

消費者委員会（第24回） 議事録

内閣府消費者委員会事務局

第 2 4 回消費者委員会 議事次第

1 . 日時 平成 22 年 5 月 14 日 (金) 15:00 ~ 17:10

2 . 場所 消費者委員会 大会議室 1

3 . 出席者

(委員)

松本委員長、中村委員長代理、池田委員、川戸委員、佐野委員、下谷内委員、田島委員、
日和佐委員、山口委員

(説明者)

消費者庁 相本食品表示課長、川辺消費者情報課長
(独) 国民生活センター 野々山理事長、古畑理事

(事務局)

齋藤審議官、原事務局長

4 . 議事

(1) 開 会

(2) 健康食品の表示に関する検討会報告 (中間報告)

(3) 健康食品に関するネット広告について

(4) 国民生活センターのあり方について

(5) 閉 会

1. 開 会

原事務局長 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をお集まりいただきまして、ありがとうございました。下谷内委員が10分くらい遅れるということで、櫻井委員は御欠席ですが、人数としてはそろいましたので、よろしくお願ひしたいと思います。

それでは、委員長、よろしくお願ひいたします。

松本委員長 それでは、議題に入りたいと思います。

本日は、当初予定をしておりました「健康食品の表示に関する検討会」の中間報告に関する議題に加えまして、健康食品に関するネット広告について、それから、国民生活センターの在り方についても議題として取り上げたいと思います。

2. 健康食品の表示に関する検討会報告（中間報告）

3. 健康食品に関するネット広告について

松本委員長 まず最初は、健康食品の表示に関する検討会の中間報告及び健康食品に関するネット広告についてです。

健康食品の表示に関する検討会につきましては、消費者庁で平成21年11月に第1回の検討会を開催して以来、これまで8回の検討会を開催しており、今後、論点整理を行っていく予定であると伺っております。本日は、これまでの検討会での議論の内容につきまして、本検討会事務局である消費者庁から中間報告をしていただき、議論を行いまして、今後の論点整理に当たっての参考にしていただきたいと思いますと考えております。

また、健康食品に関するネット広告に関しましては、消費者庁において、インターネットにおける健康食品等の虚偽・誇大表示の監視業務に係る「平成21年度健康食品インターネット広告実態調査」というものを行い、その結果に基づき表示の適正化について改善指導を行っております。これに関しては、本年3月8日に「インターネットにおける健康食品等の虚偽・誇大表示に対する指導について」という報道発表ですでに公表されておりますが、本日は、消費者庁から当該調査、指導の内容についても併せて御説明をいただき、議論を行いたいと思います。

それでは、消費者庁の方からお願ひいたします。

相本食品表示課長 消費者庁食品表示課長の相本でございます。よろしくお願ひいたします。

本日は、1点目の議題といたしまして、健康食品の表示に関する検討会の開催に関する中間報告について、御説明いたします。お手元の資料1-1及び1-2でございます。

健康食品の表示に関する検討会に関しましては、昨年の11月の本委員会での開始に関する御説明を申し上げたところでございます。

本検討会の趣旨でございますけれども、特定保健用食品などの表示制度の在り方、特定保健用食品以外の健康食品の表示全般に関する状況、課題の整理・把握、あるいは、これらの健康食品の表示の適正化を図るための表示基準や執行の在り方などについて検討するという観点から、開催することとしたところでございます。

本検討会に関しましては、昨年11月25日に第1回目を開催いたしまして、当初の予定といたしましては、本年3月までに論点整理を行うということで検討を進めてまいったところでございます。

他方、この検討会の検討の過程におきまして、検討すべき事項が非常に多く、また論議を深めるべきだろうというような考えがあったところから、検討会の開催期間につきましては、さらに本年7月までに延長し論点整理を行うということで、現在、その検討を進めているところでございます。

これまでの経緯でございます。資料1-1でございますが、これまでのスケジュールといたしまして、第1回から第8回までの検討会が行われまして、第8回目に関しましては4月14日に開催されたところでございます。

これまでの検討といたしましては、このスケジュールにありますとおり、第2回、第3回におきまして関係団体などからのヒアリングを行うとともに、個別テーマの分析といたしまして、海外における表示の事情や消費者への情報提供の方法、あるいは消費者相談の現状など、個別のテーマに関しての分析を行ったところでございます。

さらに、これらのヒアリング、テーマの分析の結果を踏まえまして論点整理に向けた意見交換を行い、今月18日以降、3回にわたり論点整理を行うことにしております。本年7月を目途に論点整理を行った後、検討会の論点整理の結果につきましては消費者委員会に御報告し、さらなる御議論をいただくということにしております。

これまでの論点整理に関しての要点でございますけれども、資料1-2でございます。本資料に関しては、本年3月、第6回の検討会の場で事務局より準備し配付申し上げた資料でございますが、論点整理に向けた項目として3点ほど挙げさせていただいております。

1点目といたしまして、特定保健用食品の表示許可手続に関し、まず、特定保健用食品の審査手続に関し、要求すべき有効性・安全性の程度、あるいはその申請に当たって、申請者に提出を求めべき資料の内容などについての見直すべき点がどのようなものであるか。

2点目といたしまして、いったん表示許可を受けた製品について、その後、新たな科学的知見が生じた場合に、どのような対応をとるべきか。法律上、例えば再審査手続をとるという規定がございますが、その場合にどのような判断基準を設けるべきか、などの論点について整理してございます。

3点目といたしまして、特定保健用食品の表示に関しては、その機能性に関して表示を行うということになってございますが、この表示についても、消費者にとって機能性や摂取の方法など正しく伝えるための内容として、どのような見直すべき点があるかということを論点として挙げたところでございます。

大きな2番目といたしまして、特定保健用食品以外の健康食品に関しても、いわゆる健康食品に関して、消費者に対して正しく情報を伝えることができるような表示の仕組みについて、どのよう

に見直していくべきか。

あるいは、諸外国、コーデックスなどで検討が行われておりますヘルスクレームに関しまして、我が国としても取り入れるべき仕組みがあるかどうか。その他、健康食品の表示の在り方についてどのような議論が必要か、という論点を挙げているところでございます。

大きな3番目といたしまして、健康食品の表示に関する虚偽・誇大な広告の取り締まりにつきまして、現在、健康増進法に基づいてその取り締まりを行うことになってございますけれども、取り締まりの基準などについてさらに明確化していくべきではないか。あるいは、健康増進法に基づく執行とあわせて、他の制度、景品表示法、あるいは他の機関、地域の消費生活センターなどとの連携についてどのように考えるべきか、といった論点を挙げているところでございます。

このような論点を中心として、次回、第9回の検討会から3回にわたり、検討会の場において論点整理をいただきまして、そのとりまとめを行っていくことにしているところでございます。

それから、2点目の議題でございます。消費者庁が実施しておりますネット監視業務でございます。お手元の資料2でございます。

消費者庁が実施しております、インターネットにおける健康食品等の虚偽・誇大表示に対する指導でございますが、消費者庁では、健康増進法第32条の2に基づく業務の一環として、インターネットにおける健康食品等の表示の監視を行っているところでございます。

インターネットに関して監視を行いまして、具体的には、下の「参考」の1の(2)に書いてございますけれども、ロボット型全文検索システムを用いまして、キーワードによる無作為検索を行う。具体的には、がん、糖尿病、肝炎、心臓病などの病名を表示している健康食品のインターネットサイトを検索するというところでございます。

これらの中から、表示の内容が虚偽または誇大表示に当たるおそれがあるものを547件確認いたしまして、これらに関し、このインターネットを運営・掲載しておりますショッピングモールの運営事業者を通じて、その表示の適正化について改善指導を行ったというものでございます。

改善指導につきましては本年3月8日に実施したものでございますが、その後、このショッピングモール運営事業者を通じて各サイトの事業者には注意喚起を行った結果、本日までのところ、547件すべてについて当該表示の修正、または、サイトそのものの削除等の改善措置が図られているという状況でございます。

消費者庁といたしましては、引き続き、このようなインターネットの監視業務に関しても鋭意その対応を行っていくところでございます。

松本委員長 ありがとうございます。

それでは、ただいまの食品表示課からの御説明につきまして、御意見、御質問のある方はお出しください。

田島委員から、どうぞ。

田島委員 御検討、お疲れさまでございます。合計11回を予定しているということで、多大な作業だと思いますが、資料1-2にありますように、内容が多岐にわたっています。大きく分けまして、特定保健用食品にかかわるものと健康食品全般にかかわるものですが、御議論は優先順位をつ

けているのか、ということなのです。

というのは、健康食品にまで議論を進めると膨大な作業量を必要として、果たして1年でまとめ切れるのかどうかというのを非常に危惧しております。もともとこれは、特定保健用食品の再許可なり仕組みをつくる、具体的に言えば、花王の「エコナ」を発端とした問題を整理するために開かれた検討会ですので、できれば特定保健用食品についてまず御議論を進めて、その後で健康食品についての御議論を進めていただきたいと思いますと思っております。

その際、健康食品について御議論すると、栄養機能食品についても当然議論をしなければならないのですが、今までの検討会を傍聴してしまして、栄養機能食品についてあまり触れていないです。なぜ栄養機能食品に触れざるを得ないかというと、いわゆる健康食品を栄養機能食品の顔をして売っている製品が多いのです。栄養機能食品は規格基準型で、個別評価型ではありませんので、だれでもマークをつけることができるわけです。

あたかも栄養機能食品なので消費者庁のお墨つきをもらっているというふうな顔をして、いかがわしい健康食品を（いかがわしいと言い切れるかどうか問題ですけども）売ってしまう。そういったケースが非常にあるので、いわゆる健康食品を議論するのだったら栄養機能食品についても、もう一度、制度そのものについて御議論する必要があるというふうに考えております。8月に答申されるとなっておりますけれども、話題を少し絞った形で議論を進めていただきたいと思いますというふうに感じております。

以上でございます。

松本委員長 では、相本課長からどうぞ。

相本食品表示課長 本検討会の論点、あるいは検討課題でございますけれども、御指摘のとおり、本来この検討会を開催した趣旨といたしましては、昨年の9月以降、特定保健用食品の表示許可をめぐるさまざまな問題提起がなされたことが出発点であることは事実でございます。

他方、この検討会の議論の過程で御指摘もございましたけれども、健康食品の表示に関しまして、特定保健用食品の表示許可の在り方は重要な課題であることは問うまでもございません。また、健康食品全体の広がり、アイテム数、あるいは健康食品の表示をめぐる現状を考えた場合に、特定保健用食品の表示のみを見直していけば効果が図られるのかということ、特定保健用食品の表示の仕組みを見直していくことはもちろんであるけれども、それ以外の一般的な健康食品についてもさまざまなものが出ていく中で、どのような表示の在り方が必要かということは、やはりきちんと検討すべきであろうという御意見が多かった。あるいは、そういった観点からの御議論が多々あったように感じております。

私どもといたしましては、このような幅広い論点につきまして、すべての問題についてきちんと論点を整理し切るとは難しいと考えてございますが、他方、特定保健用食品、それ以外の食品に関しましても、できるものについてはある程度の方向性を出していった、今後の検討が必要なものにつきましては、引き続き、その検討を行っていくことが必要と考えてございます。

それから、御指摘のございました栄養機能食品につきましても、本検討会において議論をいただいていると認識してございますけれども、さらに今後の論点整理の過程におきまして、栄養機能食

品の在り方についてもきちんとした論点の御議論をいただけるようにしてまいりたいと考えてございます。

松本委員長 佐野委員、どうぞ。

佐野委員 お疲れさまです。私もできる限りこの検討会は傍聴させていただいて、とても活発な議論が進んでいるので、どのような論点が出るか期待しているところです。

健康食品の表示に関する検討会ができるきっかけとなったエコナについて、一つ質問させていただきたいと思っています。

昨年9月、エコナ問題に対して、消費者庁が「消費者の不安を解消するための方策を検討する」として、「食品SOS対応プロジェクト-エコナを例にして-」という形で立ち上げました。エコナについては十数年間、かなりの量、23万トンという量を国民が摂取したというふうに聞いております。今はもうすでに販売が中止されていますが、その安全性について、その後どうなっているのかというのが消費者にとっては非常に気になるところであります。食品安全委員会では、ホームページを見る限り、昨年12月以降、資料がそろわないということで中断したままになっています。

この検討会の出発点であったエコナ問題をきちんと整理して検討していかないとならないというふうに考えています。結局、現在でも食べてしまった消費者の不安というのは解消されないままになっているわけです。それで、消費者庁が消費者の不安を解消するという形でSOSを立ち上げたのですから、食品安全委員会、厚生労働省、または当該メーカーに対しても、できる限り早くリスク評価をできる環境を整えとか、何かしら消費者庁として後押しをする、または意見をするという形が必要ではないかと私は思っております。リスク評価が遅れているなら遅れている、その理由を国民にきちんと情報提供するべきではないかと思っています。

そういう観点において、消費者庁はどのようにお考えになっているのかということの一つお聞きしたいと思います。

それから、広告についてですけれども、ここに3月8日の時点で547件に改善指導を行ったとありますが、その後のフォローアップはどうなっているのかということ。

それから、2ページ目にあります例を見ますと、血糖値とか、糖尿病対策とか、がん予防ということが書かれております。表示と安全性は別だというふうに言われることもありますけれども、この場合は別ではなく、健康増進法に違反するようなこういう誇大表示は健康被害に直接関係する問題であるので、それはやはり重要視するべきであると思っています。こういう場合には、きちんと商品名とか事業者名を公表していただかないと、消費者にとってはこの間ずっと売られてきたわけです。これをどうしたらいいのか。この情報だけでは、私たちは食べることをやめるということができないわけです。その辺りをどうお考えになっているのか。私は事業者名と製品名をきちんと公表するべきだと思っております、その辺りをきちんと消費者庁として検討していただきたいと思っております。

そういうことで、先ほどのエコナに関するものと、今のこの広告のフォローアップはどうなっているのかという2点、お伺いしたいと思います。

松本委員長 消費者庁からお願いします。

相本食品表示課長 1点目の御質問でございますけれども、エコナに関しましては、そもそも健康食品の表示に関する検討会の出発点となった課題でございます。一つは、特定保健用食品の在り方について検討会の場できちんと議論していただいて、しかるべく見直しを消費者庁として進めていくことが必要であると考えてございます。

また、安全性に関しましては、御承知のとおり、消費者庁発足以前から、食品安全委員会の方で、安全性の評価、主成分であるジアシルグリセロールの安全性などを含めた安全性評価が進められていると理解しております。御指摘のとおり、その作業に関して若干の時間がかかっていると認識してございますけれども、引き続き私どもといたしましても関係機関とも協力しながら、必要な情報提供ができるように努めていきたいと考えてございます。

2点目のインターネット監視でございます。547件の監視指導を行った結果に関しましては、先ほど申し上げましたとおり、ショッピングモールの設置者を通じて指導をお願いした結果、現在までのところ、すべて修正が終わっているというふうに認識してございます。

個別の事業者名の公表、商品の公表などに関しましては、健康食品の表示に関する検討会の場におきまして、今後、消費者に対する情報提供の在り方から御議論していただけるものと考えてございます。また、私どもは、健康増進法第32条の2に基づいて虚偽・誇大広告の禁止を担当しておりますけれども、これらに関しましては法律に基づく勧告などの措置もございまして、これに関しましては、健康増進法の改正後、まだ実績はございませんけれども、その悪質な事例に関しては法に基づいた対応もきちんと考えていきたいと考えてございます。

松本委員長 併せて御質問したいのですが、景品表示法上も恐らくこの種の広告は不当表示に当たる可能性が大きいのですが、せっかく消費者庁として一つになったのに、景品表示法上のこういう監視業務的なチェックと健康増進法上のそれを分ける。つまり、健康増進法でいくと、今おっしゃいましたように32条の2は罰則規定がないわけで、32条の3で勧告をして、それでも従わないような場合に初めて一定の制裁が可能になるという、ワンクッションがあります。そういった点で、景表法の方がもう少し直接規制が可能だということもあるわけです。その辺り、2つの課の間で調整をすとか、共同でやるとかいうことは計画されていないのでしょうか。

相本食品表示課長 個別の食品に関する事例に関しましては、健康増進法はもちろんですが、私どもの課で担当しているのは、JAS法、それから食品衛生法に基づく表示の違反事例というの情報提供をいただいております。健康増進法に基づく健康食品の表示に関しても情報提供をいただいております。こういったものに関しましては、担当課である表示対策課にも随時情報をお渡しし、必要に応じて景品表示法に基づく対応もお願いしているところでございます。

このような取り扱いにつきましては、引き続き、庁内の連携を強化して対応していきたいと考えてございます。

松本委員長 川戸委員、どうぞ。

川戸委員 やはりこの監視業務ですけれども、これは去年の6月から8月に行われたと書いてあります。ただし、その後、これはやられていないのでしょうか。常時のネット監視業務というのは必要だと思うし、次から次へと新しいものが出てくるわけです。そういう体制はまだ整っていない

のでしょうか。

相本食品表示課長 ネット監視そのものにつきましては、外部民間の企業に委託いたしまして、その結果を行政の方にいただくという形でやってございます。昨年に関しましては、そこにございますとおり、6月から8月までの検索ということで対応してございます。

また、本年度の具体的な実施についてはこれから詰めることとしてございますが、御指摘のとおり、一定期間ではなく、1年を通じた検証も必要であろうかと考えてございますので、そのやり方については引き続き工夫をしていきたいと考えてございます。

松本委員長 山口委員、どうぞ。

山口委員 先ほどの佐野委員の質問にお答えいただいていないと思うのですが、なぜ固有名詞、業者名を出されないのかということについて、法令上の根拠をお願いします。

それから、景表法の担当課に情報を提供したというお話ですが、その結果、何らかの形で行政処分などをした例があるのか、ないのか。

それから、昨年6月から8月まで調査して3月8日に改善指導をされたようですが、もう少し早くなれないのかという点も併せてお願いします。

相本食品表示課長 まず、1点目の御質問でございます。法律上、法律に基づいて勧告といった措置を行えば、また公表の対象になると考えてございます。他方、これまでの取り扱いに関しましては、法律上の勧告などの措置をとる以前に業者の方で自主的に見直しを図られたと認識しておりますので、これまでのところ、事業者名等の公表は行ってきていないというところでございます。

2点目の、健康食品に関して景品表示法における措置というのは、消費者庁発足後は確かに実績がないところでございます。

3点目は、確かに昨年の夏に実施して公表が3月までと時間がかかってございます。これは内部的な事情を申し上げますと、インターネット監視に関しまして、これを専任で行う職員が当課にいないということで、実質的に他の業務を担当している職員が業務の一環としてチェックを行う。具体的に547件ございまして、その一件一件を視認する。インターネットのロボット検索で機械的に監視したものについて、本当に法令的に問題があるかという観点から一個一個チェックをする作業が必要ですので、どうしても時間がかかってしまったという部分はございます。

御指摘の点につきましては、スピードアップのためにどのようなことができるかということについて、引き続き検討したいと考えております。

松本委員長 今おっしゃいました資料2の1ページ目、当該表示の適正化について改善指導を行いました、その結果、改善されたので勧告は行いませんでした、だから公表もしませんでしたという御説明でしたが、法令に基づく32条の3の勧告ではない、もっと前段階の行政指導的なものを行ってそれで成果があったと、そういう御趣旨ですか。

相本食品表示課長 そういうことであります。

松本委員長 山口委員、どうぞ。

山口委員 2つ質問します。

1つは、特保の制度をこの際なくしたらどうだという各種団体からのお申し入れ等も消費者委員

会に来ているのですが、その辺についてはどういう議論になっているのか。

また、全く別の問題ですが、インターネットによる健康食品の表示についてこういう指導がなされたようですが、新聞・雑誌等にもかなりこの種の広告が出ていると思います。その辺についてはどういうふうに措置をされているのか。

その2点をお願いします。

相本食品表示課長 まず、1点目の御質問でございます。私どもにも各団体などから、特定保健用食品に関する各種の要望書等をいただいているところでございます。もちろん、そういった内容につきましても、私どもとしても真剣に受けとめさせていただく必要があると考えてございます。

他方、検討会の場におきまして各委員から御議論をいただいておりますけれども、検討会の場におきましては、特定保健用食品の表示制度そのものを廃止すべきという明示的な御議論はこれまでなかったように理解しております。これから検討会の論点整理に入っていくところでございますので、その中で各委員からしっかり御議論をいただいた上でとりまとめていきたいと考えてございます。

2点目の新聞等の広告につきましても、当然、消費者庁としても対応する必要があると思いますが、これに関しましては数も多いということで、例えば厚生労働省の出先である地方厚生局、都道府県の保健部局等も情報を収集して、必要に応じてその事業者等に対する指導を行っているという状況でございます。

松本委員長 池田委員、どうぞ。

池田委員 今のところは非常に大事なところだと思うのです。いろいろな問題の情報収集に尽きると思いますが、大変御苦労だろうと思うのですね。ここはたまたま健康食品とか特保の商品ですが、要するに消費者庁というのは、消費者の情報を収集して、敏感に対応するという役割が、あらゆる部署に要求されていると思います。専門部隊なりそういうものを自前で持つということは、恐らく泥棒を見て縄を打つというような感じで永遠に追いかけてくたさうと思うのです。そうすると、既存の民間なりあらゆるもののインフラを使って、そういう情報収集を考えていく方向に当然になっていかなければいけないと思います。

そういう方向を考えていくことが、今、消費者庁に求められている一番大きな課題だと思うのですけれども、そういうことに対して、消費者庁がどういう認識であるかお伺いしたいと思います。

相本食品表示課長 まさに御指摘のとおりでございます。こういった指導に関しまして行政が一生懸命やっていくことは基本でございますけれども、他方、行政の職員の数的大幅を増やすことはなかなか難しい現状にあるかと考えてございます。このような健康食品まで含めた食品の表示に関しましては、例えば外部の団体などの力も利用していくといったことも、今後、積極的に検討していくべきだろうというふうに考えております。

松本委員長 日和佐委員、どうぞ。

日和佐委員 再度質問ですけれども、なぜ景表法を適用されなかったのかについて、お答えをもう一度いただきたい。

もう一つ、これは意見ですが、資料1-2の のところで、「機能性の程度を」と書いてあります。

機能性の程度だけではなく、特保の場合、どのような人に、どのような場合、どのような利用の仕方をするかという、非常に微妙な問題があるということなわけです。そのことが正しく伝わっていないために、「血糖値の気になる人に」という表現があれば、ともかくそれを飲んでさえいれば血糖値については大丈夫というような観点で、必要のない人、要するに効果がないタイプの人もあるわけです。そういう人までむだに特保の商品を買って利用していらっしゃるということで、そういうところで特保業界は利益を上げている、むだに消費者は消費をしているという現実があるわけで、その辺りがきちんと情報提供がされる仕組みも、ぜひお考えいただきたいと思います。

松本委員長 どうぞ、田島委員。

田島委員 関連しての話ですけれども、機能性という言葉は学問的にはいろいろな議論がありまして、機能性という言葉が公文書で使うのは私はあまりふさわしくないと思います。消費者庁の公文書で、機能性というのをどういうふうに定義したものか知りませんが、学問的にはさまざまな議論があるので、「生理機能性」というふうに断って表現すれば構わないと思いますけれども、ただ機能性という言葉だと機能性食品というのを連想してしまって、さまざまな議論がある言葉だと私は思います。

松本委員長 では、消費者庁からお願いいたします。

相本食品表示課長 日和佐委員の1点目の御質問でございます。景品表示法に関しましては、これまで私どもとして得た情報の中で、適用に至るような案件が見つからなかったということが実情であると考えてございます。もちろん、今後とも情報提供、連携を強化して、必要なものについてはきちんと対応できるように努力していきたいと考えてございます。

2点目の御質問でございます。機能性という言葉が適当であるかどうかも含めまして、これから検討する必要があると考えております。特定保健用食品の表示に関しましては、その効果だけではなく、おっしゃったような対象者等につきましてもきちんと表示できる仕組みが理想であると考えてございます。

他方、特定保健用食品の食品としての限界として、医薬品ではないということで、医薬品のような厳密な効果とか、用量・用法を書くと、これは薬事法上のまた別の問題が発生する部分もござります。そういったものとの兼ね合いも考えて、現行の食品としての制度の中でどこまでできるのかというのは、引き続き検討を進めていきたいというふうに考えてございます。

松本委員長 山口委員、どうぞ。

山口委員 これは私も前から考えていたことですし、今、池田委員からもお話があったことに関連することで、それと意見が同じかどうか判らないのですが、健康食品について関心のある、これは家庭の主婦でもいいし、青年でも高齢者でも何でもいいのですが、モニター制度のようなものをつくったらどうか。例えば1,000人ぐらいの全国の消費者とホットラインを結んで、健康食品について疑問点や問題点があると思ったら、どんどん通報してもらおう。モニターは1年ぐらいでどんどん交代することにして、食品の現場サイドの生活者の声を消費者庁で吸い上げて、それをフィードバックするようにしたらどうか。手間はかかるかもしれませんが、そうやって市民に関

心を持ってもらうというねらいも含めて、1,000 人にこだわる必要はないのかもしれませんが、300 人でも 200 人でも、場合によっては 100 人から始めてもいいのかもしれませんが。少なくとも役人だけでやるということではなくて、みんなで考えよう。それで情報をどんどん吸い上げていく、そういう工夫というのはあり得ないのでしょうか。

相本食品表示課長 御指摘のとおり、消費者の方の意見のフィードバックは重要であろうと考えてございます。具体的に今こうやればいいという案があるわけではございませんけれども、そのような御指摘も踏まえて検討してまいりたいと考えてございます。

松本委員長 ほかにございませんでしょうか。

ありがとうございました。消費者庁におかれましては、本日の議論を参考にして今後の取り組みを推進していただきたいと思います。

消費者委員会といたしましても、引き続き情報収集を行い、議論を行っていきたいと思います。

本日はお忙しい中、審議に御協力いただきまして、ありがとうございました。

4 . 国民生活センターのあり方について

松本委員長 それでは、次の議題でございます。「国民生活センターのあり方について」に移りたいと思います。

消費者行政の一翼を担う国民生活センターにつきましては、消費者庁及び消費者委員会設置法の附則において、この法律の施行後 3 年以内に、「消費者庁及び消費者委員会の所掌事務及び組織並びに国民生活センターの業務及び組織、その他の消費者行政に係る体制のさらなる整備を図る観点から検討を加え、必要な措置を講ずるものとする」とされております。

また、3 月 30 日に閣議決定されました「消費者基本計画」においても、国民生活センターの体制整備について、具体的な施策の中に挙げられております。

こうした中、本委員会におきましても、国民生活センターの役割等について、下部組織においてそれぞれのテーマを扱う上で議論をされることとなっております。他方、先月下旬に行われました行政刷新会議の事業仕分けにおきまして、国民生活センターも対象の一つとして取り上げられたところでございます。

本日は、国民生活センターの野々山理事長と古畑理事、それから、消費者庁消費者情報課においていただいておりますので、先日行われました事業仕分けでの議論も参考に御紹介をいただき、本委員会として国民生活センターの在り方について議論を行っていきたいと思います。

それでは、消費者庁消費者情報課より御説明をお願いいたします。

川辺消費者情報課長 消費者庁消費者情報課長の川辺でございます。

今、委員長からございましたが、先月、4 月 28 日に、行政刷新会議の中のワーキンググループ A の中に（お手元に参考資料として配付させていただいております）国民生活センターも事業仕分け

の対象として議論があったところでございます。今回は、セッションがそれぞれあるのですけれども、一つのセッションで国民生活センターだけではなく、農林水産省消費安全技術センター、いわゆるFAMICと、製品評価技術基盤機構、いわゆるNITEと一緒に呼ばれまして、そこで消費者行政について3法人について議論が行われたところでございます。

大きく3つ、議論がございました。1つは、申し訳ございません、そのページから4枚ぐらいめくっていただきますと、「WGの評価結果」というのがございます。簡単に結果と議論を御紹介させていただきますけれども、一つは、消費者行政の在り方(全般)ということで、その議論の中では、消費者庁と国民生活センターの役割分担が見えにくいところもある。情報の発信、広報のようなどころで見えにくいところがあるのではないかという御議論がございました。

結論としましては、消費者庁と国民生活センターの役割分担、連携の在り方を至急整理をする。その上でほかの省庁とか独法、この場合はNITEとかFAMICを特に指すのですが、横の連携を早急に構築する必要がある、こういうような御議論がございました。それが大きなものでございます。

次のページで、国民生活センターの商品テスト事業でございまして、ここがFAMIC、NITEとともに議論になったところでございます。端的に申し上げますと、国民生活センターの商品テスト事業の意義はあることは認めるとしても、NITEなりFAMICと、さらに民間の検査機関と有機的なつながりを構築し、より効果的・迅速に商品テストに結びつける体制が必要なのではないかと、こういう御指摘をいただいたところでございます。

それからもう一つ、研修事業でございまして。研修事業そのものについて、廃止も含め考えていいのではないかと御議論もございましたけれども、おおむね研修事業の重要性については御理解があったのではないかと思いますけれども、ただ、相模原の研修施設が稼働率も低いということもございまして、結論としましては、「研修事業(施設)の廃止を含めた見直し」をしたらどうか、このような御指摘をいただいたところでございます。

これを受けまして、国民生活センター及び政務三役も含めて、これについて対応していくことを考えているところでございます。

以上でございます。

松本委員長 ありがとうございます。

続きまして、野々山理事長より、御説明をお願いいたします。

野々山理事長 今、御説明がありました事業仕分けの結果を踏まえて、今後の国民生活センターの在り方としては、基本的には機能強化と効率化を両方実現していく必要があると考えております。

事業仕分けのペーパー、参考資料の一番最後のところを見ていただきますと、商品事業テストと書いてあるところの上の5行目ぐらいのところ、「つまり、どのような形で消費者行政を国が行っていくのかをまず明確化した上で、経費の削減や拡充をすべきところはするというのが、ほぼ全員の意見である」ということで、経費の削減、いわゆる効率化と、それから、拡充すべきところはするというのが、事業仕分けでの一つの意見であると思っております。

国民生活センターの事業は、お手元の資料3にその概略が書いてあります。6つほどの事業を行

っております。広報・啓発、情報の収集・分析・提供、研修、商品テスト、経由ないし直接の相談、ADRをやっています。

これらの事業には、重要な機能があります。

まず一つは、国民に対しての機能であります。具体的に言えば、現実に起こっている消費者被害の救済等、被害予防、拡大防止を行うこと。これが第1の機能であります。

2つ目の機能といたしましては、地方行政に対してその支援をしていくということです。これは、国民に対する消費者被害の救済と、被害予防、拡大防止を行うために地方行政に対しても必要な支援をしていくことになります。

3つ目は、消費者庁あるいは国に対しまして、消費者政策、消費者法制の立案に必要な情報を提供するということ。

この3つの機能が国民生活センターの果たすべき機能と考えておりまして、これらの機能について強化をしていくことが必要だと思っております。これらの機能を強化するに当たりましては、先ほど申し上げた6つの事業については、いくつかの重要な視点があると考えております。

一つは、これらの事業、広報、あるいは情報・分析、その他は、一体としてシームレスであることです。相談、あるいは情報の収集等を中心としまして、その他の商品テストやADRが、一体としてそれぞれの機能を支えているということでありまして。

もう一つは、地方の相談員の皆さんが国民生活センターへ行けばワンストップで支援が受けられる、そういうワンストップ制というものが2つ目の重要な要素だと考えております。

3つ目としまして、各事業が迅速性と専門性が確保されることが必要だと考えております。

これらを実現していくことが機能強化につながっていくと考えております。

今後の在り方としての課題としては、効率化と機能強化の両方を求められていると考えております。先ほど申し上げた機能を強化すると同時に、事業仕分けで指摘されたいくつかの点を検討していく必要があります。特に研修施設の活用等を含めました、充実した内容で、効率的かつリーズナブルな内容での研修をどう実現していくか。他の機関との連携を含めた商品テストをどう充実していくか。あるいは、迅速でわかりやすい啓発をしていくこと、実用的な情報提供の在り方を実現していくことなどが、課題として考えられていくと思っております。

消費者庁と国民生活センターの在り方につきましても、消費者庁とも十分検討しながら続けていきたいと思っております。消費者委員会におかれましては、国民生活センターの機能強化に対して積極的な御意見をお願いしたいと思っております。

以上でございます。

松本委員長 ありがとうございます。

それでは、ただいまのおふた方の御説明につきまして、どうぞ、御質問、御意見をお出しください。

池田委員、どうぞ。

池田委員 事業仕分けで大変お疲れのところ、素人がもっと素人っぽいことを伺いますけれども、今、仕分けでの一番の課題として、消費者庁と国民生活センターの役割分担、機能のだぶり等

ということがありましたが、そもそも消費者庁と独立行政法人国民生活センターの関係について、素人にわかりやすく説明していただけませんか。

川辺消費者情報課長 理事長から補足もあるかと思いますが、まず、消費者庁の基本的な役割は、まさに政府の中での消費者行政の司令塔ということだと思います。国民生活センターは、実施機関といいましょうか、中核的な実施機関として地方の現場に密着した支援をしていく。簡単に言ってしまうと、そういった大きな役割分担があるのではないかと考えております。

野々山理事長 繰り返しになりますけれども、直接的な消費者被害の救済、被害予防のさまざまな啓発の情報提供、こういうものを国民生活センターは担っております。そのための相談員の皆さんへの研修とか、P I O - N E T情報を分析していち早く迅速に被害情報を出していく、そういうことを役割としております。

消費者庁はそういう情報を利用して、司令塔として、消費者政策、法制的改正等を行っていく。あるいは、国民生活センターに対するさまざまな指導等も行っていくことになるわけですが、そういう役割を果たしている。こういうふうと考えております。

池田委員 議論をするつもりはないですけれども、私の感じを少し述べさせていただきます。今のおふた方の御説明、ある意味で私はよくわかります。例えば消費者庁というのは、政府において消費者政策全般にわたって、国の政策なり、地方の行く末を考える立案・司令をする。国民生活センターはそれを受けて末端の声を受け止め、うまくいくようにやっていくという、執行と戦略立案といえますか、そういう意味では民間の事業のガバナンスのやり方と全く一緒だと思うのです。

そういう発想でいきますと、少なくとも国民生活センターの在り方というのは日々変化すべきだと思います。というのは、消費者なり国民の考え方、あるいは市場というものは常に化するわけですから、そこに接しているところは常に化する組織でなければいけない。古典的な組織であれば、存在する意味がないと思うのです。

ですから、国民生活センターを私はあえて否定はしませんけれども、変化しない国民生活センターは不要だと思うのです。逆に言うと、国民生活センターは独法で、少なくとも中期計画でそういう計画をしているわけですから、常に、何を変えて何を変えないかということがはっきりしなければいけないと思うし、消費者庁はそれを明確に指示すべきだと、私はそう思っております。

松本委員長 確かに仕分けの議論の中でもかなりはっきり出ていたのが、広報、啓発、消費者に対する情報提供の部分で重なっているのではないかというお話でした。今の川辺課長の整理では、消費者庁は、その部分はむしろ国民生活センターが実働部隊として行うべきであって、消費者庁は、より権力行政的な、事業者に対する指導、規制、あるいは他省庁に対して、しかるべく何かやってくれというふうにする。ソフトな形でやるのが国民生活センターで、もう少しハードな形で切り込んでいくのが政府の一部としての消費者庁と、こういう感じでしょうか。

川辺消費者情報課長 基本的には企画立案の戦略全体と行政執行ということだと思いますけれども、情報提供の中には法改正の情報提供も当然ございますので、そういったものは消費者庁がやっていく。一般的な消費者に関する啓発、注意喚起のようなものは今でも国民生活センターがやっておりますので、そこが中心になってやっていくのではないかと、そういうふうと考えているところで

す。

野々山理事長 今回の「変化」ということですが、何をとらえて変化とおっしゃっているか、私は十分に理解できておりませんが、さまざまな危害が日々新しく起こってきています。そういうものに対してはその都度、危害情報として出しております。

それから、月に2回は記者発表をしております、新しいさまざまな被害とか、商品テストをした結果とか、日々新しい情報は出しております。ホームページ等も日々更新しながら、いろいろな情報を出しております。

そういう中身と情報分析したものについては、その都度、消費者庁にも上げているということで、変化というのをどのような意味でお使いになったかわかりませんが、今、社会で動いているさまざまな消費者被害については対応しながら、情報提供を、国民に対して、あるいは消費者庁に出しているところです。

ただ、それが十分かといいますと、今後さらにそれを強化していく必要性を私自身は感じておりますけれども、現在もそれをやっているというところです。

松本委員長 中村委員、どうぞ。

中村委員長代理 今回の仕分けでも他の機関との連携ということが言われているのですが、今まで、そもそも連携していなかったのか、していたのか。例えば事故情報について、N I T Eと国セン、消費者庁で今度、「事故情報データバンク」というのを始められました。事故情報データバンクも、もともとは国センのP I O - N E Tのシステムの一部を使って消費者庁と国センが共同で運営しているようなシステムだと、こう理解しているのですけれども、それと、N I T Eで集めている事故情報との関連というのは今までどうなっているのですか。

両方の検索システムを、例えば「エアコン」「室外機」という2つのキーワードで検索すると、件数が全然違うんですね。事故情報データバンクの方は91件しか出てこない。N I T Eの方は274件出てきます。そのうち重なっているものがあるかということ、全然重なっていないわけです。もともと事故情報の一元化ということを言われていて、それで消費者庁も立ち上がってきたと思います。立ち上がって、4月1日から事故情報データバンクがスタートしたのですけれども、私には全然一元化になっていないような気がする。仕分けの中であれだけ連携、連携と言われていますが、今までどういう連携をしていて、これからはどこをどう直して、さらにどういうことをやろうとしているのか、その辺の御説明をいただきたいと思います。

古畑理事 N I T Eにつきましては、2か月に1度のレベルのようでございますけれども、担当職員同士で情報交換をさせていただいております。これは、平成20年3月の共同の覚書に準ずるものかと認識しております。

F A M I Cについては、仕分けの中で私からも発言申し上げましたけれども、今まで3回ほど依頼をしております。黒豚のDNAの分析をお願いしたり、ペットフードのことをお願いしたことがございますが、それについては残念ながらコラボに至らなかったということがございます。

今、委員長代理の御発言がありました情報に関しては、一度、F A M I Cの情報を共有化させていただきたいという願いをしたことがございます。詳細は承知しませんが、実際、情報の

共有化には至らなかったということでございまして、そういう事実でございます。

中村委員長代理 今の共有化ということの中身ですが、2か月に1回、N I T Eと情報交換をしているというけれども、N I T Eの持っている情報を国センがもらい、国センのものをN I T Eに渡すだけで、国民のサイドからアクセスするときに、検索の中でそれが両方合わさっている。それでこそ共有だと思うのですけれども、N I T Eと国センだけがそれぞれお互いの情報ももらっています、持っています、だけでは国民にとってはちっとも共有になっていないわけです。その辺を私は聞いているわけです。検索してみても違うし、一体どうなっているのだろうということを伺っているのです。

野々山理事長 私はその辺、詳しいことを存じあげているわけではないのですけれども、これまでは情報の共有とか、あるいは、それを一緒にして国民に発しているということは十分されていなかったというふうに、私は理解しています。

それから、検査等も必要な検査について双方で依頼をしながらやっていくことになっています。特に私どもとしては、一般国民や一般の消費者が当該商品をどう使用するかという視点でさまざまな検査をする必要があると考えているのですが、そういう視点での検査をお願いして、それが実現できたという例は聞いておりません。今後の連携は、私は積極的に模索していく必要があるというふうに思っております。

松本委員長 中村委員の出された事故情報データベースで検索をしても、N I T Eのデータベースに登録されているものしか出てこなくて、P I O - N E Tの情報は出てこないというのは、そういう仕様になっているからなのですか。つまり、P I O - N E Tのデータは事故情報データベースとはリンクされていないから、単にそうになっているだけだというふうに理解してよろしいですか。

川辺消費者情報課長 済みません、具体的に何を検索されたとおっしゃったのでしょうか。

松本委員長 エアコン、室外機です。

川辺消費者情報課長 基本的にP I O - N E Tのデータは事故情報データベースに入っています。実際検索するとP I O - N E Tと出てきますので、入っています。それから、N I T Eのデータも入っていると思います。

松本委員長 事実関係がどうなっているのかわからないとこれ以上議論を進めようがないわけですが、国民生活センターから提供されたデータがN I T Eのデータベースに入るとことは考えられますか。つまり、N I T Eが独自に集めた情報でないところの国民生活センターが提供した情報が、N I T Eのデータベースに入るとするのは、

古畑理事 詳細を承知しているわけではございませんけれども、今、消費安全法の関係、その解釈について、消費者庁の中で見解をまとめておられるということを知っております。P I O - N E Tの検索に関しましては、検索機能の充実に努めているところではございますけれども、次の検索のシステム構築に入るまでの前提条件がまだ確定されていないというふうに聞いております。

したがって、今、事故情報データベースには9つほどの機関のデータが入っていますけれども、その辺のところは消費者庁よりお答えいただければと思います。

松本委員長 本日はっきりしなければ、事故情報データベースにどういう情報がどこから入って

きて、検索をすればどうなるのかということは、また日を改めて我々としても検討したいと思いません。

では、ほかの点につきまして、下谷内委員、どうぞ。

下谷内委員 先ほど池田委員から、消費者庁と国センの在り方、役割分担というのがありましたが、例えば事故情報だとか、いろいろな緊急情報を出されるときに、以前は、国民生活センターが積極的にテストされたものはすぐ出てきたわけです。ですけれども、最近のを見ていますと、時間がかかっている。それは、必ず消費者庁にそれを問い合わせ、それからの公表だろうなと思っておりますが、以前は速やかに出ていて、記者レクもされていた。そのところが、消費者にとっては、事故があった場合は情報提供というのは速やかにされるべきだと思うのです。今後、このような形で続けられることはないと思いますが、できるだけ速やかにされるように、その役割分担を明確にしていいただきたいのが一点です。

それから、研修事業についてお願いしたいことがあります。先日、仕分けにおきましても、国民生活センターの研修事業施設の廃止というところで、見直しをという話が出ておりました。先ほど理事長がおっしゃられたように、今、多くの積極的な展開をされていると思いますが、私ども相談員といたしましては、あのような施設があると、全国の相談員が一堂に会しまして、単なる交流だけではなく、情報の交換も速やかにできますし、ネットワークができるわけです。ですから、あのような施設というのはとても大事なところだと思っています。

また、最近は地方で講座が多くなっておりますが、専門的な講座というのは、やはり一括で東京とか国センの中でやるべきことではないだろうかと思えます。相模原の施設というのは、全国の人が、宿泊もできております。あそこの廃止などということではなくてもっと積極的に展開されるように、国民生活センターも消費者庁にもお願いできればと思っております。

もう一点、商品テスト事業の件です。先ほどの事故情報データベースのことについて、今後あるかと思えますが、以前、平成 17 年ごろだったと思えますが、P I O - N E T の活用ということもありまして、各機関、各省庁から情報を提供していただく。それを P I O - N E T に入れて、それを自由に活用できるということを前提とした各省庁への端末の配置があったかと思えます。

そのときに私どもが強くお願いいたしましたのは、単に P I O - N E T の端末を各省庁に配置するのではなく、それぞれ持っていらっしゃる情報も積極的に P I O - N E T と連携していただきたい、国センと連携していただきたいということを申し上げた経緯がございます。ただ、そのときに書かれた言葉が「情報の共有化」だけに終わって、非常に残念だったのですが、17 年のときからそういうことを言われておりますので、ぜひ今後、積極的な連携を、だれもがわかりやすいように、消費者にとってもわかりやすいやり方をさせていただければよろしいのではないかとと思っております。

以上です。

松本委員長 消費者庁、国民生活センターの方から、今の御意見について何かコメントはございますか。

野々山理事長 施設については、確かに今、活性化基金の関係で各地で養成講座が行われております。ただ、初歩的といいますか、基本的な研修を行っているわけです。それをさらにレベルアップ

するのに広域的なところから集まっていたら、そこで議論をしていくことが、今後、必要になってくると思っています。

そういう必要性も含めて、今、シミュレーションをかけておまして、その結果、相模原での施設の必要性についても検討をしているところであります。その結果を踏まえ結論を出していきたいと思っております。

川辺消費者情報課長 先ほど、各機関、各省庁からの情報を集めて、わかりやすく消費者の形に提示をするということがあったと思いますけれども、事故情報データベースには9機関が集まって提供をしております。たまっている分がデータとしてはまだ少ないかもしれませんが、それは一つの試みとして4月から行われている、そういうふうに御理解いただければと思います。

野々山理事長 公表の関係は、消費者庁が一つかむことによって確かに少し遅れるところがあるのかもしれませんが。しかし、今後、これは調整をして、できるだけ早く出せる形のシステムはぜひつくり上げていきたいと思っています。

松本委員長 下谷内委員、どうぞ。

下谷内委員 消費者庁にお願いですけれども、国民生活センターのあの研修施設で、もし専門性のものを今後いくつか講座をされるということであれば、各地のセンターが、相談員がそれを受講しやすいように支援をしていただくことが必要かなと思います。活性化基金をもう少し使いやすくするか、今後、P I O - N E Tだけではなく、研修等そういうことも積極的に図っていただければ、年に1回しか出られない、年に1回も研修に行けないということもありますので、現在、相談員をしている者にとっては、出やすいシステムというものを考えていただければと思います。

松本委員長 日和佐委員、どうぞ。

日和佐委員 消費者庁が設立された結果、国民生活センターの役割が一般の人にも、それから私たちにもそうですけれども、わかりにくくなってしまったという経過があると思います。ですから、消費者庁はいわゆる司令塔として動く。具体的なところで動くのが国民生活センターという役割分担をさらに明確にして、そして、国民にわかるようにそれを情報発信をしていっていただきたいということ。

それから、情報の収集の件に関しては少し問題がありそうですね。一体どこが一番きちんと一元化して持っているのか、そして、それぞれはどのような役割で持っているのかということの明確化、それが必要なのではないかと思います。

それから、研修事業のことですけれども、私は、全国から相談員が研修のために1か所に集まるということは非常に大事なことだと思います。地域、地域で研修をやって、それぞれでその地域で研修は完結するけれども、やはり全国で状況が違うわけです。1か所に全国から集まるということは、研修をすることだけではなく、全国の情報を交換できる場所があるということにもつながるわけですので、ぜひそのあたりは有効に生かして、今後もやっていっていただきたいということです。

施設の稼働率が悪いということのようですが、一般にもあまり厳しい条件を課さないで開放して、そこで利益を上げる方策を積極的にとる。あそこは近くに遊ぶところもありませんから、研修に集中する施設としては非常にすぐれている環境だと思いますので、ぜひそのような方向でやっていた

できればと思います。

松本委員長 中村委員、どうぞ。

中村委員長代理 今度の事業仕分けで、私どもは、ADR事業の問題とか直接相談のこともやり玉に上がるのではないかと実は心配していて、多分皆様方も答弁を用意しておられたと思いますが、これが全然話題にならなかったのは何か理由があるのですか。

野々山理事長 どうしてなのかは、私は行政刷新会議のメンバーではありませんのでわかりませんが、ADR自体は、当初考えていた100件という数字が、実際やってみてそれをオーバーする形で実現できたということ、さらに、一定の和解の解決率も確保されていることが評価されたのではないかとことです。

それから、直接相談の問題につきましては、以前も問題になったわけですが、やはりセンサーとして直接相談が必要だということが理解されたのではないかと。経由相談、あるいは全国で集まるさまざまな相談の情報の分析等についても、直接相談というセンサーがあって初めて有効な分析もできることになるわけで、そういう役割が評価されたというふうに理解しています。

松本委員長 相談機能の拡充という観点から、ぜひ国民生活センターとして取り組んでいただきたいことを、一つ申し上げたいと思います。

それは、国際的な消費者の取引が大変増えている。日本の消費者が海外から購入する、逆に、海外の消費者が日本の事業者から購入するといった形の取引が非常に増えておりまして、そこから当然トラブルも起こってきています。いくら地元で消費生活センターがあっても、海外との紛争まで地方のセンターが相談対応できるかということ、これは大変難しいところがあるわけです。

そういう問題については、海外の事業者と、あるいは、海外にはそれぞれ類似の相談機関、消費者センター的な機能を持った組織が先進国であれば大体あるわけですから、そういうところと国民生活センターが日本の代表として協力するという体制をとる。そして、地方のセンターでそういう相談があれば国民生活センターが引き受ける、あるいはつなぐ形で、海外の事業者とのトラブルを解決するというふうに取り組んでいただいて、今までやっていなかったことをひとつ新たにやる。

最近もたしか、ヤフーと、中国のタオパオという非常に大きなショッピングサイトが提携するという記事が出ておりました。そうすると、一層日本の消費者が中国から購入してトラブルが起こることが想定されるわけで、そういった消費者のグローバル化に対して、相談体制もやはりグローバル化しないと追いつかないと思いますので、ぜひ、そのような面での充実をお考えいただきたいと思います。

どうぞ、川戸委員。

川戸委員 どの事業仕分けの委員の方の御意見でも、国民生活センター、FAMIC、NITEの十分な連携が必要であると。これは当然だと思うし、消費者庁はぜひ法制面などでサポートしていただきたいと思いますが、この質問の中で一つ気になったのは、「食品等関連業務については、そもそもFAMICが独法とされていることについて、どのようなメリットがあるのか、明確でない。むしろ『食品警察』ともいべき業務であり、公権力の行使そのもの、むしろ、国の一部門とした方がいい」という意見が出されたのですが、この点に関して、国民生活センター並びに消

費者庁の方はどのようにお考えになっているのでしょうか。ちょっとお聞かせいただければと思います。

野々山理事長 済みません、どの部分になりますでしょうか。意見のところですね。

川戸委員 意見のところです。2ページ目の下から2番目の黒ボツです。逆に、こういうをつくろうという動きもあるやに聞いておりますので。

川辺消費者情報課長 ここはFAMICに対してのコメントなので、私どもとしてはコメントができる立場ではないかと思えます。しかも、これは1人の方の御意見で、ワーキンググループの中の結論という形ではございませんので、コメントするという感じではないかと思えますけれども。

松本委員長 山口委員、どうぞ。

山口委員 2つあります。今の川戸さんの御発言ともかかわるのですけれども、FAMICとNITEと国民生活センターの連携の在り方の問題です。実は消費者委員会が昨年10月か11月に、商品テストの関係で、国民生活センターとNITEに来ていただいてお話を聞いたことがあります。私の本音から言うと、連携とかテストの機能のすみ分けがうまくいっていないのではないかという実感なのです。しかも、お互いの商品テストの担当者も忙しくて、「横の連携なんかやってられるか、そんな暇はない」というのが本音のようにも、聞こえてくるのです。

このままではやはりまずいと思うんですね。先ほど古畑理事の、FAMICに、二、三度、協力要請したけれども、情報共有に至らなかったと話が出ました。これはまさに、司令塔である消費者庁が間に立って、「FAMIC、何やってるの？ 忙しいのはわかるけれども、ちゃんと情報をお互いに交換しなさい」と、消費者庁が音頭を取って、この3つの独法の商品テストの機能の調整といいますが、連携といいますが、すみ分けといいますが、これを積極的にやっていくべきだと思います。このままでは、3つの独法が相互に何をやっているのかという感じで国民から見られると思うのです。

この3つの商品テスト機能の連携の強化、すみ分け、機能分担の効果的な強化、それからもちろん、情報の共有化を、司令塔としての消費者庁が消費者庁の責任として推進すべきだと思います。FAMICやNITEが協力しないようだったら、私どもも大いに意見を言って協力するように要請しなければいけないと思いますので、ぜひその点をお願いしたいと思います。

2番目です。今後、ワーキンググループの作業が必要だと思われませんが、御存じのとおり、消費者基本計画の12、13項で、これは消費者委員会の課題になるのですが、消費者事故の独立した公正かつ網羅的な調査機関の在り方について、消費者委員会による審議結果を踏まえながら、関係機関の協力を得て、最も効果的に機能する仕組みを構築するというのが、平成23年度のなるべく早い時期に結論を得ることになっているわけです。

この問題と絡んで事業仕分けの作業が先行してなされたわけですが、消費者委員会も責任を持ってこの課題について調査・審議をしなければいけないと思っています。消費者基本計画の13項は、消費者委員会の意見も聞いてということになっているのですから、事業仕分けの担当者にはそのことをきちんと明示していただきたいと思います。5月か6月には仕分けの担当者に報告することになっていると聞いていますので、その辺はぜひ御配慮をお願いします。

川辺消費者情報課長 F A M I C、N I T Eにかかわらず、今回は、民間検査機関とも、どうやって国民生活センターは商品テスト機能を連携していくかということと言われておりますので、それはぜひ消費者庁と国民生活センターで連携して、そういう体制を組むようにやっていきたいと考えております。

山口委員 連携ではないでしょう。連携ではなく、消費者庁がやることではないのですか、司令塔として。国民生活センターがF A M I CなりN I T Eに協力してくださいと言っても、だめだと言われたら、先ほど古畑さんが話したように、国民生活センターはしょうがないなと引き下がるしかない関係でしょう。そこはやはり消費者庁が音頭を取ってきちんと調整していただくべきです。消費者庁としてやります、やらなければいけない、ということ認識していただきたいと思います。

川辺消費者情報課長 今、そういう意味で申し上げたわけではなくて、むしろ消費者庁としてもこういうことをやっていかなければいけないと、それはそう思っております。

松本委員長 佐野委員、どうぞ。

佐野委員 国民生活センター、N I T E、F A M I C、それから民間のテスト機関もすべてそうですが、最初に委員長がおっしゃったように、消費者基本計画にもいくつか項目が入っています。これはここだけではなく、地方消費者行政においても同様で、商品テストというのは各センターでどうするのか、N I T Eの支所をお願いするのか。いろいろなテーマがあるわけです。

私は、今、山口さんがおっしゃっているのもわかるのですが、もう少し時間をかけてきちんと検討すべきです消費者委員会は地方消費者行政の専門調査会もありますし、消費者安全調査会もあるので、この辺りでもう少しもんで、それからさらに、消費者庁なり国民生活センターの方々と意見交換をしながら、よりよい形をつくっていく。今、即消費者庁が司令塔だからというのではなく、もっとみんなで意見交換をしながら、地方も含めていい形にするのが一番いいのではないかと思います。それが私の意見です。

松本委員長 ほかに御意見はございませんか。

先ほど、独立した事故調査機関という話も出ましたけれども、「独立した」ということになると、商品テスト部門を国民生活センターから分離して、ほかの組織と統合という話も出てくるかもしれないわけです。先ほど野々山理事長は、国民生活センターとしては、ここに挙がっている機能を一体のものとして考えているとおっしゃいました。その辺との関係で、テスト機関を、他の省庁が所管しているものと一体化する形で分離することは、国民生活センターにとっては大変マイナスだというふうにお考えでしょうか。

野々山理事長 マイナスだと思っています。統合するなら、国民生活センターに統合するというぐらいの発想を持っています。ただ、ほかのところはどうなるかということはありませんけれども、もし統合するならそういう発想を持っています。統合ができるかどうかはわかりませんが。

松本委員長 センターの業務としては、テスト部門は不可欠なものだと。

野々山理事長 そう考えています。

松本委員長 ほかにございませんでしょうか。

山口委員、どうぞ。

山口委員 今の佐野さんの意見も含めて、この3つの独立行政法人の連携強化、情報の共有化も含めて、その辺についての今後の作業スケジュールをどういうふうにお考えなのか。それから、今回の仕分けのとりまとめコメントに対する回答はどのような作業スケジュールになるのか、その辺の説明だけお願いします。

川辺消費者情報課長 刷新会議の会合がたしか月曜日と聞いておりますので、それを見てやりまされども、早急に政務三役とお諮りして、来年度の予算要求等がございますので、それも踏まえながらやっていきたいと考えております。

松本委員長 ありがとうございます。

国民生活センター、消費者庁におかれましては、本日の議論を参考にして今後の取り組みを推進していただきたいと思います。今後、事業仕分けの結果も踏まえまして、消費者庁と国民生活センターの役割分担、連携の在り方を整理されると伺っております。消費者委員会といたしましても、こうした検討について、ただいま委員から示されましたように、多大な関心を持って、引き続き情報収集を行いつつ議論を行っていききたいと思っております。

本日はお忙しい中、御審議に協力いただきまして、ありがとうございました。

松本委員長 本日の議題は以上でございますが、最後に事務局より、次回の日程について御説明をお願いいたします。

原事務局長 次回は、2週間後、5月28日金曜日の15時からを予定しております。消費者基本計画の評価・検証の一環といいますか、工程表を、重要施策については各省庁、策定を始められていると考えておりますので、そのヒアリングや何かができるばよいというふうを考えております。まだ、あくまでも予定ですので、確定した段階でまた御案内をいたします。それから、ほかにも多分追加的な案件が出てくるかと思っております。

以上です。

松本委員長 ありがとうございます。

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、ありがとうございました。

閉 会

(以 上)