

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
議事録

内閣府消費者委員会事務局

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 議事次第

1 . 日時 平成 24 年 8 月 21 日 (火) 16:00 ~ 17 : 03

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、小幡委員、川戸委員、
夏目委員、細川委員、村井委員、吉田委員

(参加団体)

主婦連合会 有田芳子副会長

全大阪消費者団体連絡会 飯田秀男事務局長

全国消費者行政ウォッチねっと 拝師徳彦事務局長

東京都地域消費者団体連絡会 奥田明子代表委員

東京都地域消費者団体連絡会 内藤裕子副代表

東京都地域消費者団体連絡会 西澤澄江中央委員

(事務局)

小田審議官

4 . 議事

(1) 開 会

(2) 消費者委員会の活動状況等に関する意見交換

(3) 閉 会

1 . 開 会

○河上委員長 本日は、お忙しいところをお集まりいただきまして、誠にありがとうございます。ただいまから、「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」を開催いたします。

最初に、配付資料の確認を事務局からお願いいたします。

○小田審議官 お手元の議事次第に配付資料一覧を載せてございますので、御確認いただければと思います。

資料1は、主婦連合会から御提出いただいている資料です。委員には差しかえ版を配られているかと思えます。

資料2は、全大阪消費者団体連絡会からの御提出資料です。

資料3は、全国消費者行政ウォッチねっとからいただいている資料でございます。

資料4は、東京都地域消費者団体連絡会からいただいている資料でございます。

資料5は、消費者団体ほか関係団体等との意見交換会出席団体、これは私ども事務局で、一連のヒアリング、意見交換会の予定等を記しているものでございます。

もし不足がございましたら、事務局の方に申し出いただければと思います。

2 . 消費者委員会の活動状況等に関する意見交換

○河上委員長 それでは、議事に入らせていただきます。

消費者委員会では、今後の運営改善の参考にするために、消費者団体ほか関係団体等から御意見を伺いますとともに、委員と意見交換会を今年も開催していきたいと考えております。

本日はその第2回目といたしまして、主婦連合会の有田芳子副会長、全大阪消費者団体連絡会飯田秀男事務局長、全国消費者行政ウォッチねっと拝師徳彦事務局長、東京都地域消費者団体連絡会奥田明子代表委員、同内藤裕子副代表、西澤澄江中央委員の皆様にお越しいただいております。

皆様におかれましては、お忙しいところを御出席いただきまして、誠にありがとうございます。

まず、皆様から最近の主な活動状況を御紹介いただいた上で、今後の消費者委員会の活動にどういうことを期待するかということなどについてお伺いいたしまして、その後、委員との意見交換をさせていただきたいと考えております。

まず初めに主婦連合会の方から説明をお願いいたしますが、恐縮ですけれども、5分ぐ

らいの時間をお願いできればと思います。よろしく願いいたします。

○主婦連合会有田副会長 今日、差しかえ資料と機関誌を2部お持ちいたしました。時間がない中ですので、これをお読みいただければということで報告にかえさせていただこうと思ったのですが、一つだけ、「主婦連たより」の4面を見ていただきたいのです。「化学物質何ジャ問ジャ」というところがあります。差しかえ資料の中に、エネルギー政策の在り方検討、食品、化粧品などの安全性、表示の問題点の調査と改善提案という2番目のところを、少し重点的に説明させていただきたいと思います。この号の何ジャ問ジャは、消費者庁からコチニール色素に関する注意喚起が出されたことをもとにして、このところは毎月、私の方で書いていますけれども、問題提起と、後につながる「消費者委員会の活動に期待すること」につなげていきたいので、ここを主に取り上げていきたいと思いません。

問題点として、これは後でお読みいただきたいのですが、「表示の徹底と、医薬部外品、化粧品のたんばく質含有量の規制が必要なことは間違いありません」と結んでいます。次の号にもやはり同じようなことを書いています。化学物質の問題というのは消費者委員会では余り取り上げられないのかもしれませんが。私どもは化粧品の安全性、特に表示の問題点の調査と改善提案などを行っています。あとは主に、規格基準への消費者の声の反映のための調査と提案ということで、新聞の方は後でお読みください。

また、被災地支援活動として、福島生産者の野菜を取り寄せたり、生産者に直接四谷の主婦会館のフロントのところで販売をしていただくという形で活動支援をしています。

次に、「消費者委員会の活動に期待すること」ということで、これからはここを重点的に話しさせていただきたいと思しますので、よろしく願いします。

監視機能の強化ということで、これは3月か4月に主婦連として意見を出していると思うのですが、消費者委員会というのが、そもそも消費者の意見が直接届く透明性の高い仕組みであって、消費者問題について調査審議し、建議等を行うとともに、消費者庁や関係省庁の消費者行政全般に対して監視機能も有する独立した第三者機関ということは、皆様十分御承知のことですけれども、ほかの行政機関にはない「監視機能」をもっと強化してくださいというのが要望です。期待もしております。

事務局体制の強化ということで、消費者庁・消費者委員会創設時の3つのテーマである「安全」「取引」「表示」の問題に精通した事務局体制の拡充と強化が必要ということで、これについてはなかなか難しいところもあるかもしれませんが、このところは是非よろしく願いしたいと思います。

それから、広報、公聴体制の整備。ここも非常に期待するとともに強く申し上げたいのですが、「消費者の声で動く、消費者のために働く組織」となるには、消費者からの意見・要望等の公聴体制を整える必要があります。いろいろところで公聴会も開催されていることは十分承知しておりますけれども、ホームページなどで意見をくださいなどの項目はありますが、それに対して申出制度を導入して、消費者の意見や要望、どんな人でもこの

ことについて意見を、ここで検討してほしい、建議してほしいということに対して、建議できない理由とか、このことについてはこういう理由があるとか、例えば EU などで、化学物質など申出があるときには 45 日以内に回答するというようなことがあります。45 日というのはたまたま一つの例ですけれども、今後、「消費者委員会で審議できる、できない、このことに関してはどう思う」ということも含めて、何らかの形で回答を出す形にしてほしいと思っています。

ここは特別に期待するところですが、どういう形で意見を取り上げているかということがちょっとわかりにくいというところもあります。ただ、今回の電気料金の値上げについては、非常にいいまとめというか、出していただいている、それに対しては非常にうれしくも思ったのですけれども、申出制度等回答についての今度の検討というか、実施をしていただきたいというふうに思います。

消費者からの情報収集体制の整備といたしまして、「自ら調査」と。1 期目の消費者委員会は主婦連の事務局長が委員をやっておりましたので、自ら調査というのを強調してきてほしいということでした。それぞれの委員の方はお忙しいと思いますので、自分が直接動くということではなく、例えば先ほどのコチニール、化粧品で口紅にコチニールを使っているところが、純度が高ければアレルギーは出ないけれども、ほかのものについて純度が決まっていなければ、ここはやはり消費者問題として検討すべきではないかというような感覚を持って、自ら調査といたしますか、調べた上で、これは消費者問題だというような形で建議につなげていただけるように望んでいます。

その他といたしまして、消費者契約法に関する調査作業チーム、電気料金問題検討ワーキングチームもそうですが、それぞれは非常にいいまとめが出されているけれども、検討内容がオープンにされていないことに対して、消費者団体としては、透明性、情報開示というか、経過も含めて傍聴ができる形にしていただきたい。いつの間にかチームができている。タスクチームでとりあえず何かをつくって、その後、この消費者委員会全体で検討するというのであれば一つの考え方かもしれません。その手前であればいいのですが、何か結果が出てきてということでは、どのような検討がされたのかというのがわかりません。開かれた消費者委員会を望んでおります。どうぞよろしくお願いいたします

以上です。

○河上委員長 どうもありがとうございました。

引き続きまして、全大阪消費者団体連絡会からの御説明をお願いいたします。

○全大阪消費者団体連絡会飯田事務局長 飯田です。

資料 2 をごらんください。1 番目が、当会が主に取り組んでいる最近の活動という形で 6 点に整理しています。

当会は創立して今年で 40 年を迎えます。大阪府の幾つかの審議会の委員もしております、その関係で調査活動あるいは提言活動を大阪府に対して行っている、そういう活動が①、②、③辺りまで続いております。消費者行政にかかわる点、ゴミ問題にかかわる点、

食の安全・安心、あるいは条例や推進計画にかかわる点があります。

④、⑤、⑥は、府内というよりも全国的なテーマに基づいて行っているものであります。TPP の事前交渉については非常に関心を払っておりまして、他団体と協力をして、参加しないようにという立場で運動を進めています。

消費税の増税を中心とした社会保障・税一体改革の問題についても、反対をする立場から運動を進めてきております。

最後ですが、原発・エネルギー問題についても発信しております。近畿エリアのほかの消費者団体とともに、管内の関西電力や大阪ガスと、毎年、定例の懇談会を開いています。過去には、円高差益の還元問題や電気料金の値上げ問題でかなりやり取りをしてきた実績がございます。今後も、その料金問題についてもコメントをしていこうというふうに考えております。

2番目の委員会の活動に期待すること、3点挙げています。主婦連さんと重複する点もございますが、一つは、監視機能を特化するくらいのもりで強化をする、こういうことを期待したいと思います。ほかの審議会、検討会等でも議論が途上になってはいますが、審議会機能を一部返上してでも監視機能に特化する、そういうことを目指すべきではないかというふうに考えております。

2つ目が体制の問題です。これは発足当時からの問題にもなりますけれども、3ケタの事務局体制をとるぐらいの構えが必要ではないかと思えます。

3点目が事故情報の分析把握の点です。これは、現在の委員会がどういう形でやられているか詳しくは知らないのですけれども、やはり自らの情報に接して自らの価値観で分析をする、こういうことが必要ではないかと考えております。

その他で2点ございます。1点目がアレルギー物質の混入問題ですが、消費者庁のリコール情報の食品分野の公開情報によっても、アレルギー物質の混入問題というのは少なくありません。輸入食品のアレルギー物質の混入問題は、実際には輸入検疫では検査がされていないのです。それは表示の問題ともかかわるので、国内に流通した段階で、それがちゃんと表示されているかということが一義的な問題になりますので、検疫所では検査をされていません。ですが、一たん国内で流通したものが輸入食品に焦点を当てて保健所で検査をされているかというのと、されていないのです。国内製品については、例えば大阪府であれば、年間50件の検査をするというアレルギー物質の検査体制がありますけれども、輸入食品は製品の仕様書が追跡できないものですから、余り問題意識がないわけです。

そういう問題がありますが、一たん事故が起こりますと重篤な問題になってしまうということで、何とか輸入検疫の段階において検査体制が何らかの形で整備できないものかという問題意識を持っています。

2点目は、裏面と2枚目のところに少し挙げましたが、基準財政需要額と実際の決算額がどれほど乖離しているかということをお大阪府内の自治体で計算してみたものです。直近のデータでは2枚目が昨年度の数値ですが、右側から2つ目の欄のところを縦に見ていた

だきますと、三角がついている自治体は、基準財政需要額を自主財源が満たしていない自治体です。つまり、ほとんどの自治体で基準財政需要額を満たしていないことがこれでわかります。

7月24日の委員会の建議の中にも、問題意識に少し触れてありますけれども、現場にこれを持ち込んでも、全然意味がないといいますか、自治体の消費者行政の窓口はこのことを持ち込んでもほとんど関心を持ちません。というのは、この乖離を根拠にして予算折衝はできないからです。現場ではそういう認識になっております。しかし、消費者庁は倍額にしましたと、こういう政策を持っているのですけれども、現場との齟齬が起こっております。

この問題をどうしたらいいのかということですが、自治体の首長にこういう認識を持ってもらうことが必要ではないかと思えます。そういう点では、私どもは大阪府内の自治体で試算しましたけれども、全国データがあってもいいのではないかというふうに私は思います。出すだけの時間的な余裕が私どもにはありませんので、今は出していませんが、計算式は、補正係数がわかれば全部出せますので、労力さえかければそんなに難しくないというふうに考えています。そういう点では是非チェックもしていただきたいと思っております。

以上です。

○河上委員長 どうもありがとうございました。

引き続きまして、全国消費者行政ウォッチねっとから説明をお願いいたします。

○全国消費者行政ウォッチねっと 拝師事務局長 全国消費者行政ウォッチねっとの拝師です。

資料3でレジュメを用意させていただきました。私たちは、今、3周年記念の集会に向けて消費者行政評価などをやっています。消費者委員会にもお伺いさせていただいてヒアリング等を行っている最中ですが、今日はテーマを絞って、不招請勧誘の禁止についての取組について御紹介とお願いということで、1点だけに絞っております。

訪問販売とか電話勧誘被害の実情についてはデータの的なものなので、細かい説明はしませんけれども、訪問販売被害件数自体は若干減っている。ただし、高止まりが続いている。それに対して電話勧誘の方は非常に増えている。しかも、最近が高齢者の方が狙われて被害額が高額化しているという特徴があって、何とかしなくてはいけない大きな問題だろうというふうに思っています。

そういう現状を受けて我々ウォッチねっとでは、カラーでコピーしていただいている、実物はもっと小さいのですが、訪問販売お断りステッカーというのを作成して販売をしています。問題意識は、これまでの訪問販売お断りステッカーは単純に訪問販売お断りと書いてあるだけだと。消費者庁側の見解としては、訪問販売お断りステッカーについては、意思表示の対象や内容、表示の主体や表示時期等が必ずしも明瞭でないため、特商法においては契約を締結しない旨の意思の表示に当たらないということ、行政解釈として示し

ているという状況です。

それに対して我々としては、せっかく特商法の方で再勧誘禁止規定が入ってきたのだから、このステッカーなども利用して何とか訪問販売被害を防ぐことができないかということで、先ほどの消費者庁の見解に対して、もう少し特商法的にも対応できる形で工夫ができないかということで、誰が誰に対してどういうことについて断っているのかというのを明示した中身のステッカーをつくりました。それをこれまで販売してきて、2万2,409枚ということですが、そこそこ使っていただいているということです。

そういう取組があって、この前、消費者庁と意見交換会があったので、ウォッチねっとの方でつくったスタイルのステッカーについて、特商法上の拒否の意思表示に当たる余地があるのかどうかということで改めて確認をしたのですが、結局、消費者庁としては同じことしか回答しないわけです。我々が工夫した点について答えてくれないというのが現状でして、行政解釈として何も変えないというのは非常に不満に思っています。

そこで消費者委員会の方で検討していただきたいのは、一つは、現状の特商法の法制の中で、貼れば即拒否の意思表示に当たって、それに違反すれば即行政処分という建付けは難しいと思います。勿論、貼り方もあるし、業者のアプローチの仕方とか、個々のケースによって違うというのはわかるのですが、消費者側が自分の生活を守るための方法として、ステッカーを買って現に貼っている方がいるわけです。それに対して行政の方が何も答えないというのは、非常に問題があるというふうに思っています。

その辺の行政解釈の在り方についての意見になるのか、あるいは、再勧誘禁止規定があってもなかなか効果がないということであれば、もっと抜本的な不招請勧誘の禁止そのものを検討する。ちょうど特商法の方では、訪問買取りについては不招請勧誘禁止が入ってきているわけです。それを訪問販売の方にも広げるかという辺りまで、突っ込んだ検討をする時期に来ているのではないかというふうに思っております、是非、この辺を御検討いただきたいと思います。

順番が前後しますが、ちなみにレジュメの2ページ目、「Do Not Call 制度」という制度がアメリカでありまして、それについても勉強会をやりました。電話勧誘の防止の制度として、電話勧誘を行う業者が、あらかじめ電話勧誘を受けてもいいですという人の名簿を買い取るという制度です。ちょっと変わった制度で、こういうものもどうかと思ったのですけれども、いろいろ意見交換をして、結局、その名簿がもし悪い業者に出回ってしまったとき、情報というのは取り返しがつかないですので、ちょっとリスクが大きいのではないか。それだったら、訪問販売と電話勧誘販売も初めから不招請勧誘禁止とやってしまった方がすっきりするのではないかということで、Do Not Call 制度も一つは参考にはなる制度だと思いますが、我々としては不招請勧誘禁止、現行法では何とかこのシールを生かして、被害を防げるような形で行政も協力していただきたいというふうに思っていますので、消費者委員会でも取り上げて御検討いただければと思います。

以上です。

○河上委員長 どうもありがとうございました。

最後に、東京都地域消費者団体連絡会から御説明をお願いいたします。

○東京都地域消費者団体連絡会奥田代表委員 今日はお招きいただきまして、ありがとうございます。私ども、今日は3人で参っていますので、私がまず、私たち東京都地域消費者団体連絡会の日常の活動を紹介しまして、要望などは次の二人でしますので、よろしくをお願いします。

添付しました資料は日常の活動を紹介した資料です。今日の要望とかそういうこととは関係のないものです。

まず1つ目が、「消費者から見た情報展」というのを毎年6月の末にやっています。この5年間ぐらいのテーマを資料につけました。パネルをつくりまして、通りを行く人とセッションをやるというのが趣向です。

2つ目が、「レジ袋NOデー」。毎年10月5日に、各都内のスーパー100店近くに出向きまして、同じ時間にレジを通るお客様がレジ袋をもらったか、もらわなかったかという調査をやっています。去年、10回目を迎えまして、そろそろお開きにしようかということになったのですけれども、こういう具体的な調査の数字というのはなかなか得られないから、企業の方から是非続けてくださいという要望もありまして、とりあえず、今年も10月5日にレジ袋NOデーの調査をやることになっています。

3つ目が、1年ごと包装協会が開いています「暮らしの包装商品展」というのに参加しまして、消費者が選んだグッド包装パッケージということで展示をするのですけれども、それだけではなかなか見ていただけないので、アンケートをやって、アンケートをやりながらその商品を説明しつつ、意見を交換してというやり方で包装商品展に参加しています。そのアンケートの結果が公表になっていまして、今、その結果をあちこちで発表しているところです。

以上、3つが、私たち独自にやっている事業ということですが、要望につきましては、まず西澤から。

○東京都地域消費者団体連絡会西澤中央委員 今回、消費者委員会との懇談会ということでございますけれども、消費者委員会というのは消費者庁のお目付役であるという位置づけのもとに、私は今回、消費者庁についての要望を述べさせていただきたいと思っております。今回、消費者庁長官がお代わりになりました。記者会見を拝見しておりましたら、このたび職員を地域の消費者センターに派遣して実態を勉強してもらおう。そういう発言をされましたので、これは私たちは大賛成だということで、今までの方とは違うのではないかなということを感じました。

今までの消費者庁の職員というのは各省庁から集められた職員が多くて、執行者の集まりのような感じがしていました。執行者というのは2、3年たつともとの古巣へ戻るということで、もとの古巣の反対することを消費者庁で決定することはなかなか難しいのではないかな。そういう考えでこちらの方から見ておりましたのですけれども、このたび、そう

いうことをしていただくに当たりまして、消費者庁の生え抜きの職員を是非育成していただきたいということが、むくむくと気持ちがいってまいりました。

消費者庁が創設以来、主婦連さんからもお話がありましたけれども、決定した事実が皆さんのところに、このように決まりましたよということがすぐに戻ってくるということがなかったわけです。最初の創設の目的というのは、横の連絡をなくして消費者庁で物事を解決して、素早くそれをバックさせたいからということでしたと、私どもは解釈しておりました。ところが、それがなかなか実情としてありません。要するに、許認可権が消費者庁に少し移っておりますけれども、その許認可権をいまだにもとの省庁が持っていらっしやいます。持っていらっしやいましてというのは、私たちが思うわけです。それに遠慮しているのか何か、余りはっきりとした消費者庁の決断ができていないような気がいたします。ですから、私たちとしましては、消費者庁はこれからどうやっていくのだろうということがとても心配になっておりました。そこで、先ほど言いましたように、各省庁の職員の寄り集まりではなく、消費者庁の生粋の職員を育てていくのが一番大切ではないかと思っております。

私は今回、目黒区の「消費者友の会」というところから都地消連に参加している団体の一人として、地元の活動も兼ねて報告させていただきたいのですが、都地消連というのは地元のそういう消費者団体が集まってできているところなのです。私は目黒区に50年来住んでおりまして、40年間ほど、地元の区の消費者センターと共同していろいろな活動をしてきておりますものですから、消費者関係の節目の年の50年史とか、30年史というときに、消費者グループ連絡会ですとか、消費生活展とか、そういう節目のときにもかかわってまいりました。

そのときに一番話題になるのが、東京都から派遣されてきて目黒区で実態を把握していただいて、弱点を見いだしていただいて、弱点を強化して東京都に帰っていくという派遣制度が前にありました。その方たちが来て初めて、目黒区で新しい職責をつくって、そこに携わってくださった。例えば消費担当主査とか、消費係長とかいうのが初めて目黒区でできたときに、そこに座っていただいたのが東京都から派遣されてきた職員だったわけなのです。その職員が東京都に帰られてからも、本当に立派な出世をなさっていらっしやいますから、それだけの実績を残してきたということが評価されているのだと思います。

なぜ私がこんなことを申し上げたかといいますと、消費者庁が何のためにできたかという原点に戻っていただきたいという気が、このところ、すごくしているわけです。何のためにできたか、現在の弱点はどこにあるのか。何が必要か。そして、消費者の目線に立って解決に向かっているのかということを考えていただきたい。そうしましたら、主婦連さんと同じように、私どもの団体も、微力ながら、消費者庁が大きく育つような後押しはしたいと思っております。都地消連というのは、先ほどから申し上げておりますように地元で団体が根づいておりますものですから、自ら調査をなさるとしても、私どもも東京都の地域的な意見は集約できるのではないかと自負しております。

以上でございます。

○東京都地域消費者団体連絡会内藤副代表 内藤と申します。

今日は、こういうところに来て、私ども消費者団体が先生方とお話しできるということは画期的なことではないかと思っ、大変期待しております。特に、うちの団体の説明がありましたけれども、私どもは東京都の地域の消費者グループがつくった連絡会です。活動の主は、地域の消費者団体として消費者行政をどういうふうに覚醒化していくかということに力を入れて、行政と企業と一緒に地域で活動することを主眼として来ています。ですから、問題になるのは本当に身近な問題。ゴミ問題から始まって環境問題、そういうふうな具体的なことをいろいろと地域で話し合っ、そこで問題を解決していくというやり方をしてきました。

私どもが連絡会をつくったのはもう40年前になりますが、その当時から各地域に消費者グループがかなりありまして、非常に元気だったんですね。行政ともども、今、消費者行政として何が問題なのかということについては、地域の行政、団体を含めて消費者行政ということ話し合っをしました。そういう機会があっ、私たちが日常の暮らしの中で非常に問題になっている、困っているということ地域消費者行政の中に取り入れていただい、それから解決していった。そういう活動の中で何十年もやってきましたので、私たちが暮らしの中で問題になったことは、地域では、その問題が大きい小さいかはありましたけれども、受け入れられたというふうな自負があります。

そういうふうな活動の経過がありまして、消費者団体というのがこれだけでできたのではないかと思います。ただ集まっ、やっ、問題の解決にならなければ参加する人は少ないです。今はちょっと数は少ないですが、東京都の地域消費者団体ができたときは、地域の27の団体が連絡してましたので、東京都全体の地域のことがわかったというふうな経過があります。そういうふうな活動をしてきて、それを全体にまとめたのを今度地域で生かす。その地域も各区・市レベルだけではなく、やはりそれは都へ持っていく。東京都の問題だというときは東京都にも話を持っていきました。東京都で解決しないことは国に持っていく。そういう手順というか、そういうふうな機会があっ、私どもが消費者団体として消費者活動に力を入れて、四十数年もやっ、こられたというのそういう経過があっ、からです。

消費者庁ができる前、私どもが消費者行政として話し合っをするのは内閣府というのがありまして、内閣府としてお呼びいただい意見を言っ、いた。地域の消費者の声が内閣府の方にまでつながっ、いたという、そういう自信はあっ、たんですね。そのところの力がちょっと弱くなっ、たのか、地方行政も予算の問題でどんどん縮小されていった。そういうところで消費者庁ができましたので、非常に期待してましたのですが、私たちの消費者活動をやっ、ていく上では、はっきり言っ、て、消費者庁には伝わっ、ていなかったというのを感じています。これをそのまま終わりにしてはいけない。どういふふうにしたら、国の政策の中に私たちの活動してきたことが伝わっ、てくれるのかということ、これから大きな期

待でもありますけれども、それは、私たち地域で消費者運動をやっているグループとしては成功させなければいけないのではないかと。多分、活動をしている人はみんなそのつもりで活動を続けていると思います。

現在のように消費者庁がこういう組織になって、消費者委員会というので、皆さんが自由に意見を言えるというふうなことがあるので、非常に期待しておりましたけれども、最後に、残念なことをひとつ言います。傍聴をさせていただいていたのですが、委員会で議論されたことが本当によくわからない。どういうふうな議論になっているのかわからない。ただ委員会では意見の言い合いになっただけではないか、というのが素直な感じですが。これからはもう少し委員会としては、先生方も含めて、いろいろな方も含めて、議論をしていく委員会に消費者庁が発展していってこれなければならぬと思っています。

一番のものは、やはり消費者教育なのです。教育というと文科省みたいになりますけれども、消費者行政というので消費者教育に力を入れなければ、いくらいろいろないい政策を立てても成功しないです。ですから、消費者教育に力を入れる消費者庁であってほしいなと思っています。

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 御意見、ありがとうございました。肝に銘じたいと思います。

それで、飯田さんに御意見を伺いたいのですが、先ほどのレジュメで「事故情報を的確につかむ仕組みを整える」と書いてあります。財産的な被害と健康被害とまた違う面もあると思いますが、ここではどちらの面をおっしゃっているのか。今、食品表示の一元化の問題が議論されていて、消費者庁の方で一定の方向が出ているような、出ていないような状況です。端的に言うと、食品Gメンなどのマンパワーを活用しないと、食品の分野についての生の情報を自ら調べて分析してどうこうというのは、できないのではないかと思います。

これは趣旨として、消費者委員会にやれと言われましても、実際問題、ただでさえ事務局がないところで、事故情報を的確につかんでそれを分析する仕組みというのは、委員会ではなかなか難しいのではないかと思います。その辺はどういうふうにお考えになってこういう提起をなさったの、御意見をいただければと思います。

○全大阪消費者団体連絡会飯田事務局長 現行の委員会を想定しているわけではないんですね。①から言っている、本来果たしてほしい役割を備える、そういう観点から申し上げているわけですし、現行の委員会の力量では多分無理だと思うのです。

それから、情報の範囲ですけれども、特に財産分野とか契約分野というふうに限ったことではありません。すべての事故情報というふうに想定をしています。現行は、委員会は、こういう情報がどの程度あるのか、どういう情報があるのかということ、消費者庁なり

にボールを投げて、それが返ってきたものについて、いわばフィルターがかかった情報としてご覧になっているのではないかというふうに私は思うわけです。

○山口委員長代理　メインは国センですね。

○全大阪消費者団体連絡会飯田事務局長　そうですね。フィルターがかかったレベルではなくて、自らの価値観でその情報に接して、監視機能を発揮するためにはどういうふうにしてその情報を見たらいいのか、分析をしたらいいのか。あるいは、追加情報としてどういうアプローチをしたらいいのか。委員会の事務局でそういう蓄積をしないといけないのではないかというふうに私は思っています。そういう点では、来年度どうかというよりも、中長期的な話になりますけれども、そういうことを想定して体制を持っていく、あるいはその仕組みを整える、こういうことが必要ではないかというふうに思います。

○河上委員長　事務局としても、マンパワーの限られた中で調査班というのをつくりまして、必要に応じて自ら調査をするという作業もやってはいますけれども、なかなかこの体制で、十全なところまでは勿論できていないということで、今後の課題だと思います。

ほかにはいかがでしょうか。

夏目委員、どうぞ。

○夏目委員　ただいま、全大阪消費者団体連絡会様からも、消費者委員会は監視機能を発揮することに重点を置くべきで、許認可を含む審議機能は消費者庁に移してでも監視機能に力を注ぐべきだという御意見でした。そこまでは言わないのですけれども、主婦連合会さんの方も、消費者委員会の役割は何かというと、一義的にはまず監視機能の強化ということをおっしゃっていらっしゃいます。審議機能との関係というのは、今、国センの在り方のところでも審議されているところがございますし、消費者委員会の中でも議論をしているわけです。主婦連合会としては、審議会機能と監視機能の在り方といいますか、その辺についてはどういうふうにお考えでしょうか。聞かせていただければと思います。

○主婦連合会有田副会長　申し訳ありません。このところは、私の個人的な意見は、監視機能だけを強化していただきたいということですので、審議という言葉をここで書いた主婦連全体の考え方というのは、審議機能というのはちょっと言葉のあやとか、何とも答えにくいので、申し訳ありません。というのは、それぞれ期待するところに幅がありますので、ここがこうであればということは、私の方ではお答えしにくいところがあります。申し訳ありません。

それから、委員の方々から私たちが質問されるということだとは思いますが、逆に私たちから質問してもよろしいのでしょうか。

○河上委員長　どうぞ。

○主婦連合会有田副会長　実は、先ほど化学物質のことを申し上げたのは、家庭用品に関しては、要するにそれぞれすべて化学物質ですので、その中で例えば自ら調査ということは、スタッフなど、それぞれの限界がある中で、すべてのことを調査するのは難しいということもおっしゃったのですが、例えば、コチニールの問題、それから有機顔料の中に PCB

が発生するという問題がある。それは経済産業省、厚生労働省、環境省で検討しています。けれども、それとは別に、命令というよりも、消費者委員会で、これはどうも法律の縦割りの中で隙間事案になる可能性があるのではないかというふうに思われて、検討するという事は考えられていないのでしょうか。例えば玩具だったら食品衛生法ですけれども、化粧品で口紅なら薬事法だったり、いろいろ違いますね。それは勿論、省庁があるけれども、消費者委員会の方で、これはやはり取り上げるべきだとか、提案なり建議をすることは、今まで多少委員から声が出たりはしているのでしょうかという質問です。

それから、建議と提案というか、これは委員長が4月くらいにまとめられたのだと思いますが、必ずしも建議を多くすればいいというものではないかもしれませんが、建議が少ないような気がします。それはどうしてでしょうかという質問です。以前より少なくなっていないわけですか。

○河上委員長 建議そのものとか意見は、むしろかなり活発に出している方だと思います。

○主婦連合会有田副会長 失礼いたしました。

○河上委員長 もう一つ、審議会機能と監視機能との関係です。実は、監視をしようと思いますと、現実が一体どうなっているかということを見ず見て分析をして、あるべき方向はどうかということも考えた上で、今やっていることに対して、ここはこうすべきではないかという提言をしないといけないということになりますと、8割方は実は審議会的な作業が前提になって初めて、監視機能としても有効な提言ができることになります。監視機能に特化しなさいというふうに言ったときに、審議会的な作業がゼロになるということはほとんどあり得ないと思います。その辺がちょっと誤解されているところがあって、両方が必要だということなのです。

○主婦連合会有田副会長 ですから、とらえ方。つまり、審議機能というのをどういうふうに見ているかということ言えば、審議をして監視するという事は十分理解をしていて、そこをどういうふうにそれぞれの団体、個人も含めて見ているかということで、審議をしなくていいという話をしているわけではないということです。

○河上委員長 もう一点、先ほどコチニールの話で出てまいりましたがけれども、消費者委員会として、例えば隙間に落ちてしまいそうな問題が仮に明らかになった場合は、勿論、それについて提言することはあり得ます。現にまつ毛エクステとかいろいろなことがありました。あれは医療法にかかわるのではないかという話と、別の通常の産業の問題としていくのではないかとか、ほかにも薬事法とか、いろいろなものに関係するものに関して落ちそうな場面が出てきたときに、消費者委員会としてきちんとした対応をしないといけないというので、いろいろな省庁を呼んで、結果的には消費者庁に対して、それに対する対応を要請するというやり方になりますけれども、我々としても、そういうものを取り上げることは十分にあり得るということです。

ほかにかがでしょうか。

川戸委員、どうぞ。

○川戸委員 今日はどうもありがとうございました。私は食品問題に関心が深いので、飯田先生にお伺いしたいのですけれども、具体的に輸入食品のアレルギー物質混入に着目した検査体制の検討と書いてありますが、具体的な被害とかそういうものは把握していらっしゃるのでしょうか。その辺をお伺いしたいと思います。よろしくお願いします。

○全大阪消費者団体連絡会飯田事務局長 輸入食品にアレルギー物質が混入していたがために何か事故が起こったというのは、多分そんなに報告されていないと思います。私も余りニュースに接したことはないのですけれども、例えば表示部会の中村幹雄先生が、何件か事故が起こっているという形で問題提起をされています。詳細については、私はここで言うほど暗記していませんけれども、そういうことがあるのと、国内においても、表示漏れという形でリコールの情報がたくさんございます。

そういう点から察すると、輸入食品の中にもそういう事例はあるのではないのか。しかし、国内に流通する輸入食品の検査体制はないに等しいわけなので、要するに顕在化していない可能性があるのではないかというふうにも思っています。

○河上委員長 ほかにはいかがでしょうか。

吉田委員、どうぞ。

○吉田委員 拝師先生にお伺いしたいと思います。不招請勧誘禁止については、私も消費者の権利と利益を守るためには是非必要なものであると思っています。不意打ち性が高かったり欺瞞性が高いビジネスモデルについては、適切な規制をしていくことが消費者の利益・権利を守ることにつながると考えますが、一方で、現に電話勧誘がこれだけあり、訪問販売もこれだけある中で、いきなり規制を導入することに対する事業者側からの反発は非常に大きくて、導入にはハードルが高いのではないかと考えています。そのハードルを乗り越えるべくアイデアがあれば、お考えをお聞かせいただければと思います。

○全国消費者行政ウォッチねっと拝師事務局長 やはり実態調査をきちんとやるのがまず大事だと思っていて、PIO-NET等に上がってくるデータもありますけれども、そこに上がってこない被害、あるいはアプローチというのはものすごくあると思うのです。大体どこの家庭でも電話勧誘に遭ったことがない人の方がむしろ珍しい。訪問販売についても相当来ていると思います。そういう実態について、どのくらいアプローチを受けていて、被害に遭ったと認識している人がどのぐらいいるのか。それに対して消費者の方がどういう意識を持っているのかというのを、きちんと調査をする。消費者で、訪問販売や電話勧誘販売を喜んでという人はまずいないと思いますので、そういうところの調査、裏づけを立法事実としてきちんととっていくことがまずは重要なと思います。

あとは、消費者団体等と消費者委員会などが上手にタイアップして、タイムスケジュール感なども、できればすり合わせをしながら進めていく必要あるのではないかと。特商法は再来年ぐらいが見直しの時期ですかね。前倒しすると、いつぐらいまでにそういう調査を終えて、行政の方である程度方針を決めていくというのが逆算すると出てくると思うので、そういうものも考えながら、実態調査のタイミング、建議なら建議を上げる、我々として

は署名をやったり、地方議会から意見を出してもらったり、そういういろいろな運動のツールがありますので、そういうものを一緒にやっていくことが必要かなというふうに思います。

○吉田委員 ありがとうございます。御参考までにですけれども、3年ぐらい前でしょうか、盛岡市で市民の意識調査をしたときに、9割以上の市民が、いいとか悪いを抜きにして、電話に関しても訪問に関しても、とにかくいきなり来て営業をされるのが嫌だという結果がありますし、8割以上の市民が、それらに対する何らかの強い規制を望んでいるという結果がありました。これを全国的に調査をすることによって、市民が嫌がっていることをなぜ放置していくのかということにもなっていくかと思えますから、特商法の改正に向けて検討していく、あるいは、自治体ごとに条例化を進めていくという手法で、何らか取組が進めていければなというふうに個人的に思っております。ありがとうございます。

○河上委員長 ほかにはいかがでしょうか。

細川委員、どうぞ。

○細川委員 都地消連の方からレジ袋の調査の結果をいただいて、これは非常にすばらしい調査で、これを見ると年ごとに辞退する人は上がっているわけですね。こういう地に足のついた消費者運動が、日本の消費者行政、消費者政策をつくり上げてきたと私は思いますので、行政は何をやる、消費者団体は何をやるというだけではなく、もうちょっとコラボレーションがあっているのではないかと思います。我々もすぐ、手足がない、手足がないで終わってしまうわけで、こういうところでも、例えば企画の段階から協力体制をしいて、消費者団体がやれるところ、こちらがやれるところ、あるいは、消費者団体がこういう地道な調査をしていただいて、そのデータをもとに消費者庁あるいは消費者委員会が建議をすとか、うまくそれぞれの活動が連携していく。そういう仕組みづくりが、消費者庁ができてからもうすぐ3年ですけれども、消費者目線、国民目線と言っていながら、ないような気がします。その辺の仕組みづくりといいますか、年に1回話をするというだけではなく、共に、活動の方針とか、やり方、どうすれば効率的にやれるかという辺りを考えていく。そんなものが必要なのではないかというふうに感じました。

○主婦連合会有田副会長 最初に申し上げたように、公聴会も開いていらっしゃると思います。問題意識を持って要望や意見は主婦連合会でも出してはいますけれども、現実には各省庁がやっていることとは別に、消費者委員会としてこれをどういうふうに考えるかと。問題が山積しているのです、一々それに応えるのは大変かもしれませんけれども、そういう窓口というか、投書箱とか、これは何か月後かに同時進行でもやりますというようなことが回答をいただければ、まさに今、レジ袋のことをおっしゃったように、主婦連もかなりいろいろな調査をしています。

化粧品のパersonalケア用品の調査をしたときに、百円均一のものでしたけれども、日本製ですが中国でつくっているものから、表示には薬事法で許可された防腐剤が書いてあるのですけれども、その成分は入っていないくてホルマリンが大量に出てくる。そういうも

のも行政の担当部局に言っても、それはどこどこに行ってください、保健所からいろいろなところにたらい回しにされるということも経験しました。

そういうことも含めて、すぐにはできないまでも、ここに持ってくればこういうことだというふうに、委員会に上げるか上げないかも含めて分かるようにしていただきたい。それこそ対立するということではなくて、コラボさせていただければというふうに思いますので、窓口をどういうふうに考えるのかということも含めて最初に申し上げたつもりですので、よろしくお願いいたします。

○河上委員長 どうもありがとうございました。まだまだ議論が尽きませんが、残念ながら時間が来てしまいました。

予算や人に絡む問題もございますけれども、いただいた御意見一つひとつを大事にして、消費者委員会としても改善をしていきたいと思えます。特に、消費者委員会がどういう考え方を持って提言や議論をしてきたかということについて、まだまだ見えにくいという御意見がございますので、その辺は、広報の仕方も含めて改善を更に進めていきたいと思えます。

山口委員、どうぞ。

○山口委員長代理 どこまでお話ししたらいいのかちょっとあれですけども、消費者委員会として年内の大きな建議のテーマとしては、健康食品について、現在の表示・広告の在り方は今のままで決まっていとは思わないので、何らかの形で調査・検討して意見をを出したいと考えておりますので、是非また意見をいただければと思えます。

それから、これもまた難しいのですが、詐欺的投資勧誘、先ほどお話があった高齢者に向けた財産被害をどういうふうにしたら抑制できるのか。ここも検討していかなければいけないということで、これは年内か年度内には何らかの形で意見をを出したい。

更に、今回、消費者教育の法案が採択されましたけれども、消費者教育の在り方をどうしていくのか。これこそ消費者庁とも相談しながら考えていかなければいけない。テーマは山ほどありますが、とりあえずはそういうことも考えておりますので、また、意見を伺う機会を是非いただければと思えます。よろしくお願いいたします。

3 . 閉 会

○河上委員長 それでは、最後に事務局から事務連絡をお願いいたします。

○小田審議官 お手元にお配りしています資料5にございますように、関係団体との意見交換会、次回は9月4日の16時から、資料にあります団体との意見交換を行います。よろしくお願いいたします。

○河上委員長 それでは、大変短い時間で恐縮でございますけれども、本日はこれにて閉

会とさせていただきます。

お忙しいところをお集まりいただきまして、誠にありがとうございました。