(9月～翌8月末)は、長野市(11月)、徳島市(2月)、京都市(6月)、浦添市(7月)の計4か所で開催した(資料4-1-1-1、4-1-1-2、4-1-1-3、4-1-1-4、4-1-1-5)。

#### (2) 消費者団体等関係団体との意見交換会の開催

消費者委員会活動の運営改善等を目的に、「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、意見交換を行うための会議を定期的に行っている。本年度は、平成26年9月と平成27年2月に、「消費者基本計画」の改定に関する意見交換を計2回実施した。また、平成27年3月、報道機関等との意見交換会を開催した(資料4-1-2)。

#### (3) 要望書・意見書等の受付

消費者委員会には、この1年間で170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4-1-3)。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。

#### (4) 韓国 OCAP との懇談

平成26年10月23日に、訪日研修のために消費者委員会に来訪した韓国 OCAP(企業消費者専門家協会)と懇談を行い、消費者問題について両国が抱える課題等について意見交換を行った。

## 2．外部への情報発信

### (1) 委員会等の公開

消費者委員会本会議については、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4-2-1)。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各会議の開催案内や新着情報を掲載しているほか、委員会の建議・提言等の概要や主な成果を一覧にしたページを掲載するなど、ホームページの内容の充実・改善に取り組んでいる。

さらに、英語版のホームページを開設し、消費者委員会の機能や構成、建議・意見表明等の英訳を掲載する取組も行っている(資料4-2-2)。

### (4) メールマガジンの配信

会議の開催案内や意見・建議等を発出した際の各種資料の公開など、消費者委員会に関する新着情報が出された際には随時メールマガジンを配信し、タイムリーな情報発信を行っている。

### (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。

