

消費者委員会（第88回）  
議事録

内閣府消費者委員会事務局

# 消費者委員会（第 88 回） 議事次第

1 . 日時 平成 24 年 5 月 18 日（金） 14:59 ~ 17 : 55

2 . 場所 消費者委員会大会議室 1

3 . 出席者

（委員）

河上委員長、山口委員長代理、稲継委員、小幡委員、川戸委員、  
田島委員、夏目委員、細川委員、村井委員、吉田委員

（説明者）

厚生労働省 健康局生活衛生課担当者

厚生労働省 田中医政局総務課専門官

厚生労働省 深澤老健局高齢者支援課長

厚生労働省 山口老健局高齢者支援課高齢者住宅対策専門官

消費者庁 堀井消費者制度課長

消費者庁 表示対策課担当者

消費者庁 黒田消費者政策課長

（事務局）

原事務局長、小田審議官

4 . 議事

（1）開 会

（2）健康食品について

（3）消費者基本計画の検証・評価・監視について

エステ・美容医療サービス等（施策番号 39 関係）

説明者：厚生労働省 健康局生活衛生課担当者

厚生労働省 田中 医政局総務課専門官

有料老人ホーム（施策番号 58 関係）

説明者：厚生労働省 深澤 老健局高齢者支援課長

厚生労働省 山口 老健局高齢者支援課高齢者住宅対策専門官

被害者救済制度（施策番号 110 関係）

説明者：消費者庁 堀井 消費者制度課長

適格消費者団体支援（施策番号 127 関係）

説明者：消費者庁 堀井 消費者制度課長  
景品表示法（施策番号 80 関係）

説明者：消費者庁 表示対策課担当者

（ 4 ） 閉 会

## 1. 開 会

○河上委員長 本日は、皆さん、お忙しいところ、お集まりいただきましてありがとうございます。  
ただいまから「消費者委員会」第 88 回会合を開催いたします。

本日は、小幡委員が若干遅れて御出席ということでございます。

続いて、配付資料の確認をお願いいたします。

○原事務局長 配付資料ですけれども、議事次第と書かれた裏の面に一覧を載せています。

資料 1 は、消費者の「健康食品」の利用に関する実態調査、これは、消費者委員会で実施しております。後ほど御紹介いたしますけれども、その関連の資料です。

資料 2 が、消費者基本計画の平成 23 年度の実施状況に関する検証・評価・監視各省ヒアリングの対象施策・対象省庁及びヒアリング項目ということで、本日、行います施策の関連資料となっております。

資料 3 から 7 につきましては、それぞれの施策番号に応じた関連資料ということで、厚生労働省と消費者庁から御提出いただいた資料ということです。

審議の途中で不足のものがございましたら、お申し出いただければと思います。よろしくお願ひします。

---

## 2. 健康食品について

○河上委員長 それでは、今日もたくさん内容がございますので、どうぞ、よろしくお願ひします。

議題に入ります。最初の議題は、健康食品についてであります。第 1 次消費者委員会では、消費者庁からの健康食品の表示の在り方について検討要請を受け、食品の専門家、研究者、事業者団体等の有識者へのヒアリングを行いまして、平成 23 年 8 月に健康食品の表示の在り方に関する中間整理をとりまとめたところであります。

そこで、第 2 次委員会としましては、さらなる検討を進めていくために、消費者の利用実態や健康食品に対する意識等を把握するべく、健康食品の利用者 1 万人に対するアンケート調査を実施いたしました。

本日は、そのアンケート調査の結果について、田島委員から概要を御説明いただき、事務局から具体的内容について説明をいただくというふうにしまして、その後、若干の意見交換を行いたいと考えております。

田島委員、よろしくお願ひします。

○田島委員 ただいま委員長から御紹介がございましたが、第 1 次消費者委員会におきまして、健康食品の表示の在り方について、有識者ヒアリングというのを延べ 10 人くらいでございましょう

か、行いました。

その結果、中間整理という形でとりまとめて報告してございます。

第2次に入りまして、どういうふうに進めるかということをお諮りいたしましたところ、まずは、利用実態を把握することが大事ではないかということになりまして、インターネットを利用したアンケート調査ということで、1万人規模のアンケートをしました。

その調査票はお手元でございますが、このたび、約1か月間くらいかけて、調査結果がまとまりましたので、事務局から御報告いただきたいと思っております。よろしくお願ひいたします。

○原事務局長 そうしましたら、事務局からアンケートの結果概要というものですけれども、10分程度でお話をしたいと思っております。

資料といたしましては、アンケート調査の結果概要というのが付いておりますが、これは、また、後ほど参考にさせていただければと思っております。

本体の消費者の健康食品の利用に関する実態調査（アンケート調査）となっている資料1-2を少しピックアップする形で御紹介したいと思っております。

調査方法ですけれども、今、田島委員から御説明があったとおり、第1次から引き続いておりまして、第2次は、まず、基本的な消費者の実態調査をやってみようということで、今回、1万人に対して調査を実施してとりまとめたものです。

主な調査事項については、内容を説明するところで御紹介したいと思っております。

次に、2ページ目を開けていただきたいと思っております。調査手法ですけれども、20歳から79歳までの健康食品の利用者男女1万人ということで、実は、予備調査というものを3万人を対象にやっております。その3万人の中から健康食品を利用している1万人を抽出して本調査を行っております。

調査期間は、平成24年2月28日から3月5日にかけて、それから、調査手法はインターネットによるアンケート調査です。

その他のところに書いておりますけれども、健康食品といっても、イメージするものがそれぞれだと思いますので、一応、そこに健康の保持、増進に資する食品として、販売、利用される食品というものを定義としておきまして、調査をしております。

3ページですが、消費者が健康食品を利用する頻度というんでしょうか、どれくらいの方が利用されているのかということですが、これは、母数を3万人で調査しております。

下を見ていただくとおわかりのとおり、ほとんど毎日利用している方と、たまに利用している方を合わせると、約6割の消費者が、健康食品を、現在、利用しているという状況があります。

それから、5ページに入ってくださいなのですが、ここからは、調査の母数を1万人としての調査に入りますけれども、この調査結果を見ていただくと、やや満足というところが53.3%ということで、約6割の利用者がおおむね満足して健康食品を食しているという状況が出ております。

7ページ、不満とか、やや不満と回答した方々もおられまして、その方々が、こういったところで不満を感じているのかということですが、期待したほどの効果がなかった。何らかの効能というのを期待して健康食品を利用しているわけですから、その期待したほどの効果がなかったとか、そ

の下にあります、高額過ぎたというところが理由になります。

ただ、7ページの下欄、不満事項別に見た通報先ということですが、実際に不満を持たれた方、トラブルを持たれた方が、一体どういうところに通報しているかなんですが、一番深刻な事例としては、体調不良があるかと思えますけれども、体調不良のところを見ていただいても、保健所への通報は1%しかあまりせんで、非常に全体的にトラブルにあっても、不満にあっても、どこに物申していけばいいのかわからないという状況が見て取れると思えます。

10ページ、健康食品を利用する目的ですが、体調の維持や健康の増進を目的として利用している者の割合が多いということです。

ただ、約1割の方で、病状の改善目的での利用も見られるというところで、気になる数字が出ております。

12ページですが、ここでは、健康食品に対して重視する項目をお聞きしています。

ここは、やはり最も購入時に重視するポイントとしては、効き目、有効性と回答した利用者が約5割ということになります。

15ページ、ここは健康食品を購入する際に参考にする情報ということです。

これは、参考にする情報を幾つでも選んでくださいというのが青で記されておりまして、そのうち、最も重視したものというのを赤で印をしております。

残りを見ますと、最も多いのは、機能的（効能・効果）63.4%というのが出ております。

上の項目ですけれども、含有成分名、含有分量が61.0%、原材料名が54.8%ということで、食品としての基本的な事項というのを参考にしておられるということです。

逆に、下の方に行きますと、利用者何万人突破という利用実績とか、ランキングや口コミ情報とか、有名人の体験談というのは、大変低い数字になっておりまして、よく体験談の話も出るんですけども、こういったものを参考にしてると回答したものが4%というふうな数字になっています。

下から3つ目に行政機関による安全性に関して、適用している情報ということ参考にしてているという人は12%弱という結果となっております。

それから、ずっと飛ばしまして、23ページ、ここでは、機能的表示に対するニーズというものをお聞きしております。

下の表にありますけれども、利用者は、ある程度価格が高くなったとしても機能的表示をしてほしいと考えている傾向が伺えます。それは、少し値段が高くなっても構わないということで、5割を超えているということです。

24ページですが、健康食品に毎月支出する額というものが、どれくらいかお聞きしています。

これを見ますと、約7割の方が月額3,000円未満ということで、若い方は、それほど高い金額で利用しているというわけではないということがわかりました。

26ページ、健康食品を購入する先です。健康食品の購入先は、利用者の約6割が店舗購入と回答しております。次いでネット通販です。

若い方が店舗購入の割合が高く、50代以上を見ると、ネット通販の利用者が増えてきてい

るという傾向になっております。

訪問販売と個人輸入は、今回の調査では低いパーセントになっております。

29 ページですが、個人輸入をした健康食品、安全性に問題があるというような報道とか、事例とかもございましたけれども、これについて、どういうふうに考えているかということですのでけれども、利用者の約8割は、個人輸入については、必ずしも安全性が確保されているとは限らないと、8割の方が回答しております。

勿論、利用されている方は、そこの部分が若干、安全性については信用しているということで、下の表を見ていただくと、その割合が半分くらいに減っているという状況が伺えます。

30 ページです。健康食品に関する情報収集経路、メディア媒体別で見えておりますが、情報収集に当たっては、やはりインターネットを使っている方が**56.9%**と多く、テレビ・ラジオの番組やコマーシャルが**44.4%**になっております。

行政機関は、非常に**1.3**ということで低い状況です。

31 ページにも表が続いておりますが、検索サイトですとか、健康食品メーカーや販売店のサイト・ブログ、口コミサイトということで、ネットの情報がよく利用されているということがわかりました。

34 ページですが、使用しているサプリメントの種類ということですが、この辺りから、ちょっと気になる数字が出てくるのですが、約5割の利用者が2種類以上のサプリメントを利用、年齢が上がるほど、複数のサプリメントを利用する割合が増える傾向があります。

2種類から4種類というのが、一番大きくて**43%**ということで、5種類以上というのも**6%**ということで、飲み合わせというところが大変気になっております。ほぼ毎日利用しているものの約7割が2種類以上のサプリメントを利用しているということです。

3つ目の黒丸のところに書いておりますけれども、特に食品の安全性や健康状態に配慮する必要があるハイリスクグループが利用者全体に比べて、複数のサプリメントを利用している割合が高いという傾向が伺えます。

38 ページですが、処方薬との関係もお聞きしました。これは、健康食品の現在利用者のうち、**34%**は病院からもらった処方薬と健康食品と併用しております。

ハイリスクグループのもの、約**46%**が併用しているということです。

70代の高齢者は、約3分の2が処方薬と併用。

しかし、医薬品の処方にあたり、通院している者の約8割が、医師等から健康食品の利用状況に関する確認を受けていませんという、大変気になる結果が出ております。

42 ページですが、健康食品、サプリメントのものですけれども、それに摂取目安量というものが表示されておりますけれども、これの遵守状況については、約9割の方が摂取目安量を遵守しています。ただ、その表示を義務化するかどうかということについては、義務化希望者が若干過半数を超えておりますけれども、必要ではないというものも**36%**いらっしゃったという状況です。

46 ページですが、医療機関の受診の有無というのを聞いています。これは、医療機関への受診等をする事なく、健康食品で不健康な状態を改善しようとした経験がある者が約4割いらっしゃっ

たということです。ハイリスクグループでは、約5割がそうした経験を持っておられるということです。

ということで、後ろの方に予備調査の結果もちょっとお付けしております。調査票も付けておりますけれども、大体あらまは、このような調査結果を得たということで紹介をさせていただきました。

よろしくお願いたします。

○河上委員長 どうもありがとうございました。なかなか興味深いデータだと思います。それでは、御意見がある方は、発言をお願いいたします。いかがでしょうか。

山口委員、どうぞ。

○山口委員長代理 大変貴重なデータだと思います。2つありまして、1つは、インターネットによる調査ということでありますので、勿論、調査対象に79歳でインターネットを使っている方の調査も入っていると思うんですが、健康食品を摂取する人の中にはテレビ通販とか、電話勧誘による購入者もかなり多いと思うんですが、そのような方々の調査が、この母数に必ずしも入っていないかもしれないので、そこら辺は意識しながら、今後の対応策を考える必要があるのかなと思います。

2点目は、前から効能・効果の表示を一定義務づけるということについて、どうなんだろうということでの議論があるわけですが、今、原事務局長からお話があったように、15ページの表を見ますと、やはり機能性を、重視して買っているという人が多いようなので、しかも、23ページを見ると、機能性表示に対するニーズも高いので、こういうことを考えると、やはり機能性の表示をきちんとしてもらおうと、あるいは、それをする方向での行政的な措置というのは、必要なのかなと、あるいは有意義なのかなと。

それから、事務局長もちょっと気になると言われた、併用しているサプリメントの種類とか、34ページあるいは38ページの処方薬との関係で、必ずしも医者も余り健康食品のことを聞きたがらないし、患者さんも自分が使っている健康食品のことをお医者さんには言いたがらないという。そこで、併用している薬との関係で問題が起こったり、あるいはサプリメントを併用している関係で問題が起こったりしないような対策を考えられてしかるべきなのかなというように一定の今後の消費者委員会としての意見を出す上での参考になるデータも出てきているのかなと、そういうふうになりました。

○河上委員長 ほかにいかがでしょうか。どうぞ。

○原事務局長 確かにインターネットの調査ということで、1万人ということをやっております、年代的には、勿論、工夫して20代から79歳、70代まで取れて、それも配分を考えてやっていますので、年代的には入ってきているということにはなるかと思いますが、確かにおっしゃるように、では、どういった情報媒体から情報を得ていますかということ、やはりネット関係からの情報が多くなっているというのは、やはりインターネットの利用者であろうと思いますから、よく利用されている50代、60代、70代については、また、加えた調査が必要なかもしれないということです。

それから、機能性の表示の部分についてなんですが、第1次の消費者委員会の、今年の8月28日に健康食品の表示の在り方に関する中間整理を出しているんですが、その部分については、ちょっと概要のところを読み上げさせていただきますと、食品の機能性表示については、表示を可能とすることの是非や、表示を可能とする制度を導入した場合の実効性あるチェック体制の実現可能性などを含めた検討が必要である。機能性を案に示す広告表示や体験談広告表示については、法執行体制の強化に併せて、違反表示のガイドラインの明確化を始め、その取扱いを検討すべきであるということ、そういった表示の在り方を含め、本部の方には研究体制の充実ということも書いてありますけれども、全体な周囲の状況も含めて検討をすべきだということ、これを第1次では言っております。

以上です。

○河上委員長 ほかには何か御意見、御質問はございますでしょうか。

田島委員、どうぞ。

○田島委員 ありがとうございます。5ページの利用実態を見ますと、約6割が健康食品をおおむね満足しているということですが、その場合の利用実態は、3ページにございますね「ほとんど毎日利用している」それから「たまに利用している」を合わせると、やはり6割、これは、ちょっと考えると、インターネットを利用する人というのは、むしろ健康食品にはほど遠いのではないかと、私は最初考えたんですが、インターネットを利用している人でさえ、6割が利用しているということ、一般の国民全体から見ると、もっと利用者は多いのではないかと考えるわけです。

ということで、やはり健康食品問題というのは、消費者委員会にとって非常に重要な問題ですので、やはりインターネットの調査でありますけれども、この調査結果を生かして、何らかの考え方なり、意見を消費者委員会としてまとめていただくように希望いたします。

○河上委員長 ほかによろしいですか、何かございますでしょうか。

夏目委員、どうぞ。

○夏目委員 調査の報告をいただきまして、ありがとうございます。そうしますと、これからの進め方として、機能性表示をするときに、外観とか形状から明らかに食品と認識されるものを除くわけですから、2ページに書いてあります、その他のところのサプリメント、これに限って機能性表示をするというふうな受けとめてよろしいのでしょうか。それとも、そこから議論をするということなのでしょうか。

○河上委員長 どういう形で議論をまとめていくかは、また、委員会で議論していただくのがいいかと思うんですけれども、今までの栄養機能食品とか、特定機能用食品といったようなものとは別個に、もう少し広い範囲で、まさに食品そのものとは違って、少し加工された形で健康食品というものを観念して、その中のどれをどういう形に問題にするのが効果的なのかというような辺りを、また、委員会の方で再度検討してみたいかと思えます。今の段階で、サプリメントだけに限定するというようなことをしない方がいいかもしれません。

山口委員、どうぞ。

○山口委員長代理 第1次の消費者委員会でも議論して、本当に難しいと思ったんですが、端的に

言うと、機能性表示というのをだれがどう認定するのかと。既出の論文等で検討するというんだけど、どこまで色の付いていない、公平中立な論文が世の中にあるのかというようなことを考えると、なかなか難しいなど。

しかも、例えばグルコサミンが一定の効果があるといっても、それがAという商品に3g入っている、Cという商品には0.3g入っている。でも、やはり同じようにグルコサミンが入っていますよと書くわけですよ、そうしたら、それが、消費者にとってどの程度効果があるかというのはなかなか、どこまでどう表示するかというのは、考え出すとキリがないんです。だけれども、これは、何かやらないと、このまま議論していったってしょうがないので、一定のところ、やはり消費者委員会としての意見を早目に出すように、消費者庁の方も一定の調査をして、報告を出していますので、そこら辺とかみ合うような形で議論をまとめたらいいと思います。難しいですが、挑戦すべきだと思います。よろしくお願いします。

○河上委員長 ほかに、細川委員、どうぞ。

○細川委員 余りこの中には盛り込めていない感じがしますが、売り方の問題で、テレビでの広告と番組の境が、今、非常になくなっていますね。チャンネルが増えてきて、今、地上放送以外に、BS、CSとかあるけれども、そんなに中身は増えていなくて、結局、薄めているというか、本当は広告であるようなものを、いわゆる情報提供番組と称して、ほとんど広告主がつくっているようなものを垂れ流して、毎週同じような番組をやっているというようなものがいっぱいあるんですね。

しかも、番組のような形を取っていて、広告ではないように見せて、芸能人が出てきたり、あるいはレポーターがすごくいいですね、というような形でやっていくという、このテレビ上の広告か番組かわからないという形での売り方ですね、これも総務省はどう考えているのか、1回、私はヒアリングもしてみたいと思っていたんですけども、たしか放送法あるいはガイドラインで広告か番組か、視聴者がわかるように分けなければいけないということがあるし、広告総量規制も、たしか放送時間内の30%というようなそういうルールもあったはずなんですけれども、これは番組だと言われてしまうと、もう広告に入らないとか、そこら辺のことも問題視しないと、私は解決しないんじゃないかと感じます。

○河上委員長 ご指摘の点は、健康食品の問題に限らないところがありますね、普通の製品の性能なんかに同じ問題があるかと思います。ほかにいかがでしょうか。よろしいですか。

今までのいろんな議論がされてきていて、現在、別に、食品表示の一元化という問題もやっているわけですけども、そういった問題を考える上での欠くべからざる、その前提として、実際に消費者は、どんなことに着目しながら、契約をしてきているのかという辺りの基本的情報が、これまでなかった。

その意味では、今回の調査は、重要な意味を持つものではないかと思います。これを前提にしながらいろいろと具体的な対処法を考えていくということが可能になるかと思いますので、先ほどの機能性の表示の問題だとか、医薬品との併用問題だとか、売り方の問題といったようなものも含めて、具体的な問題を考えていくことになろうかと思います。そうした作業を行う上での一定の考え

方といたしますか、基本的筋道を立てていくときの「考え方」を、まずは、明らかにしておくということも大事ではないかと思えます。

先ほども田島委員から御発言がありましたように、委員会として提言等をまとめる第一歩として、場合によっては、健康食品を扱う際の考え方というものを、まず、中間的にとりまとめるような作業をやってはどうかということです。そこで、次回以降の委員会において、改めて議論をお願いしたいと考えておりますので、よろしくお願いします。

### 3. 消費者基本計画の検証・評価・監視について

○河上委員長 それでは、次の議題は、消費者基本計画の検証・評価・監視についてであります。

御承知のとおり、消費者基本法においては、消費者基本計画の検証・評価・監視について、それらの結果のとりまとめを行おうとする際には、消費者委員会の意見を聞かなければならないと定められております。

消費者委員会としては、本年3月27日に公表した委員会意見に関連する施策を中心に関係省庁に対して、施策の進捗状況等に関するヒアリングを行い、計画の改定素案に対する委員会としての意見を、5月下旬をめどにとりまとめたいと考えているところであります。

また、消費者庁及び消費者委員会設置法附則、第3項に法施行後、3年以内に消費者被害の発生または拡大の状況を勘案して、消費者の利益の擁護及び増進に関する法律についての、消費者庁の関与の在り方を見直し、必要な措置を講ずるという規定がありますことを踏まえて、今回の各省庁ヒアリングにおいても、このような検討に資するための調査・審議を併せて行うということにしております。

本日は、その第2回目といたしまして、資料2-1に掲載されている施策について関係省庁からのヒアリングを行いたいと思えます。

関係省庁からは、3月27日の委員会意見、資料2-1の左側の欄ですけれども、その意見等に対する考え方は、事前に提示させていただいたヒアリング項目、右側です。ヒアリング項目に対する回答を中心に御説明をいただきたいと考えているところであります。

なお、各省庁ヒアリングの実施期間中は、消費者基本計画の改定作業を担当している消費者庁の消費者政策課の方にも委員会に御出席をいただくということですので、この点を申し添えておきたいと思えます。

#### (1) エステ・美容医療サービス等（施策番号39関係）

○河上委員長 それでは、最初に、施策番号の39の関係ですが、エステ・美容医療サービス等についてであります。

本件につきましては、全国の消費生活センターに毎年1万件近くのエステ・美容医療サービス関連の相談が寄せられるなど、消費者被害が頻発している状況を受け、平成23年12月に消費者委員会として建議、すなわちエステ・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とりまと

め、健康被害に関する情報の提供と適格な対応、利用者の安全確保のための措置、更に不適切な表示、広告の取り締まりの徹底等について、具体的な提言を行ったところであります。

本建議が、どういうふうに扱われたかという対応につきましては、別途、報告を求めているところでもありますけれども、本日は、厚生労働省においていただき、これまでの実施状況等について中間的に御報告をいただきたいと考えております。

説明時間については、恐縮ですが、10分程度でお願いしたいと思っております。よろしく申し上げます。  
○厚生労働省健康局生活衛生課担当者 まず、質問事項の1に関しまして、建議事項の2といたしまして、厚生労働省は、実際に生じている健康被害の状況を分析し、必要に応じて、施術ごとの技術基準や衛生基準を整備し、また、新たな指針を策定すること等が求められているところでございます。

その進捗状況でございますけれども、まず、エステティックの衛生基準につきましては、財団法人日本エステティック研究財団が、自主管理基準といたしまして、資料の3-3ということでお示しさせていただいておりますけれども、平成8年6月に策定しております。

最新の科学的知見や業界の営業実態等を踏まえまして、こちら平成21年4月に改訂が行われております。

平成22年からは、こちら当財団ではエステティックに従事する方々を対象といたしまして、e-ラーニングを実施してございます。正しい衛生基準の知識を習得し、より安全で効率的な衛生管理を実践できるよう講習を行っているところでございます。

また、その上で、個々の問題状況に応じては対応を行っております。

まず、1つ目が、ネイルについてでございますけれども、こちらは法的に規制されているわけではございませんけれども、国民生活センターの方から健康被害が生じているという情報を受けまして、平成22年に、こちらは資料3-4としてお示しさせていただいておりますけれども、生活衛生関係営業等衛生問題検討会において検討を経まして、「ネイルサロンにおける衛生管理に関する指針について」ということで、通知をさせていただいております。

次に、美顔につきましては、平成22年から厚生労働科学研究といたしまして、「エステティックにおけるフェイシャルスキンケア技術の実態把握及び身体への影響についての調査研究」を実施しております。

次に、まつ毛エクステンションにつきましては、平成23年11月から生活衛生関係営業等衛生問題検討会において、安全なまつ毛エクステンションのサービスの提供の在り方について検討を行っているところでございます。

質問事項の4でも、まつ毛エクステンションに関し、こちらの検討会の状況を説明されたいということございまして、資料3-6として、検討会の実施要綱を付けさせていただいております。

こちらは、先ほどのネイルの指針の際にも、この会で検討させていただいたところではございますけれども、この3-6の資料の2枚目、こちら構成員として入っていただいている方には、自治体の方にも参加していただいております。

また、まつ毛エクステンションを検討するということからは、臨時構成員といたしまして、日

本眼科医会からですとか、美容学校の方からも御出席いただきまして検討を行っているところでございます。

資料3-6の3枚目、こちらで、現在の検討経緯を示してございます。昨年、平成23年11月から5回実施しておりまして、まずは、消費者に対する適切な情報提供の在り方、また、安全な施術の在り方といったところの検討を行っているところでございます。

今後は、この各論点につきまして、検討会における方向性を議論していくこととしていただいております。建議について、また、6月までに回答をまとめるというところでございますので、この辺りも、また、今後、報告させていただきたいと考えております。

以上でございます。

○河上委員長 どうもありがとうございました。では、続きまして、お願いいたします。

○田中厚生労働省医政局総務課専門官 厚生労働省医政局総務課の田中と申します。

医療情報の報告の方の件でヒアリング事項として、医療情報の提供の在り方に関する検討会の報告書の内容について、要点を絞って御説明を申し上げたいと思います。

資料3-1が報告書の本体でございまして、3-2としまして、その概要を1枚にまとめたものがございます。

建議の中で指摘いただいている医療機関のホームページの検討課題について、この報告書の中で触れられておりますので、その部分を御説明いたしたいと思います。

報告書の2ページに当たる部分でございますけれども、医療機関のホームページ、病院情報等のインターネット等による提供についてというところで、これまでの医療機関のホームページの医療法上の位置づけを踏まえながら、検討会の中でも御議論いただきました。

建議の中、美容医療サービスの広告、主にホームページについて不適切な表示があり、その適切な対応が求められているという背景を踏まえまして、いろいろと御意見をいただきました。医療法の中で広告規制をやっておるわけでございますけれども、医療機関が開設したホームページの内容につきましては、これまでは広告とはみなしてこなかったという背景がございます。検討会の中では、やはりそこは、2ページ目の下の方に書いておりますけれども、インターネットを通じた情報発信が極めて一般的な状況の中で、広告とみなさないという考え方というのは、なかなか難しくなっているであろうと。

3ページに移っていただきまして、他方で「しかしながら」以降でございますけれども、医療機関のホームページで発信されている情報、美容医療に関する情報、やや過剰なものもございまして、一方で、患者さんが知りたいと言われるような情報も含まれているということで、一律に広告規制の網をかけるというのも、なかなかそこはデメリットも大きかろうという御意見もございまして、これを踏まえまして、今後の対応ということで、3ページから4ページにわたるところに記載しておりますけれども、医療機関のホームページについては、引き続き、法律上の広告とは、今のところみなさないものの、それに関して、自由診療の分野、つまり、美容医療などについては、自由診療でやっておられるケースが大部分だと認識しておりますけれども、その自由診療の分野を中心としたガイドラインというものを国において作成するという方針となりました。

その内容でございますけれども、ページをおめくりいただいて、14 ページのところに、そのイメージをお出ししております、背景と目的を記載した後で、ホームページへの記載が禁止される事項ということと隣のページでございますが、逆に記載しなければならない事項、この二本立てで今のところ考えております。

具体的には、禁止される事項としては、虚偽の事項とか、あるいは他の医療機関との比較をして、自らの優良性を示そうとするもの、あるいは誇大なものといったものについては記載を禁止すべきであるという内容となっております。

逆に記載しなければならない事項としまして、料金について、なかなかはっきりと明示していないという場合があるということでもございましたので、通常必要とされるような治療の内容あるいはその費用といったものについて記載しなければならないということで、今のところ、こういうイメージを示しているという状況でございます。

このイメージを基に、今年度中に詳細な中身を詰めまして、ガイドラインという形で国の方から示したいと考えております。

元に戻っていただきまして、4 ページでございますけれども、「併せて」の段落でございますけれども、ホームページにつきましては、例えば景表法あるいは不正競争防止法の規制が適用できるという部分もあろうかと認識しておりますので、消費者庁を始めとした関係省庁と連携して対応したいと考えております。

私からの説明は、以上でございます。

○河上委員長 どうもありがとうございました。それでは、御質問、御意見のある方は、お願いいたします。

山口委員、どうぞ。

○山口委員長代理 本当にびっくりしました。私ども、本当に何か月もかけて苦勞して、今の消費者の被害の実態を建議の中に盛り込み、その被害の実態を何とか少しでも改善するために厚労省の方で汗をかってほしいということで建議をさせていただいたんですが、今のお話を聞く限り、ほとんど無視されていると言わざるを得ないような回答でありまして、とてもじゃないけれども納得できません。

たくさん申し上げたいことはあるんですが、2つだけとりあえず申し上げたいと思います。まつ毛エクステーションの危険性については、もう既にかなりデータが国民生活センター等からも出ているはずですね。

したがって、先ほど検討会を行っているというようなことをおっしゃっていただけますけれども、もう検討がどうこのレベルではなくて、具体的に被害抑止のために何をするか、現実的に厚労省の方からそれぞれの利用業者、それで、利用業者ではなくて、本来、資格がなくてできないようなエステティックサロンで、現実にまつ毛エクステーションを営業して、現実に健康被害、目が腫れた、目が開けられなくなったという被害が結構出ているんですよ。

それをのんびり検討しております、そういうレベルではないだろうと思うんですよ。もうちょっとスピードアップして、エステティックサロン等による被害の抑止のための具体的な措置を早く講

じていただきたいと、心からお願いしたいと思います。

あるいは、エステティックサロンの衛生基準等についても、本当に劣悪な、衛生基準を満たしていないところもございますので、実態は建議の中に盛り込んでおりますので、是非、見ていただいて検討をいただきたいと思います。

一番がっかりしたのは、ウェブサイトの取扱いでありまして、私は、この間の厚労省の検討状況から見ても、少なくとも医療機関のウェブサイトについては、医療法上の規制対象としてやっていただけるんだろうとっていたんですが、今回の検討結果を見ると、従前どおり。さっぱりわかりません。今、田中さんから御説明いただきましたが。ウェブサイトがたくさん利用されていて、消費者は、これに基づく選択をしていると、これは建議の中でもはっきり申し上げています。要するに美容医療のお医者さんをどうやって選びましたか。これは、インターネットで選びましたという人が現実には多いんですよ。何でそれが広告対象にならないんですか。医療法上の規制の対象に当然なるべき広告だと思うんだけど、メリットを上回る大きなデメリットが生じると考えられる、さっぱりわかりません。何でこんな結論が出るのかと思って、メンバーを見てみると、消費者の声が反映されるシステムに全くなっていません。委員の中に、ユーザーサイドの意見が入るような人選になっていないんですね。これでは、やはり消費者の声は無視されるなと思いました。

それを見て、私は、この中に消費者庁の担当者、黒田課長でもどなたでも結構ですけれども、検討会をもう一回つくり直して、そこに消費者と消費者庁から人が入るような形にさせていただいて、もう一回これはやり直していただけないかと私は強くお願いします。

また、今度、検証の機会があると思いますので、その中で、是非、違った回答をお願いしたいと思います。

○河上委員長 細川委員、どうぞ。

○細川委員 私もこの広告規制のところですけれども、山口委員と同じような感じを持ちました。例えば、資料3-1の2ページに、医療法上の広告に関する三要件と書いてありますけれども、この中に、インターネット媒体だったら広告とみなされないという規定はないわけですよ。ある意味、この三要件で広告かどうかというのは判断するわけだから、インターネットという媒体であったって、この三要件を満たせば、それは、医療法上の広告であるはずなのに、インターネットだから、インターネットが普及しているから、それは一律規制しないなんていうのは、現行法上の解釈をとったって、それはどう考えたって理解できない話であります。

そして、3ページ目の真ん中辺りに、医療法上の規制をしてしまうと、患者自らが知りたいと考える情報が入手できないと書いてあるんですね。ということは、医療法上の現行の規定では、患者が知りたい情報が入手できないような規制の仕方をしているということになりますから、もう医療法自体が時代後れなんですよ。それを、なぜ金科玉条に守っておいて、何かガイドラインでちょこちょこつとやろうとするという、そのマインドが私は全く理解できないし、今のお話は、山口先生と同じですけれども、矛盾を抱えているとしか言わざるを得ない、消費者委員会が言わなくても、もう明らかにこれは矛盾しているようなことを続けようとしていると、そういうふうにはしか、私にも取れません。

以上です。

○河上委員長 ほかにかがでしょうか。何か御意見がありましたら。

厚労省の方から何かございますか。

○厚生労働省健康局生活衛生課担当者 先ほどのまつ毛エクステーションの件に関しましても、こちらにも確かに被害が増加していることでもございますので、より安全なサービスの在り方については、真摯に取り組んで検討してまいりたいと思います。

また、まつ毛エクステーションに関しましては、本来、美容師法に基づいて、美容師が行うべき施術ということでございまして、美容所で行われる施術等に関しましては、衛生管理要領ということでお示ししているものもございまして、こちらにものっとっていただけるように、さらなる周知に努めてまいりたいと思います。

○河上委員長 ほかにかがですか、どうぞ。

○田中厚生労働省医政局総務課専門官 ホームページの取扱いについて、御指摘のとおり、法の網にかけるべきだという意見も当然ございまして、それも含めて、幾つかオプションを示した上で、法規制として直ちに規制すべきであるかどうか、あるいはガイドラインという形でまずは自主的に業界に取り組んでいただくかと、そういった幾つかの選択肢を示した上で検討会の中で検討いたしました。全く無視するという気はございません。医療法の中で広告については、今の三要件を満たすという定義の中でやっているというところでもございますが、それについても、少し矛盾があるんじゃないかという意見も当然ございました。その中で、今のところは、幾つかいろいろな検討をしていく中で、やはり直ちに法の規制をかけるというのは、若干厳しいのではないかと。その辺りについては、異論がおりかもしれませんけれども、国の方で、全くガイドラインもない中で、今やっているのも、まずは、ガイドラインをつくらうということになりました。ガイドラインで実効性が全く上がらないという状況になった場合には、そこは法規制も含めて、今後、検討すべきではないかと。

報告書の中にも、先ほど御説明しておりませんでしたけれども、4ページのところで「なお」以下のところで、当面はガイドラインという形で対応させていただく形ですが、そこで、どうしてもガイドラインは法律に基づくものではございませんので、そこが全くだめだということであれば、法規制も含めて検討したいとしておるところでもございます。お答えになっていないかもしれませんが、私からは以上でございます。

○河上委員長 小幡委員、どうぞ。

○小幡委員 もう既に両委員からあったのですが、まつ毛エクステーションの方は、今、美容師でしかできないとおっしゃいましたけれども、被害の実態をみて、本当に美容師だけがするという状況になっていない場合もあると思います。ゆっくりやられていても深刻な被害が拡大するということがございますので、速やかに取り組んでいただきたいというのが我々の思いだったわけで、それに対して、非常にスピード感がないといえますか、もうある程度の被害が出ている実態がある以上、スピード感を持って対処しないといけないのではないかとというのが、我々の思いです。

広告については、そもそも医療の広告の在り方についての矛盾も踏まえて考える必要があります

が、ただ、今、現実インターネット上で、非常に消費者にとって不可思議で、迷わされるような状態が頻発しているということにどう対処するかと、もう少し前向きに、もっと根本的に考えなければいけないという視点がやはり欠けているのではないかと思いますので、是非、お願いしたいと思います。

○河上委員長 ほかにいかがですか、山口委員、どうぞ。

○山口委員長代理 実は、この建議の前に、美容医療学会の専門家からもお聞きしたんですよ。そのときには、やはりインターネットによる宣伝、つまり、術前、術後とかいうので、使用前、使用后みたいな写真の広告がインターネットでまかり通っているんです。こちら辺は、やはり法律で規制しないと、自主規制ではダメだという意見があったんですが、そのヒアリングはなさっていますか、学会の方々からの。

○田中厚生労働省医政局総務課専門官 この検討会が始まる前に、美容医療協会のことだと思われませんが、意見交換はしておりまして、今、まさにガイドラインをつくらうとしている段階でございますが、中身を見ていただいて最終化したいとは考えています。

○原事務局長 事務局からすみませんが、再度、また確認させていただきたいんですが、ヒアリング項目の3つ目のところに書いております、消費者保護の観点から医療法に基づく広告規制について、消費者庁は関与する方向で見直すことについて、どのように考えるか説明されたいというのがあります。

先ほどの御回答の中にも、今後については、法規制も含めてということも念頭にあるというようなお話もございましたので、やはり今後については、委員の構成もありましたけれども、検討の進め方に消費者庁が関与する方向を検討していただきたいということで、それについてのお考えをお聞かせいただきたいと思います。

○田中厚生労働省医政局総務課専門官 3番目について、若干この趣旨がよくわからなかったのので、うまく答えられなかったのかもしれないですけども、消費者庁として、検討の場に参加されるという趣旨ということですか、検討会にお越しいただいて、いろいろ意見を言っていただくということは全く問題ないかと思います。

○原事務局長 いろんな施策というか、いろんな政策のところ、消費者庁が検討の場に参画をしているというのは、今日も消費者庁に参画していただいておりますけれども、いろいろな場面でやっておられて、やはりこれは消費者被害が非常に深刻ですし、早急に取り組まなければいけないということで、是非、消費者庁も検討の場に関わるということをお願いしたいということです。

○河上委員長 審議官、どうぞ。

○小田審議官 ここで御質問が出ている背景は、今のように審議会等に、検討の場に消費者庁が参画すると、それは勿論なんですけれども、消費者庁は景品等表示法の所管のわけですから、いわゆる広告規制に関しては、消費者目線から物を考えられると、そういう立場にあるんですね。

そういう官庁が、こういう医療法関係の広告規制について、ある意味、法的に関与するという仕組みをつくった方がよりよい規制になるのではないかと、こういう趣旨です。

○河上委員長 細川委員、どうぞ。

○細川委員 医療法上の広告規制というのは、基本的に広告させないというスタンスですね、本当に限定して、だけれども、それ自体が時代後れだから、インターネットでこれだけ情報提供されてしまったから、もう医療法で今更規制できないという、そういう状況になっているんじゃないかなと思います。

そういう意味でいうと、ガイドラインの内容は、私はいいと思うんです。むしろガイドラインの内容を医療法上の広告規制のスタンスとして入れ込んでやるということでもいいんであって、このガイドラインは、まさに景表法と同じで悪質なものを、不当なものはだめですよというだけであって、真っ当な医療機関の出したい情報を規制するような内容では全然ないと思います。本当は、医療法をちゃんと時代にふさわしいものに、市場で医療もサービスとして選ばれる時代なんだと、そこで適正な情報を消費者に提供するというスタンスで、医療法も変えないと、何か小手先のことをやっても解決しないんじゃないかと思います。

○河上委員長 ほかにいかがでしょうか、よろしいでしょうか。

いろいろ厳しい意見も出ておりますけれども、1つは、医療法に基づく広告規制の問題に関しては、現在では、ある種の消費者取引における広告規制と連動していると考えた方がよい部分がございますので、その限りでは、消費者庁と、例えば規制の手續自身を消費者庁と共管にする可能性も含めて、制度的にも見直していくことを是非考えていただければと思います。そこで、是非とも庁と協力して、引き続きこの点については検討していただければありがたいということでございます。

それから、緊急性がそれほど高くない、美容医療とか、インプラント等の自由診療に関してですけれども、前回に建議を行いましたように、契約の前に、必ず事前に十分な説明をして、患者さんの同意を得るべき内容等を盛り込んだ指針を早く整備して、これを周知していただきたいと考えております。

エステのサロンの衛生管理の話も出ましたけれども、必要に応じて、そうした衛生管理の指針を整備する措置を講ずるなど、建議で指摘したような事項をきちんとピックアップして対処していただくとともに、これは、計画の具体的な施策の中に盛り込んでいただければありがたいと思います。

医療機関のホームページ上の表示の改善ということについて、今、御説明なされたような方向は、それ自体、大変結構なことだと思いますので、そうした取組みは徹底していただきたいし、もし、それをやった場合の実施状況が、後ほど検証・評価できるように、それも基本計画の具体的施策の中にきちんと明記していただければありがたい。

なお、今年度内という話がちょっと出ましたけれども、実施時期もはっきりと明確化していただけると、後からの検証・評価がしやすいということもございますので、是非、そのような点についても御配慮いただきたいと思います。

まつ毛エクステンションに係る消費者安全の確保に関してですけれども、厚生労働省の生活衛生関係営業等衛生問題検討会というところで検討中ということですが、先ほど来、委員の中から非常に厳しい、今、待ったなしの状況なんだという御指摘がございましたとおり、被害がどんどん起きている状態なので、余り悠長に構えているわけにはいきませんので、できる限り早く結論を出していただきたい。そして、具体的な施策を今度の消費者の基本計画の中に追加していただければ

ばと思います。そうでないと、なかなか問題は前に進まないの、この辺は、ちょっと厳しいよう  
ですけれども、ひと頑張りしていただいて、消費者目線で医療法の見直しを是非やっていただければ  
ありがたいということでございます。どうぞ、よろしくお願ひしたいと思ひます。

厚生労働省におかれましては、お忙しい中、審議に御協力いただきまして、誠にありがとうございました。

## (2) 有料老人ホーム（施策番号 58 関係）

○河上委員長 続きまして、有料老人ホームについてであります。本件については、契約解除に関  
する相談件数が増加して、中でも家賃とか入居一時金等の名目で徴収される前払金の返還金にかか  
る問題などを防止するため、平成 22 年 12 月に消費者委員会として建議、すなわち有料老人ホーム  
の前払金に係る契約の問題に関する建議をとりまとめ、短期解約特例制度、いわゆる 90 日ルール  
についての法制化、明確化、そして、前払金の保全措置の徹底等の提言を行ったところであります。

本日は、本件に関するこれまでの実施状況や、さらなる改善に向けた取組みについて厚生労働省  
より御説明をいただきたいと思ひます。

説明時間については、また、恐縮ですが、10 分程度でお願いいたします。

○深澤厚生労働省老健局高齢者支援課長 厚生労働省高齢者支援課の深澤と申します。どうぞ、よ  
ろしくお願ひいたします。

お手元の資料 4-1 から 4-4 に基づいて御説明をさせていただきたいと思ひます。有料老人ホ  
ームの 90 日ルールの関係の御説明を中心ということでございます。

有料老人ホームにおける一時金の取扱いにつきましては、今、お話のございました、消費者委員  
会からの建議を受けまして、昨年、老人福祉法を改正いたしまして、関係する施行規則の改正も含  
めまして、この 4 月 1 日から新しい制度が施行されているところでございます。

この 4 月の施行に先立ちまして、3 月 16 日付、都道府県、指定都市、中核市あてに、私どもの  
老健局長の通知、これを示して、厚生労働省のガイドライン、これを実際に有料老人ホームの指導  
監督の事務を行います都道府県等に対する技術的助言に当たります、標準指導指針、これを改正し、  
かつ、一時金に関する規定が改正されることについて、関係者を含めました情報の周知徹底を図る  
よう依頼をしたというところでございます。

また、1 月から 3 月の間につきましては、都道府県等の担当部局長会議、担当課長会議を開催し  
ております。

また、全国有料老人ホーム協会、全国特定施設事業者協議会の会議の場において、私どもの方か  
ら 4 月からの新たな制度の施行について説明を行ったということがございます。

以下、制度の改正と経緯につきまして、簡単に御説明をさせていただきたいと思ひます。

経緯につきましては、今、委員長の方からお話のございましたので、簡単にしたいと思ひます。  
資料 4-1 の 1 ページ、これまで有料老人ホームに関するトラブル、これは、消費者委員会等から  
いただいた資料も含まれているところでございますけれども、2 ページにございますように平成 22  
年 12 月に、短期解約特例制度について法制化、明確化を図るようというところで建議をいただい

たというところがございます。消費者の利益を擁護する観点からの建議ということをいただきました。

厚生労働省といたしましては、この建議を重く受けとめまして、先ほども申し上げましたけれども、老人福祉法を改正し、短期解約特例制度、これの法制化をいたしました。

また、併せまして、この趣旨を踏まえまして、何に対する対価であるのか、内容が不明確であるということで、権利金についても受領を禁止するという規定も創設いたしたところがございます。

資料4-1の3ページ目に、今回の法改正の経緯と内容をまとめておりますけれども、ちょっと1点、訂正をお願いします。真ん中の辺りに、法29条第6項と、それぞれ右側に第8項がございますけれども、左側の方が第8項で、右側の方が第6項でございますので、この場で恐縮でございますけれども、訂正をお願いしたいということでございます。（※ホームページに掲載してあるのは修正済の資料）

内容におきましては、入居後、一定期間に契約を解除した場合には、家賃やサービス費用等の実費相当額を控除した上で前払金を全額返還することということと、右側でございます、権利金等を受領しないこと、これを法律上、明確化したところがございます。

条文につきましては、飛んで恐縮でございますけれども、資料4-3、通しページを打っておりますけれども、7ページに条文を付けているところがございます。

また、前払金の算定方法につきましても、消費者委員会からの建議の内容を踏まえて明確化することといたしました。契約の期間の設定に応じて算定する旨を、厚生労働省のガイドラインにおいて規定いたしました。

同じく資料4-3の10ページにガイドラインの改正通知を掲載しておりますので、そこと、4ページも併せてごらんいただければと思いますが、10ページの1の(3)のところがございますけれども、期間の定めがある契約の場合の算定方式。また、こちらの方が一般的に多いかと思っておりますけれども、終身にわたる契約の場合の算定方式ということで、そちらの方は1か月分の家賃相当額に想定居住期間（月数）を掛けて、これに想定居住期間を超えて契約の継続をする場合に備えて受領する額をプラスする、こういう形できちんと定めるように、ガイドラインにおいて通知をしているというところがございます。

このときに、想定居住期間というものが出てまいりますので、想定居住期間をどう設定するかということでございますけれども、4ページをごらんいただきたいと思います。

この場合、入居時の年齢、性別、心身の状況等に応じて、これらの簡易生命表等に基づいて算出されます平均的な余命等を勘案して、具体的かつ客観的な根拠によって示すということ、同じ日付で発出しておりますが、事務連絡できちんと示しているところがございます。

大まかに算定方法を申し上げますと、前払金、これは、勿論、月々の家賃等の軽減の費用に充当されるものがございますので、入居が継続すると、前払金を取り崩していくということになります。

最終的な退去が想定される時点といたしまして、4ページの表にもございますけれども、居住継続率ゼロパーセントと、この時点想定しまして、この時点で前払金の残高がゼロとなるよう、取り崩し額を勘案して支払う前払金の額を決定するということを示しております。

お示ししておりますのは、終身にわたる契約の場合において、入居時の年齢が 75 歳の男性の場合を想定しております。居住継続率が、おおむね半分、50%となる 12 年間、これを想定居住期間というふうにしております。

また、継続率がおおむねゼロとなります 31 年目に退去するというモデルケースについて算出した金額を記入しているところでございます。

計算の前提としましては、1 か月分の家賃とサービス費用 8 万円と仮定して、このうち 3 万円分を前払金としてあらかじめ支払うこととした場合に、31 年目にその前払金がゼロとなるよう計算をする。そこに前払金の総額と書いてございますけれども、511 万円で、その内訳といたしましては、12 年間の想定居住期間内の利用料として 432 万円、これは、大体全体の 85%になります。

それから、想定居住期間を超えた期間に備えて受領する額として 79 万円、これは、約全体の 15%に相当するというところでございます。

このうち、返還の関係でございますけれども、退去の時期に応じまして、①の 3 か月以内の場合につきましては、赤色の部分でございますけれども、実際の利用期間の利用料を控除した額。

それから、②の方の想定居住期間内につきましては、契約終了から想定居住期間までの利用料に相当する額、これも同じく赤色でございます。これをきちんと老人福祉法の施行規則、条文の方は資料 4-3 の 8 ページに規定しておりますけれども、老人福祉法施行規則の 21 条の第 1 項及び第 2 項に規定してございます。条文については、ごらんいただければと思います。

したがって、想定居住期間を超えて入居が継続される場合は、引き続き、毎月 3 万円が減額された状態で支払いを継続するというところでございます。勿論、この場合、追加料金を払う必要はないわけでございます。

私ども厚生労働省といたしましては、引き続き、この制度の適切な運用を図るよう、地方公共団体、事業者に対してお願いをしていくつもりでございます。

また、有料老人ホームの事業者団体でございます、全国有料老人ホーム協会あるいは全国特定施設事業者協議会も今回の改正の趣旨を踏まえて、入居者の契約内容をわかりやすく消費者に提供するという取組みを充実していくということとしております。厚生労働省は、引き続き、積極的な指導、支援を行ってまいりたいと思っております。

あと、初期償却の今後の取扱いについてでございます。前払金の初期償却につきましては、消費者委員会の建議におかれましても、その法的位置づけ等についてさまざまな意見があり、十分な検討を要するとされているところでございます。

算定根拠が明確に示されたものであれば、老人福祉法で必ずしも否定されるものではないと考えているところでございますけれども、今回、東京都の指導指針では、初期償却は適切でないといわれているところでございます。これも、消費者保護の 1 つの在り方とは考えているところでございます。

私どもといたしましては、この 4 月から新しい制度が施行されたばかりということもございませぬので、この事業者が前払金によって、不明確な費用を受領することがないようにということで、きちんと算定根拠を明確にすることを徹底するという、まずは、制度の適正な運用に努めていき

たいと考えているところでございます。

それから、資料4-2の6ページをごらんいただきたいと思います。いただきました宿題のうち、最近の有料老人ホームの施設数等のデータの関係を示しているところでございます。数字の関係は、資料4-2、6ページにあるとおりでございます。

なお、③のところでございますけれども、※印、既存の有料老人ホームのうち、サービス付き高齢者向け住宅の登録を行った施設数、これについては、把握をしておらないところでございます。

反対に、サービス高齢者向け住宅のうち、有料老人ホームに該当するサービスを行う施設は、全体の95%くらいということの数字がそこに挙がっているところでございます。

また、都道府県による行政指導等の実績につきましては、資料4-4に資料を付けさせていただいておりますので、そちらをごらんいただければと思います。

私の方からの説明は、以上でございます。

○河上委員長 ありがとうございます。それでは、御質問、御意見のある方は、発言をお願いします。

山口委員、どうぞ。

○山口委員長代理 御説明ありがとうございます。消費者委員会としても、建議した事項が、こういう形で法令に反映されていくということ、それによって消費者の思わぬトラブルが抑止されることについては、大変うれしく思いますし、この改正については、高く評価しております。ありがとうございました。

1つだけ、最後に課長がお話になったところで気になるところがございまして、資料4-1の4ページの表が見やすく書かれておりますので、これに基づいて、少し意見を申し上げたいと思うんですが、問題は、このケースでは、例えば、入居一時金として前払いで511万円払った例になっていきます。毎月の想定居住期間内の利用料として、毎月幾らで計算したのかわかりませんが、432万円が想定期間月数でかけ算して、ですから、12年分くらいの金額が、毎月3万円ということで想定されている。ここまではわかるし、その12年を超えた想定居住超過期間に対応するために、79万円を上積みして入居者に支払ってもらって合計511万円ということで入居一時金を払うここまではわかるんです。

それで、3か月以内に退去するようなことになった場合には、その実際の利用期間分については、償却するけれども、それ以外は全部返さなければいけない。ここまではわかるんですね。

ところが、例えば、90日を過ぎて、2年くらいで亡くなったとか、あるいは2年でいろんな事情で退去せざるを得なくなったという場合に、実際の利用期間分が償却されるのはわかりますけれども、なぜ想定居住超過期間に対応した受領金額、この緑色の部分の79万円が90日過ぎた途端に償却されることになってしまうのか。こんなわかりやすい表を厚労省がつくられると、これは、ちょっと事業者も誤解してしまうんじゃないか。

先ほど課長が御説明になったように、東京都は、こういう運用は認めていません。恐らく埼玉県も認めていない。神奈川県は、ちゃんと説明したならばいいですよということになっているかと思うんですね。

つまり、この書き方は非常に誤解をもたらすのであって、こういう形で償却する場合と、毎月3万円の12年分ですね、この12年を超えたならば償却されますよという場合と、そのずっと前から償却されるんですよという場合があります。事前にきちんと消費者に説明している場合ならば、場合によっては償却可能ということもあるのかもしれませんが、そこら辺が一律、3か月過ぎたら自動的に想定居住超過期間、緑色の部分は償却できるような、これはミスリーディングな図になっていませんか。ちょっとこれは現場で混乱の基になると思いますので、まだまだ改正施行令を4月1日から実施されて、これを現場で浸透させるのが先行だというのは、よくわかりますので、直ちにこれについて答えを出すべきだとまでは申し上げませんが、東京都、埼玉県、神奈川県でもちょっと違った運用になっている。そこについて、厚労省が一番後退した考え方を示すのでは困ってしまうので、この辺はもう少し幅のある表現の仕方に改められないでしょうか。

○河上委員長　お願いします。

○深澤厚生労働省老健局高齢者支援課長　私が4ページの資料をつくらせたわけですが、少しわかりやすさということを強調し過ぎたのかもしれませんが。

この前払金の趣旨につきましては、申し上げるまでもございませんけれども、高齢者ということですので、収入がそれほど多くないけれども、ある程度の資産としてのストックを有されている方が有料老人ホームに入居される場合に、安心して長期にわたって住み続けられるということで、入居時点で一定の金額を払うことにより、後年度の家賃等の負担を軽減する方式として出てきた制度ということでございます。

山口先生のお話にもございましたように、この図で申し上げれば、想定居住期間を超えて入居した場合に備えて受領する、家賃等の軽減に備えて受領しているというのが、この前払金でございますけれども、結果として、その部分、退去の時期によっては返還されないということになるわけでございます。

つきましては、さっき申し上げたような計算、前払金と返還方法の計算方式をきちんと示す、あるいは今、申し上げた前払金の趣旨等についてきちんと説明いただいた上で契約の際に入居者のきちんとした御理解をいただいた上で契約するということが前提であることは申し上げるまでもない制度でございます。そこをきちんと丁寧な説明に努めるということ、よく徹底していかなければいけないと考えております。

その場合に、前払金をいただくということとの比較の対象として、山口先生の方からお話があった神奈川県の方は、月払い方式というものも併せて提示をして、それと比較していただくということで入居者によく理解をいただく根拠にするということも1つの方法かと思っております。私どものガイドラインのやり方がすべてというふうには思っておりませんので、引き続き、各地方公共団体の取組み等、私どもきちんと注視をいたしまして、また、いろいろな御議論もよく承った上で、我々もどういうふうな制度を、最終的にはガイドラインをどうするかということも考えていく必要があるのかなと考えているところでございます。

○河上委員長　ほかにいかがでしょうか。夏目委員、どうぞ。

○夏目委員　御説明ありがとうございました。今、伺っていて、やはり利用者は混乱するのかなと。

片方で認めない、そういう自治体があると、片方で厚労省はガイドラインを出していると、やはり消費者から見たら二重のガイドラインというか、二重の基準ですね。そういうことは、新しいガイドラインを始めていくときに、本来だったら解消してガイドラインをつくっていただくという方向の議論というのはあり得ないものなのではないでしょうか。とても、単純に疑問に思います。

○深澤厚生労働省老健局高齢者支援課長 そちらにつきましては、私ども、きちんと前払金についていろいろな問題が発生していた中で、きちんと根拠、それをきちんと入居に当たって理解をしていただいて、契約するよというに、まず、重点を置いて、今回のガイドラインをつくったということでございます。

その場合に、都道府県等が実際の有料老人ホームの指導・監督を行う主体でございますので、そこにおきまして、私どもの技術的助言を参考にさせていただいて、独自にいろいろと取り組まれるということになるかと思ひます。ここについて、私どもなかなか強制、このとおりにやっくださいというわけにはいかない点もございませぬので、先ほども申し上げましたように、各地方公共団体の取組みあるいはいろいろな方面からの御意見等踏まえて、今後もよりよい制度にしていくということを考えていくということになるかと思ひます。

お答えになっているかどうかわかりませぬけれども、以上でございます。

○河上委員長 山口委員、どうぞ。

○山口委員長代理 私が言う立場ではないんですが、夏目委員の御意見については、これは、本来、自治事務なんです。だから、都道府県が、例えば厚労省が何と言おうと、東京都あるいは、例えば千葉県はもっと優れた基準をつくって消費者に有利に、安心して入れるように基準をつくって、それを実行していくんだと、これは自治事務だからやっていいことのわけです。だから2つの基準、東京都と厚労省の基準が2つあるというのがおかしいというのは違うだろうかと、私なんかは思ひます。それはあっていい。ただ、厚労省が一番後れた基準をつくって、それで、これでいいよと、こんな表をつくられると、ミスリーディングで誤解をもたらすんではないかと思ひます。そこら辺、ちょっと課長の発言、どうもはっきりしないんですが、もっとよくするように頑張りませぬと言っただけならば安心するんだけれども、何となくあいまいな言い方なので、心配だという感じがあるんだけれども。

○深澤厚生労働省老健局高齢者支援課長 繰り返しになりますが、まずは、4月から新しい制度が始まりましたので、きちんと根拠を御説明してくださいと、前払金はこの性格でありますということ、きちんと御理解していただいた上で前払金をいただくということ、まずは徹底をしていきたいということ。その前払金の算定根拠につきましては、私どもとしては、こういう中身を定めましたが、それをベースに個別の指導に当たります都道府県等が最終的に決めるという形になります。

ですから、私どもとしては、繰り返しですけれども、東京都、埼玉県、神奈川県といろいろと取り組まれております。それを受けての利用者側の御意見等々もあろうかと思ひますので、それをきちんと踏まえて、また、必要な場合には、きちんと制度を見直していくということは、当然のことと考えているところでございませぬ。

○河上委員長 どうぞ。

○山口厚生労働省老健局高齢者支援課高齢者住宅対策専門官 高齢者支援課の山口と申します。

ちょっと補足させていただきますと、今、山口委員から御指摘がありましたように、これは、前払金が返ってこない部分というところをミスリードしているのではないかという御指摘があるのかと思います。

ただ、我々としては、前払金で返ってこない部分があるということを消費者の皆さんに御理解をいただくつもりで、この表を用意しております、もともと月払い方式というものもございます。先ほど山口委員が御指摘いただいたように、神奈川県さんなんかは、こういう前払金方式と月払い方式を併用するようというようなガイドラインを出しておられます。そういう意味では、月払い方式のメリットと、前払金方式のメリットを消費者の方に比較衡量していただくために、前払金の場合は、ここは返ってこないところがあるんだよということをきちんと御理解いただく意味で、こういう資料を用意させていただいた次第でございます。そういう意味では、これでやるべきだとか、これが主流だということを我々として言っているつもりはないです。そこだけ補足させていただきます。

○河上委員長 ほかにいかがですか。よろしいですか。

もう議論は、今、大体出たとおりですが、入居一時金の性格というのが今一つよくわからないので、どうしてもトラブルになりがちなんです。それで、実際にどんなふう動いているのかという実態をきちんと把握していただいて、入居一時金の在り方とか、その透明性を更に高めるための施策というのを具体的に検討していただくということが必要だろうと思います。

有料老人ホームで一時金を払うというのは、極めて高額なプリペイドカードを買うようなものでして、それが、うまく最後まで使い切れるかどうかというところが問題ですし、使わなかったときの精算をどうするんだというのを、みんな考えるわけですね。そこにある種の長生きリスクについての保険的な要素が入ってきているということ、しかも、それが場合によっては掛け捨てになりかねないことを理解してもらうためには、相当具体的に説明をしないといけないわけで、その辺を了解しない顧客が、情報はいっぱい与えたのだから、理解していただろうと言われても、わからないことが多いと思うんですね。

だから、余り中途半端にしているとトラブルが起きるだけですので、その透明度は高めることと、考え方について、明確な指針を出すというのは、早くやった方がいいんじゃないかと思います。

本件については、消費者委員会としても、引き続き調査審議を行っていくというふうに考えておりますので、また、必要に応じて意見を述べさせていただくことになろうかと思います。

厚生労働省におかれましては、お忙しい中、審議に御協力いただきまして、誠にありがとうございました。

○河上委員長 それでは、次の被害者救済制度についてということで、施策番号 110 番に入るところですけれども、時間も大分過ぎましたので、暫時休憩して、5分くらいトイレ休憩を入れたいと思います。

(休 憩)

### (3) 被害者救済制度（施策番号 110 関係）

○河上委員長 どうも中断いたしました。再開いたします。

続きまして、被害者救済制度についてでございます。本件については、消費者庁及び消費者委員会設置法附則第 6 項において、法施行後 3 年をめぐりに被害者救済のための制度について検討を加え、必要な措置を講ずることという規定がなされているということを受けて、消費者基本計画において、集団的消費者被害回復に係る訴訟制度について、平成 24 年通常国会への法案提出を目指すとともに、財産の隠匿・散逸防止策及び行政による経済的不利益賦課制度について検討を行い、平成 24 年度中をめぐりにとりまとめるというふうにしています。

本日は、消費者庁から、これらの検討の進捗状況や、今後の見通し等について御説明をいただきたいと考えております。

説明は、申し訳ありませんが、10 分くらいでお願いいたします。

○堀井消費者庁消費者制度課長 消費者庁消費者制度課長の堀井でございます。今日は、説明の機会をいただきまして、本当にありがとうございます。

それでは、10 分ということですので、110 番の項目について御説明をしたいと思います。大きく 2 つの内容でございます。

まず、1 つ目は、資料 5-1 に配らせていただいておりますが、集団的な消費者被害回復に係る訴訟制度の今の状況と今後の見通しについてでございます。

そして、こちらの訴訟制度につきましては、もう委員の先生方も御案内のとおりですが、今年の 8 月に消費者委員会の専門調査会、集団的消費者被害救済制度専門調査会でとりまとめが行われ、そして、消費者委員会から意見が 8 月 26 日に出されました。

そして、その意見の内容については、集団的消費者被害の救済制度の具体的な仕組みづくりを行うと、その過程で幅広く関係者から意見を聴取した上で、速やかな立法化を目指して検討作業を進めることと、このような内容の御意見をいただいたところでございます。

そして、消費者庁は、その後、消費者委員会の意見も踏まえまして、内容について、関係者の御意見も伺いながら、いろいろと成案化をしておって、今年の 12 月にこの制度骨子を意見募集しました。パブリックコメントということですが、そういった形で実施をさせていただきました。

それで、実施させていただいたものが、こちらの資料 5-1 の概要ということになっておりまして、そして、5-1 の概要につきましては、12 月の消費者委員会でも御報告をさせていただいたとおりでございます。

そして、パブリックコメントでは 214 の団体あるいは個人から御意見をいただいた状況になっているところでございます。

もう一つ、ここで追加をさせていただきたい情報としては、各都道府県の議会などからも、この訴訟制度についての要望書、地方自治法第 99 条に基づく要望書が寄せられています。

内容については、おおむね早期の成案化、法案化、その成立を望むという内容でございます。

そして、今、中で検討していて、その状況という御質問なんですが、こちらの 5-1 をごらんいただいても、おわかりいただけますように、まず、そもそもこの制度の内容としては、一定の

要件を満たす団体、こちらでは適格消費者団体の中での加重された要件ということで、特定適格消費者団体ということで考えていますが、この団体が主体となって訴訟を行うと。

そして、二段階型ということで、個々の消費者が二段階目に受検をして加入をしてくる。その消費者に対しても一段階目の判決効が及ぶということで、言わば、我が国の現在の民事訴訟制度の非常に大きな特例というふうな形になっています。

それで、制度の特例というと、ほかにもいろいろあるんでしょうけれども、特に今回、前例のない特例ということで、極めて法的な論点が多くなっているという状況でございます。

このような法的な論点が多いことも含め、そして、消費者委員会からも法案化の過程では、幅広く御意見をということがあり、パブリックコメントをやったんですが、そこでも意見をさまざま寄せられたということもありますので、現在、そういったものも勘案した形で成案化を進めているという状況でございます。

全力で、当課を中心に関係省庁にも御協力をいただいて検討しておるところでして、できる限り早期の成案化を目指しているという状況でございます。

これが、訴訟の関係の現在の概略の状況でございます。

もう一つが、行政手法の関係ということでございまして、資料としましては、5-2ということで研究会についての資料を配らせていただいております。

こちら昨年12月の消費者委員会で安全法改正のとりまとめに関する部分を御報告させていただきましたが、財産に対する重大な被害の発生・拡大防止のための行政措置という検討課題が、まず、1つ目であって、あとは、②、③ということで、行政による経済的不利益賦課制度、そして、財産の隠匿・散逸防止策、こういったものを課題ということで進めております。

そして、この点につきましては、資料5-2の3ページのところに審議経過ということで書かせていただいておりますが、第4回、昨年12月6日まで、1つ目の課題について、御議論をいただき、12月8日付でとりまとめをし、この結果、消費者安全法の改正案ということで、今年2月14日に閣議決定されて国会に提出されたという状況になっています。

そして、年が明けて、24年の2月から残りの課題について議論しているという状況でございます。

具体的に、この研究会で2月以降に議論している内容なんですが、経済的不利益賦課制度、そして、財産の隠匿・散逸、こちらの②と③ということで議題は分けているんですけども、ただ、具体的な方策を考えるに当たっては、非常にクロスオーバーしてくる部分も多かろうということで、この2つについては、②をまとめてやるとか、③をまとめてやるという形ではなくて、全体概括しながら議論しているという状況でございます。

これまでもさまざまな議論がされていて、一定程度論点などは出てきているんですが、特に、研究会の中で、最近行われた議論としましては、法制上の観点あるいは執行上の観点から、具体的な検討を行っていくために、財産事案についての消費者被害で、どういうふうな事例があるんだろうかという類型化を試みたり、そして、そのようなことに対応する施策として、今回の研究会のテーマは行政手法なんですけれども、民事的あるいは刑事的な手法でも消費者被害に対峙していますので、そういう民事、刑事、行政を含めた形での関連する施策も全体として概観をしております。

そのような議論を踏まえて、制度の在り方、考えられる制度、行政手法の目的、そういった御議論が出ているんですが、関連するアメリカですとか、ドイツの制度についても、前回のときは、委員の方から御報告をいただき、更には委託調査で深めていこうという方向になっておりまして、更に次回以降、具体的に考えられる方策についての法制的論点などについて詰めていくという状況でございます。

それで、今後の見通し、とりまとめの時期、そういったことについてでございますが、よくいろいろなところでも指摘をされるんですが、2つ目の課題、3つ目の課題、非常にこちらも難しい課題が多うございまして、非常に時間をかけてやるような中身がてんこ盛りになっているという状況もございます。

それで、座長とも御相談させていただきまして、基本計画の中身としましては、24年度中は、一定のまとめをするようなスケジュール感を持って、ただ、中身としてはきっちり詰めていこうと、そういうふうなイメージを持って進めているという状況でございます。

簡単ですが、とりあえず、以上です。

○河上委員長 どうもありがとうございました。それでは、御質問、御意見のある方、お願いいたします。いかがでしょうか。

山口委員、どうぞ。

○山口委員長代理 御説明ありがとうございました。特に前例のない訴訟制度なので、条文化は大変だと思うんですが、御質問としては、大体何条くらいになるのかなというのが、大体わかっているんでしょから、差し支えない範囲で説明いただければと思います。

なおかつ、政府公約として、今通常国会には出していただけるんでしょねというところについて、頑張りますというぐらいは言っていただければありがたいと思います。

それから、行政的手法の方なんですけれども、私は、それほど難しくないと思っているのです。訴訟制度の方が片付かないと、次のステップに進めないのかなというのは、わからんでもないんですけれども、深堀りをするのも結構ですし、ほかの国の運用を検討するのも、勿論結構なんですけど、端的に言えば、大体着地点は見えているわけです。経済的不利益賦課制度については、つまり、課徴金的なものについては、景品表示法で、2、3年前でしたか、課徴金を新しく制度として設けて運用するんだということで、消費者庁設立直前、国会に、公正取引委員会が法案を一旦上程されている事実があるわけですね。ですから、そこをたたき台にして、景表法だけではあれでしょうから、特定商取引法違反の事業者に対しても課徴金といいますか、経済的不利益賦課をするような行政的な措置を講じて、悪質な事業者による消費者被害を抑止するという、そういうことを考えるというのは、大体着地点は出ているんじゃないかと。

それから、財産の隠匿・散逸防止策についても、これは、法務省がわけのわからない反対をしたというのは聞いていますけれども、消費者庁が一定の要件の下で、悪質な事業者で、消費者被害を今後拡大しそうな状況があるときには、破産申立てをして、裁判所の命令を得て、財産保全をするというような制度を、これは、つくるといって、ほぼ着地点は見えているんじゃないかと。

勿論、今の課徴金の運用は、破産申立てをして保全をするというときには、やはり今の消費者庁

のスタッフでは足りないでしょうから、ハードと申しますか、組織を整備するという事も併せて準備しなければいけないので、そう簡単に条文化できないというのは、わからんでもないですけども、大体その着地点は見えている。私は勝手に思っているんです。もう少しどんどん緻密化して、審議が終わったら、条文ができましたというぐらいにやっておけば、今回の訴訟制度のような苦労はしなくて済むのではないかと思うので、その工夫はどうでしょうかということをお聞きしたいと思います。

○堀井消費者庁消費者制度課長 ありがとうございます。山口委員から、今、3点いただいた点についてでございます。

条文数については、以前、消費者委員会でも、もしかしたらそういう話をしたかもしれませんが、非常に多くなることになろうかと思えます。

ただ、例えば民事訴訟法上の準用の規定をどう書くかとか、そういったことで、技術的に変わってくる部分もあるんですが、もしかしたら、百条前後になるのではないかと、そういうことを我々としては考えています。

ただ、いずれにしても、現時点のものということでございますので、その程度のことということでお聞き流しいただければというのが1点目でございます。

そして、2点目、今通常国会ということで、今、委員から御指摘があったように、私どもとしては、基本計画の中でも24年度常会の提出を目指してということとずっと言っておりましたのは、そこは目指してずっと頑張り続けているということは、そういうことでございます。

最初の説明のときにも頑張っているということを言ったつもりだったんですが、すみません、聞こえなかったとしたら、改めてここで強調させていただきます。それが2点目です。

3点目なんですが、ありがとうございます、研究会の報告にもすぐ書けそうなイメージの御示唆かとも思ったんですが、ただ、せつかくのお時間ですので、もうちょっと先ほどのよりも踏み込んだ形で研究会の議論を紹介させていただこうと思いました。

課徴金については、確かに委員が御指摘のように、平成20年のときの国会で景表法上の一定の不当表示の事業者に対する課徴金制度というのが法案として出されていたという経緯がございます。

ただ、今回、やはり研究会の委員の方々の御意見を聞くと、今までに出された制度ですとか、御議論というのがあるんですが、やはりいろいろな観点から、今日的な観点から、更に言えば、集団的な消費者被害回復制度がいろいろできつつあるということなど、状況の変化を踏まえて議論したいと、どうもそういうことがあるかなと、聞いていて思いました。

例えば、前回の会合までで、どういう具体的なアイデアが出てきたかという、今、山口委員から御指摘があったような課徴金というのも含むんですが、例えば、財産の隠匿・散逸防止策でいいますと、破産手続の開始申立て、これを消費者庁がやるというのが1つ出ていたんですが、あと、例えば、行政が被害者に直接被害金額を返還させるような命令、そういうシステムはどうかとか、あとは米国でインジャンクション、それに伴うディスゴージメントということで、差止命令をして、不当な収益を吐き出させて、場合によっては現状回復命令を出すというように行政が申立てをして、

裁判所が差止命令とか、回復命令をする制度というのはどうなんだろうかと、そういう御議論も出しました。

それで、経済的不利益賦課制度については、今のお話とかぶる部分もあるんですが、課徴金制度に加えて、例えば、違法行為の是正命令に従わない場合に、金銭的な賦課を課すといったやり方はできるのではないかとか、あとは、例えば、調査をしようと思ったけれども、調査に応じない事業者がいた場合、そういう事業者に対して、金銭を賦課した形で実効力を持たせてはどうかとか、そういう意味では、非常にいろんな形のアイデアが出てきているという状況です。

ただ、先ほど山口委員から非常に簡単じゃないかという部分があるじゃないかという御指摘もあったんですが、先ほどのインジャンクションとか、ディスゴージメントみたいなシステムを我が国で考えたときに、エクイティーの世界でやっていることと、我が国の裁判所のシステムとか、行政法体系という観点でどうかと、そういうのも、本当に考えるといろんな法的な論点があるんだろうなという気が事務局としてはしています。

ただ、今回の行政手法の研究会は、民事も関連したり、いろいろな分野があるので、有識者の先生の方々も、2ページのところの名簿を付けさせていただきましたが、行政法関係の先生のみならず、民法、民事訴訟法、そして刑事、そういった分野での幅広い先生方の御知見を借りるべく、いろいろな分野の方々に入っています。

そして、消費者目線で、日ごろ消費者行政の一線の方々もいらっしゃいますし、弁護士で、通常悪質事業者と対峙をしておられて、苦勞されている先生方もいます。

したがって、そういう方々の知見をお伺いして、出てきたアイデアについてフィージビリティを見ながら議論していくということになると、一定程度の時間はかかるのかなというところをお話した部分ではあります。

ただ、今、山口委員長代理から指摘をいただいたようなことも踏まえて、今後、いろいろ議論が深くなっていくと思いますので、状況に応じて消費者委員会の方にも御報告をさせていただきながら、検討を深めていきたいと考えます。

○河上委員長 ほかにも、何かございますか。特によろしいですか。

集団的訴訟は、大変な訴訟ではありますので、いろいろ御苦勞されていることは承知しておりますけれども、是非、この国会で出していただいて、成立に向けて作成作業を加速していただきたいということです。そのほかにも、消費者被害の実質的な救済のための行政の在り方というものも大事なことで、集団訴訟の部分ができたら、今度は違法収益をどうやって吐き出させるかという問題、それから、民事の救済のための、言わば財産の隠匿行為を押さえて、執行を確実なものにするという、一連のことができ上がらないと、なかなか最後の救済までいかない。これは、一つひとつ大きな山を越えていく課題ですから、余り、今の段階で悠長に考えないで、しっかりとやっていっていただきたいと思います。

消費者委員会としてもお手伝いできることがあれば、また、何でもお手伝いさせていただきます。協力してやりたいと思いますから、是非、頑張ってお願ひしたいと思います。

どうもお忙しい中、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) 適格消費者団体支援（施策番号 127 関係）

○河上委員長 続きまして、適格消費者団体の支援についてであります。適格消費者団体は、消費者相談啓発への取組みや、消費者全体の利益擁護のための差止請求権の行使等を通じて、消費者の権利の実現に貢献するということが期待されているところであります。

これらの団体が継続的に、その役割を果たしていくためには、行政による一定の支援が必要であると考えられます。

このため、消費者基本計画においては、資金の確保や情報面における支援措置を始め、適格消費者団体に対する支援の在り方について、見直しを行い、必要な措置を講ずるとされているところであります。

本日は、消費者庁においでいただいておりますので、その支援策の検討状況や、今後の予定等について御説明をいただきたいと思っております。

続いてで大変ですけれども、堀井課長にお願いいたします。

○堀井消費者庁消費者制度課長 それでは、次の項目 127 番について御説明をさせていただきます。

適格消費者団体は、非常に財政状況が厳しい中でやっただいていてということ、以前も消費者委員会に出ささせていただいたときに御指摘を受けたところでございます。

それで、私ども基本計画の項目を受けて、どのような内容の支援ができるかというのを検討して、具体的には、24 年度要求、つまり、今の 24 年度予算の中で何かできないかということで、いろいろ考えたというのが直近の動きです。

それで、直接的な費用補助とか、いろんなアイデアが出てくる可能性があるんですが、国の財政状況もいろいろと厳しい中で、どういうことができるかというのを考えたときに、ひとつ我々としては、非常によくはない調査結果というか、消費生活ウオッチャー調査という形でやっておる調査があるんですが、この調査で、適格消費者団体も、適格消費者団体が行使する差止請求権も知らないというふうに答えた割合が 72%あったという状況になっています。

それで、団体の方とお話をしていると、団体の方が差止請求権の行使の前段階で、いろいろ接触をしたときに、一体、あなたの団体は何なんですかと、要は消費者契約法ですとか、それに基づく団体ということも御存じないというケースもあるというふうなお話を聞きました。

それで、こういう結果を見ると、この消費者団体訴訟制度の施行から 5 年が経ったという状況なんですけど、やはり適格消費者団体、そして、そのやっている活動、そういったことについての認知度というのが、やはりまだまだ低いというふうに言わざるを得ないという状況だと思っております。

それで、先ほどの消費者基本計画の項目の関連で、では、どのような支援ができるかというのを考えたときに、今までも消費者庁としては、例えば、パンフレットをつくったりとか、あとは適格消費者団体間の情報を交流させるために、いろいろそういったことをやってきたんですが、もっと、何を具体的にやっているかということを知ってもらうために何か予算組みができないかということをお考えまして、今日、資料 6 のところにお配りしているもの、こういったものを予算要求で入れているところでございます。

それで、こちらは新たな、先ほど来、話が出ている集団的消費者被害の回復制度との絡みがある

んですが、結局、この新しい制度、今、一生懸命成案化している制度、これも適格消費者団体の中の一定の要件を満たした団体ということになりますので、結局、今の適格消費者団体、今の消費者契約法に基づく活動、これ自体が知られていないと、結局、この認知度の上昇に努めることが、新制度の円滑な運用にもなるのかなと、両方の思いがあるところでございます。

具体的には、表題のところ、消費者被害救済制度の導入について新規というふうに書いている下で、予算額 **4,200** 万とありますが、そのうち日本再生重点化措置ということで、これは、私たちは要望枠と言っていますけれども、そういう特別な枠で要求して **2,800** 万が予算化されたという状況でございます。

それで、こちらは具体的な中身としては、左下に簡単に書いてあるんですが、結局、いろいろ行政を通じて周知をするというよりも、より、消費者問題に関わっていて、その消費者の身近でどうい問題が発生しているかというのがわかる、そういう団体の協力を得て、シンポジウムをやったり、あるいは相談窓口を設けようと、電話なり、あるいは直接的に相談するというので、この2つのツールを使って、具体的な適格消費者団体とは何ぞやと、今、どういう活動をしているのか、更には、新しい法案の中でどういう活動になっていくのか、こういうことを周知して高めていくということで、適格消費者団体に対する側面的な支援というふうな形にできるのではないかと考えております。

それで、これ以外にも **4,200** 万から **2,800** 万を引くと、また、幾らかお金が残るわけですが、その残った分については、引き続き、今までつくっていた広報資料を作成したり、会議などの費用というふうな形にはなっていると、そういう状況でございます。

また、これ以外にも、例えば適格消費者団体が寄附を受けやすくなるようにということで、税制優遇措置を受けることができる **NPO** 法人についての要件緩和という、そういう制度もできましたので、そういったことを、適格消費者団体自身に伝えて、それでこういう認定を受けてもらい、それを自分自身の **PR** にしてくださいと、そういう方向性のこともやっています。

この結果、今、適格消費者団体に **10**、前に御説明したときには **9** と申し上げたんですが、**1** 個増えまして、今、**10** になったんですが、その **10** のうち **2** つが認定 **NPO** 法人という形になっていますので、引き続き、こういった形での **PR** も含めてやっていくと、いろんなことをやっていこうかというふうに思っています。

もう一つ大きい点なんですが、先ほどの資料 **5-1** のところの方に、新しい制度案の方に戻っていただきますと、この **5-1** の資料の左下のところに、訴訟を担う主体というところの一番左下に、報酬及び費用という規定がございます。

それで、今は、差止請求というふうな形でやっていただいているのが、もし、この2段階型の訴訟を担うという、訴訟主体としての特定適格消費者団体ということになりますと、やはり今の差止請求とは比較にならないくらいの事務負担がされるだろうと、通知広告ですとか、個々の消費者との関係で出てくるもの、あるいは勝った金額の分配、そういったことも出てくる可能性がある。

したがって、こういうところを勘案し、この新しい制度の中では、そもそも制度的な枠組みとして、消費者から報酬及び費用の負担を受けられるというのを、法律上規定するというので考えて

います。

したがって、具体的には、どういった場合にとか、どういう要件でというところについては、法律をつくった、更にその先ということになりますので、今後ということにはなりますが、そういったことも含めて、財政的な観点もにらみながら対応をしていくということで考えております。

取り急ぎ、以上でございます。

○河上委員長 どうもありがとうございました。それでは、ただいまの御説明について、質問、御意見のある方は発言をお願いいたします。いかがでしょうか。

細川委員、どうぞ。

○細川委員 ちょっと御説明を聞いていても、実際どうなるかというのがよくわからなかったんですけれども、すなわち、4,200万円ですか、あるいは2,800万円、今年度の予算が取れたということですね。これが、実際に、今、10団体ある適格消費者団体に、要はどういうふうには実際には配分されるんですか、いわゆる1団体幾らというような形で配分されるのか、されないのか、される場合は、何かこういうシンポジウムとか、そういうものをやると、それに対しての費用を払いますという、そういう解釈ですか。

○堀井消費者庁消費者制度課長 結論から申し上げますと、個々の適格消費者団体に直接幾ら配分されるという枠組みにはなっていません。

それで、どういうことかといいますと、全体として2,800万のこの予算を、ちょっと予算的な部分はあれですけれども、多分、企画競争入札というふうな形で出していくことになるので、適格消費者団体がそれを受けることができ、実際に直接的に適各消費者団体にお金が出るケースもあると思います。

ただ、もう一つ申し上げたいのは、先ほどお話ししたように、適格消費者団体の活動を周知すること自体が適格消費者団体の支援につながるだろうと、そういう二重の意味合いも込めています。

したがって、前者の部分で、例えば補助金のような形で適格消費者団体をダイレクトに、今ある10か所に1か所ずつ幾らという配分をそもそもビルトインしているという予算の立て方にはなっていないというところでございます。

○河上委員長 細川委員、どうぞ。

○細川委員 何でそれができないんですかね。それは、確かに知名度がないというところはわかりますけれども、知名度を高めたからといって、間接的というか、長期的に見れば支援になるけれども、まさにお金がなくて活動ができないといっているわけだから、そこで知名度を高めたって本当の支援にはならないですね。本当に前から直接的な補助金みたいな形で適格消費者団体を財政的に支援するというのを、本当に政府は嫌っていますね。とにかく絶対支援しないんだという、その哲学があって、いろいろオブラートにはくるんでいるけれども、何でそれをやれないのかという、やはり反対が強いんですか、財界の反対が強いのか、あるいは政治家の理解がないのか、官僚は、そういったものには民間だからと、民民には支援しないというのが当たり前だという、その発想が強いんですか、何が障害になっているのか。

○堀井消費者庁消費者制度課長 適格消費者団体が行っている差止請求のような本来業務に対し

て、何で支援ができないのかという御質問の趣旨だと思います。

それは、今、細川委員から幾つか例示が出されましたが、いずれでもないというふうに、まず、お答えをしておきたいと思います。

一番近いかなと個人的に思いましたが、民民の話だからですかというお話があったんですが、差止請求ということで訴訟上認められると、それは違法な約款の使用が提唱されたりとか、そういった意味で、確実に広く消費者全体に対するメリットはあると考えています。

しかしながら、そもそも差止請求の訴訟で、団体が勝つ、事業者が負けるという判断が出る前については、そこのところは、ある意味、どちらかわからないと、そこはやはり裁判で争うという部分がどうしても出てくるだろうと。

そういうことを考えたときに、その部分だけとらえてみると、まだ、裁判の帰趨がわからない時点で、国がどちらかの当事者にお金をどういった形で補助することができるのかというのは、1つの論点かなというふうには思っています。

ただ、その論点が、どういう形でやればクリアーできるのかとか、こういうケースはどうだろうとか、そういうシミュレーションの仕方はいろいろあるのかなと思いましたが、私どもとしましては、少なくとも先ほどの消費者ウォッチャー調査の72%で御存じないというところについては、これは、非常に問題があると理解してしまっていて、まずは、そこからやっつけていこうと。

それで、そのときの予算の立て方として、基本的に周知の中身というのをポイントとするのが1つ。ただ、そのときのやり方としては、これは、本来だったら消費者庁がやってもいいようなことをお願いしてやってもらうということなので、委託費というふうな形で予算化をして、それで、それをやる以上、どこということではなくて、一番適切な団体ということをやっつけていこうと、ただ、この中身からしますと、適格消費者団体自らが受注をするという可能性も非常にあり得るんじゃないかと思うような中身にはなっていると。そういうことでございます。

○河上委員長 ほかにいかがですか。山口委員、どうぞ。

○山口委員長代理 シンポジウムで1,100万円というのも随分な費用だなと思います。普通シンポジウムだったら、例えば、私がやっている日弁連なんかだと20、30万円でやりますよ。そういう意味では、えらい贅沢なシンポジウムだと思うんですけども、是非、やるなら私は適格消費者団体で差止訴訟を現実にやっているところの報告シンポジウムみたいな形で、そこがちゃんと苦労して差止訴訟をやって、勝訴判決でも、あるいは和解でも何でもいいけれども、そういうものの訴訟の実際をみんなで考えるというようなシンポジウムを自ら適格消費者団体の、そういう訴訟を担ったところに運営してもらおうということで、ちゃんとそのお金が回るようにしていただきたいと思います。

それから、窓口相談というのは、よくわかりませんが、これも安かろう、悪かろうあるいは口先だけがうまかろうの、どこかの相談センターがやったってしょうがないと思うので、やはりちゃんと実績があって、これまでやってきたような団体に単純に競争入札だ何かという形ではなくて、実効性のある相談活動をして、そこにちゃんとしかるべきお金が払えるような、そういう仕組みにしてほしいと思います。

それから、これは、なかなか難しいのかもしれませんが、実際に、今、差止訴訟をやっている適格消費者団体の実情を聞いてみますと、弁護士でこういうものをやらなければいけないと思っている弁護士が、手弁当で通って、逆にそういう人たちが毎月会費を払って会議を営んで、それで差止がうまくいっても勿論一銭もお金が入るわけではないという形で、青息吐息でやっているのが実情のようなのです。例えば、着物販売業者の悪質な売り方について差止訴訟を起こして、それで、一定の和解なり判決なりが出たという場合に、例えば、1人100万円が想定として1,000人分片付いたとするならば10億円の経済効果があったと考えられる。その1%くらいの手間賃は払ってあげようかというぐらいの何か合理的な計算の方法を、これは、訴訟だけではなくて和解でもいいんですけれども、何か考え出してほしい。本来行政がやらなければいけないことを、適格消費者団体が手弁当で一定の成果を出して、それで、消費者のよけいな被害がなくて済んだ、あるいは消費者が安心・安全に暮らせるような社会が1つできたというような経済効果の計算をして、何か何もしていない、ただ名前だけの適格消費者団体に金を出す必要はありませんので、一定の実績を挙げたといいますか、頑張って交渉して、事業者と話し合いができて、事業者の行為が是正できたというような実績のある団体には、そんなにたくさん出す必要はないと思いますよ、1件100万円でも十分だと思いますよ。それだけでも、次の新しい活動の礎になりますので、そういう形で、行政の代わりに消費者団体がやったんだから、それについて一定の費用を払うと、報酬ではなく費用ですよ、実費ですよ。そういうような考え方で何か枠組みをつくっていただけないかなと思うんですが、どうでしょうか。

○河上委員長 どうぞ。

○堀井消費者庁消費者制度課長 大きく3点、お話を伺ったと思います。

それで、最後の点は、どういう形ができるかと、今、この時点では、にわかにはアイデアがありませんが、また、いろいろと御意見をお伺いながら、どういうことができるかというのは、ずっと模索をし続けるんだらうなどは考えています。

ただ、今、山口委員からの御指摘があったように、名前ばかりの適格消費者団体というのは、ないというふうに私は理解をしています。

それで、裁判に訴えなくても、日ごろからいろんな形で申し入れをしたり、今ある10の団体、新しいところは実績は出ていないかもしれませんが、皆さん、いろいろな形で活動していただいていると思いますので、そういう適格消費者団体のそれぞれの活動をどういうふうに評価するかということも含めて、そこはどうくめるのかなということかと思いました。

また、事業の中身について、非常に貴重な御指摘をいただきました。要は、実効性が上がるような形で、シンポジウムも、相談窓口も含めてというふうな形でしたので、ちょうど24年度予算の中身については、今、詰めていまして、どういう形の委託事業にして、そこに手を挙げていただくかというのをちょうど考えていますので、御指摘の点も参考にさせていただきながら、事業内容については詰めたと思います。

最後にシンポジウムの金額が随分高いんじゃないかという御指摘をいただきました。これは、今、具体的な数字は持っていないんですが、複数箇所で開催することを考えています。ですから、1か

所でこの金額ということではなく、ブロックですとか、そういったことも念頭に置いて、全国、ポイントとなるところでやるということですので、そんなにゴージャスなシンポジウムではないと思いますが、ただ、そのシンポジウムの中身については、企画を練る過程で詰めていきたいと思いません。

以上です。

○河上委員長 ほかにいかがでしょうか。細川委員、どうぞ。

○細川委員 結局、進まないような感じが、今、課長のお話を伺うとしますので、これは、やはり消費者委員会として、もう少し考えないと、ずっとこの適格消費者団体の財政的な支援というのは、もうできる前から課題だったわけですね。これが、今、お話を聞いていても、ちょっとよくわからないし、とにかくもう支援したくないという哲学があるというのは明らか、話を聞いていてもそう思いますので、そこを何とか変えるのが消費者委員会の使命だと思いますので、是非、我々として何か行動するべきだと思います。

○河上委員長 ほかにいかがですか。堀井さん、どうぞ。

○堀井消費者庁消費者制度課長 支援したくない哲学があるというところはありませんので、一応、否定をさせていただきますが、私どもとしても、一応、知恵を絞って要望枠で出して取ったというつもりなんですけど、また、こういうアイデアがあるんじゃないかとか、こういうのがあるんじゃないかというお話があれば、それは、是非、教えていただければ、具体的に予算化をどうしていくかという極めて技術的な中身でもありますので、そういったこともアイデアをいただき、そこをベースに、もしできることがあればやっていきたいとは思っています。

○河上委員長 山口委員、どうぞ。

○山口委員長代理 つまらない話ですけども、消費者団体が、何か消費者庁に集められて意見交換会か情報交換会か何かをやっていますね、ときどき顔を見かけるんですけど、交通費は出しているんですか。

○堀井消費者庁消費者制度課長 すみません、直接担当ではないので、その点については、私としては把握をしていません。

○河上委員長 どうぞ。

○原事務局長 以前はしていませんでしたが、今年度から出すようになってます。適格消費者団体との意見交換会を2月にやったんです。そのときに、交通費のことが気になって、ちょっと調べさせていただきます。

○堀井消費者庁消費者制度課長 すみません、今の御質問は、違う団体の全体的な話かと思ったので、担当外と言ってしまいました。失礼しました。

○河上委員長 ほかによろしいですか。問題は、適格消費者団体に対する支援ということなんですけれども、今、伺っていると、消費者庁の活動するための資金というものを、まず、取って、それを何とか間接的に委託事業を出すとか、そういうことをしながら支援ということにつなげたいと、そういう考え方のようですけれども、それでいいんですね。

○堀井消費者庁消費者制度課長 はい。

○河上委員長 ですから、その意味では、どういう名目で取ってくるかということよりも、実際に、それを何のために使うかということが非常に大事なので、実際に適格団体に対して、せっかくやっているんですから、上手に分けていただくということを是非お願いしたいと思います。

場合によっては、適格消費者団体が差止訴訟とか集合訴訟が今度ありますけれども、そういうことについて活動するときに、無利息で貸し付けるための基金をつくるとか、何らかの形で、手弁当で何かやらないとどうにもならないという状態は抜け出せるように、これはしてあげないといけないと思います。どちらかの当事者に偏って加担しているというようなイメージをお持ちだとすると、それは間違いで、適格消費者団体というのは、ある意味では国民のために、公益のために、国に代わって動くということを予定している団体ですから、その費用をせめて無利息で貸し付けてあげるくらいのことをしても、これは、全然、一方に加担したという話にはならないのではないかという気が致します。

ですから、せっかくこういうふうにして取ってきていただいたとすれば、その使い方についても、是非、いろいろ工夫をしていただきたい。消費者委員会としても、お手伝いできるところはやりますけれども、頑張ってくださいと思います。

どうもありがとうございました。また、これからよろしく願いいたします。

#### (5) 景品表示法（施策番号 80 関係）

○河上委員長 続きまして、景品表示法についてであります。消費者被害が多発している美容医療・エステ、それから投資詐欺、太陽光パネル等の分野は、事業者による広告表示がトラブルをもたらす、1つの要因となっているところであります。

このため、消費者委員会がこれまでとりまとめてきた建議、提言等では、被害抑止のために、景品表示法の効果的な運用を行うとともに、必要に応じて景品表示法の見直しを行うべきだということについて指摘してまいりました。

本日は、消費者庁から、この点についての現在の取組み状況や、今後の課題等について御説明をいただきたいと考えております。これまた、説明は10分程度でお願いしたいと思います。

○消費者庁表示対策課担当者 それでは、私、表示対策課の課長補佐をしております、松本と申します。本日は、課長が別件で忙しいために、私が代わって御説明いたします。

まず、資料7-1に基づきまして、景品表示法の現状について御説明したいと思います。

ページはありませんが、1枚めくっていただきまして、景品表示法の調査件数等の推移ということで、23年度は、まだ、全体の数字がまとまっておりませんので、入っておりませんが、大体措置命令件数が28件とありまして、消費者庁になりましてからは、21年の9月からですから、大体12、20、28と出ております。

実際の処理手続は、これは、次のページになりますが、景品表示法違反の事件処理手続というのがありまして、これは、もともと景品表示法は御案内のとおり、不当な景品類とか、あるいは表示による顧客の誘因を防止するために、一般消費者による自主的あるいは合理的な判断を阻害する、ある行為を制限、禁止するというのが法目的でありますので、それに基づきまして、ここにありま

す処理手続に従って処理しております。

特に、消費者庁と公正取引委員会と都道府県と三者ございますけれども、まず、消費者庁の場合でいいますと、まず、外部からの情報提供と、あるいは担当課自らが、情報を分析します、職権探知等をまず基盤にしまして、調査を行いまして、それが、やはり違反であれば、あるものについては、弁明の機会を与えた後、措置命令になりますし、それほどでないものについては、行政指導ということで注意喚起を促しまして、是正を図るということでございます。

措置命令になった場合は、実際に、例えば景品表示の優良誤認とか、そういう誤った表示等について改善することを求めまして、それを新聞等に広告させたりします。あるいは、公正取引委員会の場合は、消費者庁から一部権限を移譲されておりますので、調査しまして、その調査の結果を踏まえて、消費者庁が判断しまして、いろいろな措置命令あるいは注意喚起を行うこととなります。

更に、都道府県については、これは、まず、同じような形で情報を外部から得まして、その中で調査をして、指示しても、指示止まりなんですけれども、指示でも更に直らない場合については、措置請求ということで、消費者庁に請求しまして、消費者庁の方で更に措置命令を行うという段取りになっております。こういう形で、一応、処理手続が行われておりまして、その結果が、2枚めくっていただきまして、平成23年度の措置命令事件数ということで、全体で28件ありますけれども、タイトルしか書いておりませんけれども、中古自動車の走行距離とか、修理履歴の詐称とか、あるいは住宅用の太陽光発電システム設置による利回り等に関する不当表示と、これは、別途資料が、資料7-2でございますけれども、これは、いわゆる有利誤認ということで、いろんな条件を、あたかも有利なような条件だということでやりまして、例えば、単純利回りは、何と約8%とか、そういうような表示が景品表示法の有利誤認になるということで、これは措置命令をしております。

続きまして、景品表示法の執行強化に向けた取組みとしまして、やっていることが2つございまして、1つは、景品表示法執行NETシステム、これは、今年の4月から、今年度からやりましたけれども、これは、どういうものかといいますと、景品表示法の調査状況とか、いろんな事業者情報について、消費者庁とか都道府県、公正取引委員会によって情報を共有すると、それによって調査の情報が共有されることによって、相互に連携が取れるということと、同じ事案を県がやったりとか、消費者庁がやるとか、そういうことが防げるようになります。

更には、そういう情報データがたまることによって、今後、事案等を検討するときの調査情報が参考になるということで、今後、執行強化のための重要なシステムになると思っております。

更には、景品表示法の執行強化に向けた取組みの2つ目としては、研修会とかあるいは都道府県の担当者からの相談への対応をしております、連携をしております。

更には、景品表示法のブロック会議を行いまして、いろんな意見交換を行っているような現状がございます。

最後のページになりますが、これは、先般、平成23年12月に委員の方から受けました建議でありまして、消費者庁として医療機関が行う広告についても法執行の対象となるよう決定するとともに、不適切なインターネット上の表示については、自らも執行を適切に行うという建議がございました。これについては、私どもとしては、医療機関も景品表示法でいう事業者に該当するわけで、

インターネット上の広告も景品表示法でいう表示に該当するという考え方を示しまして、医療機関が行うインターネット上の広告についても景品表示法の規制対象であると。

更には、医療機関が行うインターネット上の広告について不当表示の疑いがあるという端緒が得られれば、積極的に調査を行っていくということで、これについては、先般行われました、各都道府県の行政担当課長会議あるいは都道府県の担当者の執行研修でも、こういう形で御説明をしております。

以上の形で、景品表示法の運用について御説明をしましたがけれども、私どもは、やはり景品表示法の目的に照らして、今後ともこういう形で執行強化に努めたいと思っております。

以上でございます。

○河上委員長 どうもありがとうございました。それでは、御質問、御意見のある方は、発言をお願いいたします。

○原事務局長 資料7-2もお持ちになっているので、これは、住宅用太陽光発電システム、委員会としても提言、この3月に行っておりますので、それとの関連ということで。

○消費者庁表示対策課担当者 当然、私ども、先ほど申したとおり、いろんなPIO-NETとか、外部の情報とか、そういうものを踏まえて、まず、情報を精査して、立件していきますので、なかなか個別具体的に委員会のような事案だけで調査できませんけれども、この場合にはあったということで、御参考までに。

ただ、確かに相談件数等が多くて、その辺りはやはり目につきますので、先ほど申したように、私どもの担当官も日常的に職権探知ということで情報を分析しますから、その結果とさせていただければと思います。

○河上委員長 ほかにいかがでしょうか。山口委員、どうぞ。

○山口委員長代理 御説明ありがとうございました。消費者委員会としては、悪質商法などについて、特に、投資詐欺等について何とか被害抑止のための手当がないものかということ議論しているわけですが、景品表示法は、従前、公取の所管だったときには、競争政策の一環としてのものだったと思うんですが、現段階では、消費者被害の抑止を表示面から規制することで達成することだと思うんですね。

そういう意味でいいますと、例えば、我々から見たら、一見して明白な、欺瞞的な有利誤認とも優良誤認とも言えるような、先ほどの何と8%というような、これに近い表示の投資勧誘というのは山ほどあるんですよ。

それで、景品表示法がほかの法律よりも優れている点は、要するに消費者庁の方で、これはおかしいといった場合には、その事業者に対して、この有利誤認、優良誤認と思われる表示が本当に真実なんだということについて、証拠を示させて、証拠が示せないようであれば、これは、やはり有利誤認、優良誤認だということで排除命令を出せる、そういう形になりますね。

それで、例えば、固有名詞が何回も出ていますので言っていると思うんですが、アフリカントラストとかいう事件がありますと、なぜ、警察なり消費者庁が取組みにくいかというと、結局、消費者から集めたお金でアフリカで何か事業をやっていますというふうに宣伝するものだから、アフリカ

で実際にやっているかどうかを、これは行政なり捜査当局が立証できない限り摘発できないというところで、行政の難しさがあるわけですが、これは景品表示法ですと、あなたが8%利回りだ、2%利回りだで、例えばアフリカでこういう投資をしていますといった場合に、では、どういう投資をしているか言っただらんなさいと、その可能性があるならば、ということなんだけれども、恐らく事業者からそれを言わせようとしたならば、事業者は逃げるか、あるいは何も出せないと思うんです。そうしたら、逸早く消費者庁の方は、景表法に基づいて排除命令を出せると思うんです。

そういう意味で、これまでの公取でやっていた景表法と違うスタンスで、いわゆる投資関係の悪質事業者についても、これはおかしいと思ったら早目に業者を呼びつけて、それで、この宣伝の根拠を出してみなさいという形で示させて、それでおかしければ、逸早く排除命令を出して、それでもやっているようだったら、すぐ警察に通報するというような形で悪質事業者の早期の抑止というところに、この法律の運用を使うことができないかと思うんですが、いかがでしょうか。

○消費者庁表示対策課担当者 言われましたとおり、それは対応可能だと思います。私どもやっていないわけではありませんけれども、先ほど申したように、例えば、情報を踏まえてやっていますから、あるいは、先ほどの説明では、措置命令ということで厳しくやっている場合と、あるいはそこまで至らずに、注意喚起ということで、アフリカントラストは別ですけども、こういうものについては、事前に注意喚起をしまして、直せば、そのまま済むというのは、結構数でございまして、例えば、2ページ目を見ていただければ、平成23年でも405件の注意喚起、いわゆる行政指導をしているわけです。そういう形で事前に目に付くものは行って、措置命令ということであれば、名前が出ますけれども、出なくても事前に私ども担当官がそういう形で、呼ぶなり、あるいは文書で通知しまして、前の段階で抑止はしているつもりでございしますが、ただ、今、委員がおっしゃられたことは当然だと思いますので、当然、私どもの対応の中で、頭に入れて考えたいと思っています。

○山口委員長代理 是非、よろしく願います。実例の中で、預託契約に基づくサービスの安全性に関する不当表示と、これは、いわゆる和牛預託商法の事例だと思うんですが、被害がさんざん出て、事業者が倒産した後、排除命令を出しても、ほとんど被害抑止にならないわけですし、やはり被害が出そうだとこのところ、これはおかしいと思ったら逸早く呼びつけて排除命令を出す、あるいは注意喚起をするという方向で是非、景表法の運用も強化していただくようお願いいたします。

○消費者庁表示対策課担当者 わかりました。

○河上委員長 細川委員、どうぞ。

○細川委員 景表法とは、消費者法という法領域の中で、最も消費者の権利に重要な法律で、だからこそ、公取から消費者庁へ、独禁法の特別法の位置づけでありながらも、それをはがして、目的規定まで変えたわけですね。それは、やはり消費者の視点から景表法というものをできれば法改正をして、執行も強化してほしいと、そういう声があったから、消費者庁に移ってきたわけですがけれども、現状を見ると、先ほど、年度別の施行件数などもありますけれども、停滞しているわけですね。なぜ、消費者庁に移った方が措置命令、こういうものが少ないのかとか、あるいは、消費生活センターなんかで相談があって、これは景表法違反ですかと問い合わせても、消費者庁になってか

ら問い合わせに応じてくれなくなったという声もすごく聞いたんですね。だからこそ、こういう研修をしているのかもしれませんが、ちょっとうがった見方をすると、やはり公取に景表法はないとだめなんだということを示すために、何かわざと余り活動していないんじゃないとか、そんなうがった見方もされるくらいの状況になってしまっているわけですね。これは、非常にゆゆしき状況だだと思います。

そういう意味でいうと、私、1つ疑問に思ったのは、消費者庁の表示のところのホームページを見ると、景表法に違反するような案件があったら、どうぞ、情報提供してくださいとうたっていますね、そのフォーマットもあるんですけども、ただ、どういうふうな審査をしているか、あるいはその結果についてはお伝えできませんので、御了承くださいと書いてあるんですよ。だけれども、これは公取の時代は、報告していたんじゃないですか。というのは、独禁法には申立権がありますね、独禁法の特別法という位置づけがあったから、景表法には何人も申立てできるという規定はなかったですけども、景表法違反は独禁法違反でもありますので、独禁法の考えに従って、何人も申告でき、しかもその結果について公取には報告義務があったはずなんですけれども、それが、今はなくなってしまったという状況だと思うんですけども、そこはどうか、むしろ、消費者庁に来たがために、消費者より遠くなって、消費者を権利主体と認めていないというのは、ちょっと私は問題だと思うので、その点は、いかがですか。

○消費者庁表示対策課担当者 先ほどの相談に応じないというのは、誤解だと思うんですけども、例えば、相談に応じないという話がありましたけれども、それは、事業者が違法かどうかという判断なんですけれども、我々の相談の対応としては、これからやるものについて相談を受けますけれども、既にあるものについての違法かどうかということは、その時点でなかなか言えませんのでという回答はしていますけれども、それを誤解されているのではないかと思うんですけども。

○細川委員 相談があって、これは不当表示に当たりますかどうかと聞いても教えてくれないと・・・それは違いますか。

○消費者庁表示対策課担当者 そういうことはないと思いますけれども、そこは確認します。

○細川委員 もう一つの件は、どうですか。

○消費者庁表示対策課担当者 手続上、回答しないとなっていますけれども。

○細川委員 いや、だから、昔、公取時代は回答していたんじゃないですか。それは、独禁法の不公正な取引方法にも当たるわけですからね、独禁法に規定があって、何人もそういう申立てができると、それに対して、どういう措置をしたか、あるいは措置をしなかったかという結果について、その人に、申立人に対して、公取は通知しなければならないという規定が独禁法にはあるわけですよ、今、独禁法と景表法が分離してしまっているわけですね、前よりも後退しているんじゃないかというのが、私の質問の趣旨です。それは、今、わからないということですか。

○消費者庁表示対策課担当者 すみません、ちょっと持ち帰ります。

○河上委員長 夏目委員、どうぞ。

○夏目委員 今回、注意喚起をしたコンプガチャ、あれを景表法に当てはめると、どこでどういう判断をして注意喚起になったのかというのを、少し事例研究のような形でお話ししていただけます

か。最初に景表法違反かもしれないというような御発言があつてから、実際に注意喚起するまでに随分時間が経っていて、もしかして、公取だったならば、もっと強い執行をしたかもしれないという見方も一部ではあるような見方もございますし、あそこで随分、最初と注意喚起をして、事業者たちが自主的に取りやめて改善をするという方向になりましたけれども、その長い間に、しかも長いゴールデンウィークを挟んだことによって、株価にも随分影響があつて、あそこでもうけた人も随分出たのではないかとというようなうがった見方もございますので、もう少し早い対応が消費者庁では可能だったのではないかとというように受けとめているんですけども、もう少し、例えばコンプガチャの事例の場合だったら、どこでどういう判断をして、要するに注意喚起に終わったのかというようなお話をさせていただくとうれしいのですけれども、お願いします。

○消費者庁表示対策課担当者 確かに、この問題については、例えば、消費者センターなどに、いろんな相談事例がございまして、例えば沢山のお金を使ったとか、ありましたので、そういう面では、私どもの方でも関心は持っていたんですけども、ただ、その段階では、まだ、景品表示に当たるとまで言い切れなかったもので、それで検討しますと、おそれがあるということを伝えまして、考え方を整理するということでずっときまして、それが今日、正式に公表ということになりました。最初の問題で、なぜ、それが違反になるかというお話をした方がよろしいですかね。

○夏目委員 要するに、被害の情報はたくさん来ていたと、被害といたしますか、金銭的に高額な金銭を使う人たちがたくさんいるという情報は、早い段階でといたしますか、今年急激に増えたわけですね、そういう情報は入っていたと。

○消費者庁表示対策課担当者 23年度に急に58件くらいに対応件数が増えたと。

○夏目委員 去年の後半くらいから急に増えましたね。そういうことに対して、これはどこに問題があるのかというようなことをずっと検討されていたということですか。

○消費者庁表示対策課担当者 ただ、実態把握というのがありましたので、しかも、どこに当たるかという問題、違法性ですね、時間がかかったというか、一応、早くやったつもりでありますけれども、遅いと言われてはしようがないんですけども、実際、5月1日に新聞記事が出まして、あの段階で、既に消費者庁が措置命令を出すとかありましたけれども、それは誤報だったんですけども、それ以降、すぐに考えをまとめて出すということを言いまして、それから2週間くらいで対応したわけでございますけれども。

○河上委員長 夏目委員、よろしいですか。

○夏目委員 結構です。

○河上委員長 山口委員、どうぞ。

○山口委員長代理 コンプガチャについての対応については、私は、もう少しスピードを早くというのはともかくとして、よくぞやっていただいたとは思いますが。

ただ、どうもいろいろ聞いたり、調べたりすると、あれで終わりではなさそうですものね、つまり、非常に高度に射幸心をあおるような形で、いわゆるゲームに巻き込んでいくという、その種のコンセプトが相当、今、流布しているようなので、どこまでやったら景表法違反になるのかという基準は、事業者の自主規制に任せないで、やはり一定の考え方を、これは難しいかもしれませんが、

できるだけ早く示すという努力が必要ではないでしょうか。そうしないと、どこまでがどうなのかというのは、本当にいつまでも議論が出てくるんじゃないですか。

○消費者庁表示対策課担当者 それで、本日、消費者行政の考えを示しまして、運用基準等を改正しまして、明確に示そうと思っておりますけれども。

○山口委員長代理 後でください。

○消費者庁表示対策課担当者 それは、今日の4時に。

○河上委員長 ほかにいかがですか。景表法が消費者庁に移った頃から、全体に調査件数とか、いろんな命令とかの数が減ったのは、これは、何が原因なんですが、実際、市場が少きれいになったんですか。

○消費者庁表示対策課担当者 一応、これは、別に減っているわけではなくて、年によって変動がありますので、そういう変動の結果かなということで、決して、今、消費者庁になったから件数が減ったという形ではないと思います。

○河上委員長 ただ、処理件数なんかもずっと左から右へ見ていくと、平成21年ごろを境に落ちている。

○消費者庁表示対策課担当者 ただ、21年9月に消費者庁に移行しましたので、その段階の移行期といいたいでしょうか、そういう新しい組織での定着というのはあったと思いますけれども、その後は、むしろ順調に推移していきんだらうと思っておりますけれども。

○黒田消費者政策課長 一般論になりますが、景品表示法に限らず特定商取引法とか、消費者安全法もそれぞれ法律を執行するんですけれども、1件といっても、それにかかるコストとか、案件ごとに違いますから、そういう意味では、数が多ければ良いというものでもないし、少ないからサボっているというわけではないということは御理解いただければと思います。

○河上委員長 それは、当然のことです。ただ、もし、そうだとすれば、そういう複雑案件が増えてきているんだというふうに説明していただければいいことだと思いますけれども。

移行期でなかなか順調に行くまでの間に、少し活動が停滞していたということであれば結構ですが、そうでなければ所管が適当であったかが問われます。

小幡委員、どうぞ。

○小幡委員 表の調査件数の推移のところ、職権探知というところがございますね。情報提供、相談に来たものというのは、大体わかるのですが、この職権探知というのは、どういう仕組みでなさっているのですか。

○消費者庁表示対策課担当者 これは、担当官が絶えずアンテナを張っていますので、いろんな情報を踏まえながら、担当官としてその事案を発掘するわけです。

○小幡委員 この事件処理手続で、消費者庁、公正取引委員会、都道府県とかがあって、それぞれ職権探知というところがございますが、この公正取引委員会の職権探知というのは、消費者庁の移行前、移行後、つまり消費者庁が入る前、後と含めて、体制としてはどういう感じですか。

○消費者庁表示対策課担当者 人数という意味ですか。

○小幡委員 はい、そういう体制についてです。

○消費者庁表示対策課担当者 すみません、公取時代を知りませんので、申し訳ございません、これは後でお答えします。今では、一応、事件班というグループの中で職員で二十数名、あと、法執行専門職員がいて、大体 30 名くらいの方で事件班という体制でやっていますが。

○河上委員長 では、ほかによろしいですか。いかがですか。

どうぞ。

○小幡委員 職権探知が 660、平成 22 年となっているのですが、これは、合わせた数ですね。

○消費者庁表示対策課担当者 22 年はもう消費者庁ですが、職権探知が 669 件です。

○小幡委員 そういうことになると、すべて合わせているということですね。

○細川委員 要は、消費者庁ができて、地方部局を消費者庁は持っていないから、公取が地方部局を担当しているわけですね。その職権探知とかの体制がどうかということをお聞きしたいということです。消費者庁に代わって、こっちの公取でまだ残っている地方局での職権探知あるいは職員体制はどうなったかと。

○消費者庁表示対策課担当者 入っています。公正取引委員会の方は、事務所の人数は変わっていませんので、そのまま移行しています。

○小幡委員 その 30 名というのは。

○消費者庁表示対策課担当者 それは、今の、いわゆる私どもの課の体制ということでもあります。

○河上委員長 ボリュームとしては、基本的に公取であったときのボリュームが消費者庁の方に移っているんですね。

○消費者庁表示対策課担当者 そうですね、一応、公取にあった組織が大方来いますので、あと、当然、実際の事件をやる場合と相談もありますので、人員としては、もう少しいますけれども、事件担当ということでは、そのくらいの人数です。

○河上委員長 ほかによろしいですか。最近のコンプガチャの問題、今、山口委員がおっしゃったみたいに、それ以外の類似の課金システムとか、カード合わせみたいな、幾つか類似のものがありますので、問題がこれで終わるとは思いません。それからステルスマーケティングというんですか、それに関して、やはり優良誤認をもたらしているのではないかとということで、消費者庁が景品表示法の適用の可能性を追求していらっしゃる。私は、そういう積極的姿勢に関しては、高く評価しております。今後も景表法の効果的運用に向けて、課題は多いですが、是非、頑張ってください。

景表法の執行の徹底に向けて、都道府県を含めた執行体制の強化を図らなければいけなくて、消費者庁が自分の手足となるようなものを都道府県に持っていないというのは、問題であろうと思いますので、その辺、うまく公取と連携を取っていただくということをお願いしたいと思います。

なお、以前から検討されていましたが景表法の課徴金制度ですね、これ等についても今後具体的に検討していただければありがたいと思います。

○細川委員 課徴金について、どうなっているか聞きたいんですけども。

○河上委員長 その辺りについては、どうですか。

○消費者庁表示対策課担当者 すみません、現状では、まだ、検討していません。

○河上委員長 速やかに検討を開始していただくようお願いしたいと思います。

○細川委員 これから検討する、しないではなくて、公取時代に、これはもう研究会で景表法にも課徴金を導入すべしという見解は出ていて、まさに立法化しようというところで景表法が消費者庁に来てしまって、逆に消費者庁に景表法が来てしまったために、進むべき進展がなくなったという事案であるので、今から景表法に課徴金を導入すべきかどうかというのを議論するというよりも、立法化作業に入るか、入らないかと、そういう段階ではないかと思います。

○河上委員長 では、そういうことで、よろしくお願いします。消費者庁におかれましては、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す。

長時間にわたりましたけれども、本日の議題は、以上でございます。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す。

---

#### 4 . 閉 会

○河上委員長 最後に、事務局の方から今後の予定等について説明をお願いいたします。

○原事務局長 その前に、4月に違法ドラッグについての提言を委員会として出しておりますけれども、本日、午前ですけれども、小宮山厚生労働大臣に河上委員長から手交することができました。それで、ちょっと意見交換もできましたので、少し御紹介していただけたらと思います。

○河上委員長 小宮山大臣に手交することができまして、消費者委員会の方から出した提言、ほぼそれぞれに対応する形で、厚生労働省の方として積極的に取り組んでいただけたということでした。

ついでに申しますと、大臣名で、大変懇切な文書も消費者委員会に対していただきまして、そのことについてもお礼を申し上げてまいりました。

各省庁に建議をしたり、提言をしても、なかなか直接に反応が返ってくることは少ないんですけども、大臣から直接そういう形で文書でお返事をいただいたということも含めて、他省庁もこれを模範にさせていただきたいということを申し上げました。

ついでですけれども、いい機会なので、こんにやく入りゼリーのことにしてもちょっとお話をさせていただきまして、物性形状に関して、食品の安全という観点から厚労省としても考えていただけないかということを改めて、今日、突然ですけれども、私の方から勝手に申し上げさせていただきました。大臣からは、前向きに検討してみるというお返事をいただきました。どういうふうになるかはともかくとして、全体として大変好意的に受けとめていただいたということを御報告申し上げます。

○細川委員 今日、会われたということですがけれども、先ほど、ちょうど美容医療のこともヒアリングしたけれども、非常に厚労省の対応はまずいですね。だから、これも、担当の方に、ここで怒るというのも変ですがけれども、そういつてもらちが明かないので、やはりこういうものも小宮山大臣と委員長が少し意見交換をするとか、そういうふうにしないと進展しないんじゃないかと、個人

的に感じました。

○河上委員長 また、機会を見て頑張ります。

○原事務局長 それでは、次回の委員会ですけれども、来週5月22日火曜日、15時からを予定しております。議題といたしましては、本日に引き続き、消費者基本計画の検証・評価の作業を進めたいと思っております。

事務局からは、以上です。

○河上委員長 それでは、本日は、これにて閉会とさせていただきます。長時間にわたって、大変御苦労様でございました。

どうもありがとうございました。