

消費者委員会第158回本会議  
議事録

内閣府消費者委員会事務局

# 消費者委員会第158回本会議 議事次第

1. 日時 平成26年5月13日(火) 16:30～18:51

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、石戸谷委員長代理、岩田委員、齋藤委員、高橋委員、夏目委員、  
橋本委員、唯根委員

(事務局)

黒木事務局長、井内審議官、大貫参事官

4. 議事

(1) 開 会

(2) 消費者基本計画の検証・評価・監視について

1) 消費者基本計画改定素案の概要について

消費者庁 浅田 消費者政策課長

2) リコール情報の周知・徹底について

経済産業省 岡部 商務流通保安グループ製品安全課長

消費者庁 河岡 消費者安全課調査官

3) 個人情報保護について

内閣官房 瓜生 IT総合戦略室内閣参事官

消費者庁 加納 消費者制度課長

(3) 閉 会

## 《 1 . 開 会 》

○河上委員長 それでは、時間になりましたので、始めさせていただきます。本日は皆様、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す。ただいまから、「消費者委員会第158回本会議」を開催いたします。

また、本日は所用によりまして阿久澤委員と山本委員が御欠席となっております。

それでは、配付資料について確認をお願いいたします。

○大貫参事官 本日の資料でございますけれども、資料1が1枚紙、資料2-1から2-5、資料3-1から3-5、資料4-1から4-4、それに参考資料1と2をお配りしてあります。もし不足がありましたら、事務局までお申し出いただきますようお願いいたします。

---

## 《 2 . 消費者基本計画の検証・評価・監視について 》

### (1) 消費者基本計画改定素案の概要について

○河上委員長 本日の議題は、「消費者基本計画の検証・評価・監視について」であります。消費者基本法においては、消費者政策会議が行う消費者基本計画の検証・評価・監視について、それらの結果の取りまとめを行おうとする際には消費者委員会の意見を聞かなければならないとされております。このため、消費者委員会においては、昨年末に行った消費者基本計画の実施状況等に関する関係省庁ヒアリングの結果や、当委員会が最近行った意見表明の内容等を踏まえまして、計画の検証・評価及び見直しに向けての意見を本年2月25日に発出したところであります。

その後、消費者庁を初めとする関係省庁では、当委員会の意見を踏まえて計画の検証・評価及び見直し作業を行い、この結果取りまとめられた計画の改定素案が現在、パブリックコメントにかけられていると伺っております。当委員会におきましては、本改定素案の中の主な施策について関係省庁からヒアリングを実施し、計画の改定に向けた意見表明を改めて行うこととしております。本日は、その第1回目といたしまして、消費者基本計画の改定素案の概要、消費者安全、リコール情報の周知・徹底です。それから、3番目に個人情報保護についてヒアリングを行いたいと思います。

最初は、「消費者基本計画の改定素案の概要について」であります。消費者庁におかれましては、お忙しいところを御出席いただきまして、まことにありがとうございます。まず初めに、計画の改定素案の概要や、事前にヒアリング項目としてお示ししている点につ

いて消費者庁から説明をお願いしたいと思います。説明時間は、短くて恐縮ですが、15分程度でお願いできればと思います。

○消費者庁浅田消費者政策課長 消費者庁政策課長、浅田でございます。よろしく申し上げます。本年の基本計画の改定ですが、御協力のほどよろしくお願いしたいと思います。

まず、委員長から冒頭お話がありましたとおり、お手元の資料2-1ですが、先週金曜日から改定の素案に関するパブリックコメントを掛けております。これにつきましては、全国消団連などの消費者団体にも直接御連絡を差し上げて、コメントの提出等を求めているところでございます。また事業者団体のACAPにも本日、お時間をいただいて説明したところでございます。

それで、改定の概要ということですが細かいところにつきましては資料2-3、2-4に書いてありますが現在具体的にどういうことが進んでいるかということ、資料2-5は現行のもですが、ここがポイントであるという形の御説明で、まずは概説とさせていただきます。と思っております。

まず、冒頭、タイトルにございますが、「消費者基本計画（平成22年度～26年度）」とございます。したがって、26年度本年が最終年度でございます。22年度、2010年に策定した計画ですが、本年が最後になりまして、これ以降、来年度の新たな計画に向けてのブリッジになるということが1つポイントでございます。

進捗につきまして、特に重点施策の概要という黄色のところを以て、今回の素案のポイントについて御説明したいと思っております。まず、重点施策につきましては、昨年度、前回、平成25年度改定の際に、この基本計画は180近く政策がございますけれども、その中で特に重要な18項目をピックアップして列挙を始めたものでございます。この形式については、今回の改定についても踏襲しようということで進めておるところでございます。

さらに、昨年6月に改定いたしましたけれども、現在までの政策の進捗につきまして、特に大きなものについて御説明いたしたいと思っておりますが、まず⑧消費者被害救済制度、いわゆる消費者裁判手続特例法、民事特例法でございますけれども、昨年6月の時点では法案が成立しておりませんでしたけれども、昨年の段階で法案が成立いたしましたので、それに向けての具体的な各法令の準備、またガイドライン等々の準備等も進めていくという形の改定を考えているところでございます。

さらに、⑨食品ロスでございますけれども、これも関係省庁連絡会議を設置し特に本年3月までに有識者会議で報告をまとめましたので、そういったものをもとに具体的に進めていくことを考えているところでございます。

戻って恐縮ですが、⑤食品表示法につきましても、来年6月までの施行に向けて、現在、消費者委員会の部会のほうでも議論されておると思っておりますが、そういったことも含めて改定していくことで考えているところでございます。

特に、これから大きなポイントといたしまして、⑩及び⑪でございます。消費者安全法

の改正が先週金曜日に衆議院を通過いたしまして、これ以降、参議院のほうで法案審議に入るといのが現状でございます。その結果を踏まえて改定することになりますけれども、地方消費者行政につきましては消費者安全法の改正の中でありまして、例えば見守り等のより実効的な体制普及のための地域協議会の設立とか、個人情報保護のあり方といったものを含めた今後の改正というものを、法案成立の状況を見ながら考えていくことにしております。

あと、⑩消費生活相談業務の質の一層の向上と体制の整備も、今次の消費者安全法の改正案の中に入っておりますので、これも法案の状況を見ながら、必要に応じて法案の内容に則して書きかえていくことを予定しているところでございます。

さらに、⑭エステ・美容医療サービスは、第2次消費者委員会のほうから建議等もずっといただいていたところでございますけれども、現在のところ、平成25年度までに厚労省におきましてガイドラインの策定を行ったと聞いておりまして、その旨の改定をしていく必要があると考えているところでございます。

あとは、消費者契約法につきましては、現在、あり方の検討等が開始されたと承知しておるところでございます。

さらに、18項目の外でございまして、消費者委員会のほうで本会議及び専門調査会合同で景品表示法に関する課徴金の検討が進んでいると思います。これにつきましても、検討状況に合わせて新たに項目を設けまして、景表法の関係についても記述していくという方向で考えているところでございます。

おおむね今のようところが今回の改定のポイントでございまして、またパブリックコメントで消費者団体の皆様方及び事業者団体の皆様方、国民の皆様方から意見を求めて、さらに必要な見直しを行っていききたいということでございます。

資料1の中で消費者委員会の2月にいただいた意見の中で、パブリックコメントの実施方法の改善ということがございましたけれども、これにつきましては、具体的に消費者団体の方々に丁寧に説明していくということで進めていきたいと思っております。実際、4月28日に全国消団連において今回の計画の改定についての勉強会をやらせていただきました。さらには、今月22日、全国消団連でメンバーの消費者団体を集めての勉強会、検討会が開催されるということで、私も出席しまして改定の考え方について御説明した上で、消費者団体の皆様方が議論されて、パブリックコメントの対応をされると聞いておりますが、そういった形でできる限り丁寧な説明を行っていききたいと考えているところでございます。

現行計画については以上でございまして、6月を目途に最終的に消費者委員会の意見をいただき、さらに素案を案に格上げし、それを総理のものと消費者政策会議にかけて閣議決定ということで考えたいと思っております。

新計画につきましては、冒頭申し上げたとおり、2015年度、平成27年度からの5年間で想定しているわけでございますけれども、この作業と並行しながら進めていきたい、考

え方の整理をしていきたいと考えているところでございます。ただ、この新計画の考え方につきまして、既に消費者委員会で消費者基本計画の議論をされておるわけでございますけれども、この際、考え方の一旦、こういうことが進んでおるということを申し上げたところでございます。その際、今後、高齢化、情報化、国際化のさらなる進展など日本の経済・社会の中期的な姿を見据えつつ、必要となる政策について議論していく必要があるという河上委員長の取りまとめの発言があったと承知しております。

まさに高齢化、情報化、国際化でございますけれども、こういったものについて具体的に夏から秋にかけて、経済・社会の変化というものを1回検証した上で、また消費者委員会の場でお時間をいただけるのであれば、こういった場をかりて議論の場を設けさせていただいて、今後のコンセプトづくり等を進めていきたいということでございます。

その際、高齢化とか情報化の問題につきまして、消費者白書というものが私ども政策課の一つの大きなアウトプットでございますが、昨年度の消費者白書では高齢化の問題を取り上げております。さらに、今、作業中の本年度の消費者白書につきましては、食の安心・安全とともに情報化に関する消費者問題の特集として取り上げているところでございまして、この消費者白書につきましても、6月半ば頃の策定を目途に作業しておるところでございまして、こういったこれまでの作業の蓄積を活用しながら、かつ消費者委員会の皆様方の意見も活用しながら、こういった経済・社会の変化の中で、今後5年間の消費者問題をどう見通していくかといった議論をしていきたいと考えております。

さらに、今回の計画の検証・評価の達成状況というものがございます。これにつきまして、1つ手がかりとしてありますのは、ことし4月に総務省のほうからいただいております消費者取引に関する政策評価というものがございます。包括的な政策評価でいろいろな御指摘もいただいているところでございます。この政策評価の結果を受けて、消費者庁の中で具体的な検証等を進めていきたいと思っております。こういったものも新たな計画に反映していくということがございます。

さらに、1つこの中で大きな課題となるのは、いわゆる数値目標的な達成状況の評価をどうしていくか、定量的な評価になりますけれども、これにつきましては、既に出しておりますのが、地方消費者行政に関しましては、地方消費者行政強化作戦ということで具体的な数値目標を含めた、今後の地方の体制づくりについて既に発表しておるところでございます。これにつきましては、地方消費者行政フォローアップの過程で御紹介があったと思っておりますけれども、こういったアウトプット目標についてもできる限り示していくということがあろうかと考えております。

さらに、消費者行政の全体の政策評価につきまして、いわゆるアウトカムの指標でございますが、これも口頭で恐縮ですが、さらにことし、消費者庁政策課において3月に有識者会議の取りまとめということで推計といたしまして、過去1年の消費者被害につきましては年間6兆円、国民1人当たり4.7万円といったものを出しております。こういった指標の整備を今後進めていくということで、具体的な検証・評価のための参考数値を整備し

ていきたいと考えているところでございます。

いずれにしましても、今後新たな基本計画の策定につきましては、最終的に正式には当然こちらのほうにもお諮りすることになりますけれども、その過程において経済・社会の変化とか政策の課題については消費者委員会の御知見をかりながら、具体的な成案について作業していきたいと考えているところでございます。

説明は以上です。

○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。石戸谷委員、どうぞ。

○石戸谷委員長代理 ありがとうございます。

今、話が出ました4月の総務省の消費者取引に関する政策評価のほうですけれども、消費者取引の適正化に関する政策全体の政策評価目標設定と指標の明確化という大きいテーマについては、次期の新計画で対応することになるかと思えますけれども、非常に重い課題で、消費者庁の課題であると同時に、消費者委員会のほうも大いに関係するので、これをどういうぐあいにやるかというのが大きい問題だと思えますけれども、個別の施策について講ずべき措置というのがいろいろ列挙されております

その中では、本格的には次期計画でということでもいいかと思えますけれども、直ちにやったほうがいいよなとか、やれるものも指摘されているものを見ると入っているように思うのです。そういうものも取り込みつつ、今回の改定素案をつくっていくという考え方というのはどうなのでしょう。

○消費者庁浅田消費者政策課長 御指摘について、行政評価につきましては重く受けとめておりまして、説明の中で申し上げましたとおり、消費者庁の中でも具体的な指摘を受けて何ができるかということについて検討しているところでございます。次期計画を待たずして、今すぐできることがあれば、当然それについては対応していくことはあるかと考えております。

さらに、この改定の文書の中でもあるのですが、資料2-4の新旧対照表の4ページでございます。左側が現行計画で右側が改定案になります。波線が書いてありますけれども、波線の真ん中でございますが、「平成26年度には、消費者庁が創立5年目を迎えたことを踏まえ、創設時の理念に立ち返り」、真に消費者目線に立った行政機能の強化を図るとともに、消費者行政を身近なものにするため、組織の整備・運用に係る課題を洗い出し」、実施しますということでございます。こういうことも実施しております。

具体的にもう既に成果が出ているものとしては、トクホの表示につきまして、評価したものと若干違っていたものがあったということのを洗い出したりしております。さらには中期的な課題としまして、例えば情報発信の統一的なあり方とか地方の体制整備、国際関係の体制整備といったものについても、これから議論し、できるものはすぐ、時間がかかるものは新計画をやりながら実施していくことを考えているところでございます。

○河上委員長 ほかにはいかがでしょうか。橋本委員、どうぞ。

○橋本委員 先ほど総務省の政策評価ということで、用語の統一がとれていなかったというアンケート結果等がありまして、例えば調査したセンターであっせんに対する考え方がずれていたのではないかという調査結果をいただきました。その中で、今後、地方消費者行政、各消費者センターが同じような内容できちんといろいろなことをしていかなければいけないという中に、そういった用語の統一と、きちんと浸透させることが必要かと思えます。

それは、⑫のPI0-NETの刷新が今度ありますけれども、そのときにPI0-NETの内容がかなり変わるということから、そういった入力する内容について、相談員等にもう少し研修をやっていかないと、また同じような結果になってしまうのではないかなと思うのですが、その辺いかがでしょうか。

○消費者庁浅田消費者政策課長 その点につきましては、消費者安全法の法案の中でも研修の強化というものがございます。あとは、これ以外にも国民生活センター相模原の研修施設の議論を進めておるところでございまして、質の向上ということには解決のための方策として、研修の強化というものが、最大のツールだと思っております。特にPI0-NETについては、消費者庁についても、消費者行政についても、最大のツールでございまして、そういったものがより正確に活用できるように研修を強化していく。そういうことも含めて研修強化を進めていきたいと思っておりますし、御案内のとおり、消費者行政活性化基金が大幅増額になっておりますけれども、研修に振り向けるための契機もできたのではないかと考えておるところでございまして。

○橋本委員 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。高橋委員。

○高橋委員 今の橋本委員の意見につけ加えてということになりますけれども、私は政策評価の設計や検証・評価にかかわりました。消費者取引、特に法改正の効果を見るときに相談件数ということでやったのですが、相談件数だけでやりたかったわけではなくて、被害回復とかあっせん解決率などで、それがきちんと解決しているかどうかということを見ようとしたときに、あっせんがきちんとした定義のもとに運用されていなかったという事実が浮かび上がってしまったわけです。

今後とも検証・評価をしていく上では、相談窓口をふやすだけではなく、それでどのぐらい消費者被害が回復していったのかを見る必要があると思っておりますので、そういう視点からPI0-NET刷新、教育をやっていただきたいと思えます。

その際のネックですけれども、なぜそういうことになってしまったのかというのを少し調べてみました。予算獲得のためにあっせん解決を高くみせようと、業者につないただけでもあっせんとしてしまったという自治体があるわけございまして、その点も十分考慮していただきたいなと思っております。

○消費者庁浅田消費者政策課長 これについては行政評価の中でも御指摘されたところですが、PI0-NETの刷新の話が出ておりますけれども、自治体とも御相談しているの



は、例えばあつせんで具体的に被害が回復できた、端的にお金が返ってきたというときには、その返ってきた金額も教えてくださいという項目もPI0-NET刷新の中で新たに設け、そういった項目の入力も現場の相談員さんをお願いしているところでございます。相談員さんもそれぞれの自治体によって、忙しい方もおられるようで、皆さんがもろ手を挙げて協力してくれるというわけではないところですが、具体的な成果・効果を把握していくための体制づくり、定義づくりを今後の課題として進めていきたいと思っております。

消費者行政を進めていく上で、個別の相談件数が一番最初に見るべきものでありますけれども、相談が増えれば問題が起こっており、減れば解決しているかというのは、必ずしもそうではないということがあります。体制強化をしていけば、かつ消費者センターの認知度が上がっていけば消費生活相談の数がふえる点もあると思いますので、一概に消費生活相談の数の増減だけを見るわけではなく、そういったいろいろな指標を総合的に活用していきながら強化していく体制作りということについては、

正直言って今まで十分できていなかったことだと思いますので、何ができるかについては、ぜひ消費者委員会のお知恵も借りながらということになると思いますけれども、具体的にどんな指標で後押しできるかどうかについても検討していきたいと思っております。

○河上委員長 よろしいですか。齋藤委員、どうぞ。

○齋藤委員 今の資料2-5で⑩までありまして、この中で一番重要で、意識して政策をつくり、それをフォローしていかないと、引っ張っていかないと消えてしまうと私が思うのは、⑩地方消費者行政です。これを一言で書いていますが、実は①から⑩までの全部に関係するわけで、地方で政策立案する受け皿ができて、地域が自分のものとしてできるかどうかを決め手になっていると思います。したがって、今回の消費者基本計画の見直し、これは1年分でありますけれども、次の新しい基本計画の中でも、この①から⑩までが地方で本当に全部機能するかという観点がないと、この次の5年間は、ひょっとすると消費者パワーが落ちていくのではないかと大変懸念しております。

消費者庁と消費者委員会ができた直後の5年間は、当初の附帯決議等で3年以内に何々をすとか、5年後に見直すという歯止めが結構かかっていますが、次の10年目まではありません。今度は自分達でこれをつくっていかねばならないわけです。そこを相当意識してやっていただきたいと思っております。私たちも知恵を出さなければいけない。

○消費者庁浅田消費者政策課長 御指摘ありがとうございます。

地方消費者行政につきましては、先ほど冒頭御説明しましたとおり、消費者安全法の改正の中で地方体制整備というものが入っておりますので、具体的な法律的枠組みも含めて明確なものが出ていくと考えておりますし、さらには今年度予算につきましても、活性化交付金の大幅増額ということもありますので、引き続きこの体制整備・強化というものについては課題になっていくということもございますし、消費者行政については、霞が関はもとより、現場の方々が動きやすくするのが我々の最大の仕事だと思っておりますので、そういった認識に立って制度的な枠組みとか財政的な支援をよりしっかりしていくという

ことかと思っております。

特に地方消費者行政につきましては、新計画の視点において高齢化ということを申し上げさせていただきました。今後5年間、高齢化については進展が着実に見込まれるわけでございます。そういう中で、相談体制の整備づくりの強化というものを、これまでの地方消費者行政の中の重要な柱でございますけれども、新たに見守り等の強化による未然防止というものを今後しっかりやっていく必要があるということで、そういったメッセージも含めて、地方消費者行政のあり方については、しっかりと書いていくことになるかと思っております。

○河上委員長 夏目委員、どうぞ。

○夏目委員 私は、資料2-5の⑧消費者被害救済制度のことについて少しお伺いしたいと思っております。この法律が通過しましたのは、とても長い間の御苦労が報われて、法律が成立するまでも非常に御苦労されたということは重々承知しておりますけれども、新しい法律ができましたので、ぜひ円滑な2年以内の施行に向けて頑張っていただきたいと、まずエールを送りたいと思っております。

その上で、資料2-4の7ページの8番の消費者被害救済制度のところに記載されておりますけれども、特定適格消費者団体を認定するための指針等の検討会が今、開催されていらっしゃるんですね。この結果、協議内容を見ていかなければいけないと思うのですけれども、その上に書かれておりますけれども、「特定適格消費者団体がその権限を濫用して事業者の事業活動に影響を及ぼさないようにするための方策を含め」と、新しい変更後の素案に書かれておりますけれども、これは書き過ぎではないでしょうかと私は思うのです。適格消費者団体が権限を濫用して事業者の事業活動に不当な影響を及ぼすようなことをしていないと私自身は理解しております。

そもそも適格消費者団体の数そのものも少なく、全国的に均等に団体ができているわけではありません。東北にできたという報告はありますけれども、まずそのところ、前段の適格消費者団体の数をもう少しふやす力をつけていくというところへのバックアップをする、その層を広く上げるということが前段にあって、その上でさらにこの特定適格消費者団体の認定をしていくということが当然だと思っております。この書きぶりですと、いかにもこの適格消費者団体、また新たに認定される特定適格消費者団体がその権限を乱用する可能性があるということをあからさまに書いているようにどうしても思えてなりませんので、その辺の御見解を少しお伺いしたいと思っております。

○消費者庁浅田消費者政策課長 この消費者被害救済制度につきましては、特定適格消費者団体の役割が重要になるということでございますけれども、この書きぶりについて何らかの根拠があるのか、ちょっと確認させてください。いずれにせよ、我々としてはたがをはめておかないと何をするかわからないという話では全くなくて、これらの方々に期待される役割をしっかりと果たしていただきたいということが本旨でございますけれども、この書きぶりについては、背景を含めて確認させてください。

○夏目委員 ぜひ確認していただいて、根拠がなければ文言を修正するなりしていただければ。素案ですので、意見として申し上げたいと思います。

○消費者庁浅田消費者政策課長 わかりました。

○河上委員長 立法の過程で経済界の方がこういう懸念を示されたという話は伺っておりますけれども、実は私も申し上げようと思っていて、少なくとも「特定適格消費者団体がその権限を濫用して」の部分は削除していただきたいと個人的には思っております。夏目委員の発言のしり馬に乗るようで恐縮ですけれども、私からも是非お願いしたいと思います。

○消費者庁浅田消費者政策課長 何らかの根拠があるのかもしれませんが、そこはちょっと確認させてください。

○河上委員長 どうぞ、岩田委員。

○岩田委員 浅田課長のほうから何回も御説明があったので、問題意識を十分持っていらっしゃると思いますが、新しい計画でぜひ前進させていただきたいと思うのは、数量的な評価と各自治体別の推進状況の見える化ができるような新計画にさせていただきたいと思います。御説明がありましたから、問題意識は十分共有できていると思うのですが、そうしますと、今年度中にどういう指標を使うかとか、場合によっては事前のトライアル的な調査を少しやってみないと、そういう指標でいいかどうかということもあるかもしれません。そういう今年度中に準備すべきことがあると思うのですが、それが今回の資料2-4の中には見当たらないのです。

○消費者庁浅田消費者政策課長 失礼しました。確かに、数量化につきましては、昨年6月の段階では余り認識していなかったところでございます。昨年度末までに例えば消費者被害が6兆円といった指標の準備・整理も進めているところでございます。したがって、どこに書くか、そういった問題意識なりを反映させるようなことを考えていきたいと思っております。

具体的に何をしていくかということですが、そういった消費者行政関係の統計データについては、正直言って未整備であります。データ源は大きく2つありまして、1つはPIO-NETのデータ、2つ目は消費者白書を作成するときに消費者庁が行います消費者意識調査です。それ以外に何か活用できるか指標があるかどうかということも含めて、まず調査しなければなりません。さらには、ある程度長期的な成果を見るのであれば、そういったデータも中長期的に蓄積していく必要があるかと思っております。

まだ作業に着手されたばかりですので、残念ながら来年度に具体的な体系立ったものができるという状況にはございませんので、この点は消費者委員会の方々の御知見もかりながらですけれども、中期的・長期的な目で見ると具体的なデータ整備を図っていく必要があるだろうと考えております。ただ、いずれにせよ、すぐにできるもの、消費者被害が6兆円といったデータについては、ある程度試行的な、算出のやり方も含めて出しているところがございますので、こういったものを今後改善していくというのが一つの作業としては

あると考えております。あとは、先ほど御紹介しましたPI0-NETにおける被害回復のデータについては、これから整備していくということになります。

さらに具体的な取引とか、個別の政策分野についてどこまでできるかというのはなかなか難しいところがありますけれども、いずれにせよアウトプットのデータ、さらにはアウトカムのデータ、両方含めてデータ整備を図っていきたいということがございます。それについても、必要に応じて、この計画の改定にも供していきたいと思います。

○河上委員長 消費者基本計画の検証・評価・監視という項目がこの中にありますけれども、この中では「見える化」の問題というのは扱っていないという理解ですか。

○消費者庁浅田消費者政策課長 資料2-3の本体の10ページの第4、検証・評価・監視の①、検証・評価を行うに当たっては、できる限り分かりやすい基準を導入しますということも既にご書いてございますけれども、どう具体化していくかということになっていくと思います。これにつきまして、アウトプット、アウトカム、両面から何ができるかということも今後の課題だと。また引き続き、より具体的なデータ整備の進め方も含めて検討していきたいと考えております。いずれにせよ、まずできているものからどんどん表に出していくということでございます。

それにつきましては、消費者白書に盛り込んで、これを閣議決定されるものでございますので、政府の大きな公式見解になっていくと理解しているところでございます。

○河上委員長 その閣議決定についても少し見直してみるところでしょうか。

ほかにはいかがでしょうか。唯根委員、どうぞ。

○唯根委員 質問ですが、先ほど⑨食品ロス削減に関して、去年の3月、連絡会議を立ち上げて具体的な検討というか、資料2-3の18ページでも、今年度は積極的な取り組みを支援する具体的な施策と書かれているのですが、その中身は既に公表されているのでしょうか。

もう一点、⑭エステ・美容医療サービスのほうですけれども、まつげエクステについては、厚労省のほうで美容師の学校での教育プログラムができたというのは去年伺ったのですが、まだ被害が結構出ているようでして、これの対策についてはその後の防止対策の進展というのは追っていらっしゃいますか。

○消費者庁浅田消費者政策課長 食品ロスにつきましては、有識者会議がことしの3月に結果をまとめまして、活性化基金を使って自治体のほうでそういったプロジェクトを行う方に対して支援を行っているところでございます。ただ、これにつきましては、25年度から引き続きの課題になっているところではございます。いずれにせよ、有識者会議で先進事例等を含めて具体的に御提示しているところでございますので、そういったものを活用していただくということではございます。

あと、まつげエクステについてですね。

○消費者庁政策課担当者 消費者政策課、高橋と申します。

まつげエクステの部分につきましては、教科書などを昨年度のうちに整備して、そうい

う新しい教育プログラムというのを今年度から本格化するというところまで来ているという説明を受けております。また、この後でも厚労省さんのヒアリングの機会があるとも伺っておりますので、詳細については厚労省に御質問いただければ大変助かります。

○唯根委員 分かりました。

○河上委員長 高橋委員、どうぞ。

○高橋委員 今、活性化基金のお話がありましたけれども、活性化基金の効果検証に対して、もっとしっかりやるべきだというのは、さきの総務省の勧告で出ているところです。活性化基金の中で消費者教育とか啓発・活性化に非常にたくさんのお金が使われているのだけれども、都道府県でも把握していないというのが指摘されています。この重点施策、特に⑦の消費者教育は見直し、変更なしとなっていますし、⑩では新しいものは景表法以外は書いていないのですけれども、この辺、もう少しフォローしていく必要があるのではないかと思っています。

重点施策の施策別の厚いほうの参考資料を見ているのですけれども、消費者教育の実施状況としてどういう教材を作成したとか、アウトプットを山のように書いてあるのですけれども、アウトカム指標が全然書かれていなくて、今回、勧告もあったわけなので、そのあたりに関してもう少し真摯に受けとめていただきたいと思っています。

地方活性化基金に関しては、バス広告で消費生活センターの周知を図ろうとして、それによる効果が全然なかったとか、そういう結果も出ているわけなので、消費者庁として、そこのところを丁寧に見ていく。それを基本計画の中に、そういう警告的なことも含めて見ていくぞという姿勢をぜひ示していただきたいなと思います。

○消費者庁浅田消費者政策課長 御指摘につきまして、消費者教育の啓発の効果について行政評価の中でも指摘されておりますけれども、政策を担う者として、どの分野でも全体的に見ていくことが必要だと思っておりますので、そういった姿勢を何らかの形で明らかにしていくことを考えております。

○高橋委員 御説明いただいたわけですがけれども、消費者教育に関しては3つの小委員会を立ち上げて2013年度にいろいろやったわけですから、それが全然反映された形になっていないというのは非常に残念です。消費者教育はこれから力を入れていくところなので、そういうところがわかるような書きぶりに若干修正していただけないかなというお願いです。

○消費者庁浅田消費者政策課長 御指摘、重要なことだと思っていますので、検討したいと思っております。

○河上委員長 ほかによろしいですか。

では、質疑は以上といたします。当委員会では、本年2月に発出した意見の趣旨を踏まえていただいて計画の改定作業を進めていただいていることについて、まずはお礼申し上げます。本年度は、この現行計画の最終年度に当たるということでもありますので、今回の検証評価及び見直し作業では、各施策の達成状況、その効果を総括的に明らか

にするということと、残された課題については今後の取り組み方針を明らかにして、その確実な実施を促すということが重要であろうと思います。

また、来年3月末までに新計画を策定する必要があるわけですが、先ほど出てきましたように、高齢化、情報化、国際化といった状況が進む中で、必要になる新たな消費者政策の具体的なあり方について十分議論していくことが必要であろうと思われます。

その際には、総務省の政策評価や本日の議論でも指摘されておりますとおり、新計画の策定に当たって、施策の具体化、体系化あるいは目標の明確化、そして効果的な検証評価の方法の確立といった課題についても、さらに深掘りしていく必要があるのではないかと考えられます。

これらの課題に対するためには、恐らく十分な時間が必要であると思われるので、消費者庁におかれましては、現行計画の見直し作業と並行する形で、新計画の策定に向けた検討にできるだけ早く着手して、もう着手されているかもしれませんが、基本的な考え方や具体的な進め方をできるだけ早く明らかにしていただきたいと思います。当委員会としましては、こうした観点から関係省庁ヒアリングを通じて計画の改定素案についての検証評価を行いまして、必要がありましたら意見を申し上げることにしたいと思います。

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した。

(説明者交代)

## (2) リコール情報の周知・徹底について

○河上委員長 続きまして、消費者安全の1といたしまして「リコール情報の周知・徹底について」、お諮りしたいと思います。経済産業省、消費者庁におかれましては、お忙しいところをありがとうございます。

消費者委員会では、昨年2月に消費者事故未然防止のための情報周知・徹底に向けた対応策についての建議を取りまとめ、リコール情報の周知・徹底に向けた体制づくり等の対応を関係省庁に求めてまいりました。その後、昨年8月に消費者庁及び経済産業省から実施状況の御報告をいただいたわけですが、本日はその後の取り組みについて御報告をお願いしたいと思います。

まず、経済産業省と消費者庁から、それぞれ御説明をお願いしたいと思います。説明時間は、合わせて15分程度でお願いできればと思います。よろしくお願いいたします。

○経済産業省岡部製品安全課長 経済産業省の製品安全課長の岡部でございます。どうぞよろしくお願いいたします。本日、ヒアリング項目としていただいております3つの項目について、順番に御説明申し上げたいと思います。

まず、1点目、リコールの6団体との協力体制の現状と、その団体以外との協議体制の構築の予定ということでございますけれども、資料3-1をごらんいただきたいと存じます。流通事業者との協力体制の拡大についてという資料になっておりますけれども、昨年8月に建議のフォローアップの際に御説明させていただいたときには、6団体と協力しておりますと御報告申し上げたところでございます。その6団体といたしますのは、この資料の協力団体の左側の①から⑥の団体との協力関係を、昨年夏の段階では築いていたわけでございます。

流通事業者との協力の中身でございますけれども、資料の右側のほうにございますように、1つには、我々に事業者のほうから報告のございましたリコールに関する情報、具体的なメーカー名とか商品名、あるいはもっと細かい型番とかJANコードも含めた形で団体に情報を流して、このリコール情報を団体から各加盟の会社のほうに流していただいて消費者に周知していただくということをやっております。

もう一つ、私どものほうから団体に流している情報といたしましては、一般的な注意喚起も含めまして、消費者向けの注意喚起のリーフレットとか、啓蒙・普及のための資料も、この事業者団体を通じて提供させていただいているところでございます。

それで、昨年夏以降に新たに私どものほうで協力関係を築きましたのは、この資料の⑦から⑩にかけて書いてある団体でございます。Amazonは個人会社ですが、協力を行っているところでございます。それから、⑧と⑨につきましてはリユースに関連した団体でございます。中古品を扱っている事業者でございますけれども、この業界団体との協力関係を築いたところでございまして、新品だけではなくて、中古品の流通というのがありますので、そこも押さえるような形でやっていこうということで、この2つの団体との協力関係を築いたわけでございます。それから、⑩の日本チェーンストア協会との協力も立ち上げたところでございます。現在では、合計10の団体との協力関係でございます。

今後につきましては、この参加団体が増えるようにということで、引き続き話をさせていただこうと考えておりますし、また協力の中身につきましても、現在、10団体といろいろ動きを始めたところでございますので、このスキームの運用状況も踏まえまして、事業者団体と協力可能なことは、もっとほかはないのかという観点でも探っていきたいと考えておるところでございます。

それから、2点目の流通事業者向けガイドでございます。昨年7月1日に公表いたしましたところでございます。こちらにつきましては、7月1日に公表して以降、ガイドの内容としましては、消費生活用製品安全法の中でリコール義務というのは、製造事業者、輸入事業者に一義的に向けられているわけでございますけれども、流通事業者という消費者が一番近いところに立っている事業者の方々との協力を得るのは非常に重要だと私ども考えまして、流通事業者の方々の意識の向上とか、具体的にどういった製品安全に関する取り組みをされていったらいいのかというのを、流通業という特色も踏まえた形で具体的な先行事例も示しながら、この流通事業者向けのガイドと、それに対する解説を出したところで

ございます。

昨年度、このガイドの普及のために、私ども、説明会を開きました。東京、大阪、名古屋の3カ所で開いたところがございますけれども、今年度につきましても流通事業者向けガイドの説明会というのを引き続き行っていこうと考えておりまして、全国で5カ所ほど予定しているところがございます。この説明に当たりましては、ただ単にガイドの中身を説明するだけではなくて、製品安全に関します優良な取り組みを行っている先行的な事業者の方にも参加いただいて、事例の御紹介も含めて行っていきたいと考えているところがございます。

それから、3点目、業態ごとのガイドブックでございますけれども、これは今、御説明しました流通事業者向けガイドは、流通事業者というかなり幅広い方々をターゲットにしていますので、どうしても広く薄くということになってしまうのは、ちょっとやむを得ないようなこともございます。ただ、それだけですと、事業者の方も簡単に取組めないこともあるかなと思ひまして、流通事業者の中でも具体的にどういったことをやっていったらいいのかという業態別のガイドブック作成を昨年度から行っているところがございます。

ちょっと大部になりますけれども、資料3-2、3-3、3-4をお付けしておりますけれども、ここがございますように、中小家電販売事業者、いわゆる街の電気屋さん、それから通信販売、ホームセンター、この3つの業態について、各業態に適した形の流通事業者向け製品安全ガイドというものを、業界が作成するお手伝いをしたところがございます。この3業態については、既に公表されているものがございますけれども、これをつくるに当たりましては、それぞれの業態の実態を調査・分析した上で、それぞれの業界の特色を踏まえて効果的なリコールなど、製品安全の取り組みに役立てていただくということで作成したところがございます。

今年度につきましても、作成しただけではなくて、この作成した個別のガイドをもとに、業種ごとで業界団体と会員企業が集まる機会などを捉えまして、全国各地で個別の説明会を行っていききたいと考えております。

また、今後でございますけれども、この業態ごとのガイドというものについては、ほかの業態でもぜひ取り組んでいただければありがたいなと考えておりますので、そういった関心のある業界をとらえて一緒に個別のガイドをつくっていききたいなと考えております。

私からの御説明は以上でございます。

○河上委員長 消費者庁、いかがですか。

○消費者庁河岡消費者安全調査官 消費者庁消費者安全課の河岡でございます。本日は宗林のほうで本来お話しすべきところですが、申しわけございません、急遽国会のほうの対応をしておりますので、私と吉本のほうから御説明申し上げます。

まず、リコール製品によって消費者事故が起きることは大変深刻な問題だと思っておりますので、リコール情報の周知ということが大変重要だと思っております。消費者委員会から、周知に取り組むようにという建議をいただいているところがございます。きょうは、



私ども消費者庁消費者安全課のリコールサイトの情報強化、それからリコール情報そのものの周知に向けた取り組みについて重要だと考えておりますので、このあたりを具体的に御説明申し上げたいと存じます。

○消費者庁消費者安全課担当者 吉本でございます。では、具体的に御説明さしあげます。

1 ページ目をおめぐりいただきますと、リコール情報サイトということで、このサイト、御承知かと思えますけれども、関係省庁がそれぞれ発信している情報を消費者庁のほうで一元的に収集して、消費者に情報提供するというものでございます。

駆け足になりますけれども、2 ページ目です。このサイトの強化に我々、取り組んでまいりました。具体的には掲載内容の充実ということで、下のデータで見ますと、関係省庁から集めるということの取り組みが従来中心だったわけでございます。昨年秋まではそうだったわけでございますけれども、昨年秋からは、消費者庁が報道等で承知した情報とか、民間事業者から積極的に掲載してくださいと働きかけたり、依頼しまして、タイムリーにリコール情報を掲載するという取り組み。こちらの水色のところが秋以降、どんどんふえているというのが見てとれるかと思えます。

また、アップ情報の点検と収録ということで、情報については、連絡先が途切れてしまったり、昔の情報ですと、我々が始めたサイトですので、掲載されていなかったりという問題がございますので、過去の情報もしっかり周知しよう。特に、かなり昔にリコール開始された商品で事故があったということがございますので、特に重大事故の発生の可能性が高い製品から優先的に対応して、緑色の過去のデータをどんどん蓄積して、データの蓄積を図っているところでございます。

おめぐりいただきまして、サイトの周知の状況でございます。掲載内容を充実していくにしたがって、徐々にではありますけれども、月間アクセス数もふえているということでございます。私ども、周知に関してはさまざまな取り組みをしております。関係省庁を通じて周知を依頼したりしております。月間アクセス数を見ますと、2012 年においては月当たり 100 万件以下だったのが、2013 年に入りますと 150 万件を超えるようになりました。2014 年に入ると 200 万件を超える状況で、徐々にではありますけれども、伸びて、順調にサイトの周知が図られているのかなと考えております。

どういう情報を掲載しているのかということが次のページで、1 つの例でございますけれども、浜松のノロウイルスの件。これは、学校でノロウイルスが出たということで、社会的にもかなり注目を集めた事例でございますけれども、実は当該事業者は学校給食以外にもパンを製造していて、念のためということですが、このパンの自主回収をしていました。事業者がリコールを開始した当日に、この情報を我々のサイトでも掲載をするように働きかけて、広く消費者に注意喚起を図る。メール発信サービスを使って周知を図るということもやっております。その後さまざまな事業者がやっているのですけれども、ノロの情報を掲載していくというタイムリーな対応を図るように努めているところでございます。

次のページ、リコールサイトの周知の方法ですけれども、我々だけだと限界がございますので、自治体にも協力をお願いしております。例えば宮城県とか長野県岡谷市のサイト、地方公共団体のウェブサイトにおいてもリコール情報サイトのリンクを張っていただいたり、我々が発信する情報を都度紹介していただいたりということも自治体の方に取り組んでいただきながら、サイトの周知の強化を図っている状況でございます。

次のページ、我々のサイトだけでは当然伝わらないところもございますので、消費者にどういうふうに伝えたらいいのか。消費者がリコールに関して、どうやって感度高くなっていただくのかということがすごく大事だと思っております。その観点での取り組みの一環として、昨年12月、冬ということがございますので、暖房機器について、これだけ多くの製品、21品目についてリコールされている。重大事故が起きている21品目について御紹介させていただきまして、例えばコロナのストーブについて、回収状況とかリコール内容を御紹介する。シリーズとして紹介することで、消費者の目を引くような公表をさせていただきました。

これは、高知県の広報紙で大きく取り上げていただいて、我々が工夫して発表して、自治体にも御協力いただいて、消費者のリコールへの感度を高めていくという取り組みが重要なと思っております、こういった取り組みを引き続きやっていきたいと考えております。

おめぐりいただきますと、製品に関する流通業界との連携の話です。経済産業省様から御紹介いただきましたけれども、食品に関しても流通業界との連携というのが重要だと思っております、アクリフーズの事例でございますけれども、西友やパローの店頭でこういうふうに大きく示していただくという取り組みをしていただいております。アクリの件については、次回の消費者委員会でも詳細に説明をと伺っておりますので、そちらで詳しく御紹介させていただきたいと思っております。

おめぐりいただきまして、これも消費者の感度を高くすることの一環でございますけれども、製品安全コーディネーター事業、今年度実施したいと思っている案でございます。地域の関係者を通じて高齢者等、情報が届きにくいと思われる方にリコール情報の周知を行って、製品の回収・修理につなげるようなモデル事業を実施したい。モデル事業を実施しての教訓を消費者庁が取りまとめて、それ以降、各自治体で取り組んでいく足がかりにしたいという取り組みで、街の電気屋さんとか介護関係者とか、いろいろな方にコーディネーターというか、周知する基点となっていただいておりますので、取り組んでいただきたいということを検討しているところでございます。

次のページにいきますと、いろいろなメディアを使いましょうということで、例えばソーシャルメディアも若い人はよく使っているところでございますので、そういったところにもアプローチしたいということで、消費者庁はTwitterの取り組みをしております、約3万6,000人が登録しております。こちらでもリコールの事故が発生したりすると、事故情報を届けることで、関心のない方でもリコールのことを知っていただくという取り組み

みを実施しておりまして、今後、例えば LINE とかにも広がるといいなと検討している状況でございます。

簡潔でございますが、以上で説明を終わらせていただきます。

○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。齋藤委員、どうぞ。

○齋藤委員 ありがとうございます。リコール関係の情報の伝達ということについては、随分進歩したと思います。協力体制も経済産業省のほうで 10 団体の取り組みを開始したのは大いに評価したいと思います。

私は、もう一步踏み込んでいただきたいと思っています。きょうの主たるテーマではないのかもしれませんが、製造物責任法です。これは、製造業者と輸入業者が責任を持つことになっているわけですし、流通関係は協力しなさいというスタンスです。しかし、実際にどなたが買われたかという顧客情報を最終的に持っているのは、流通関係で消費者に渡した方です。その顧客情報は流通業者にとっては営業秘密です。したがって、それをオープンにしろということは多分できないと思います。財産であり、法律もそれを保護しています。

であれば、積極的にもう一步踏み出して、みずからリコールに参画することにならないか。義務と言うと、またいろいろあるかもしれませんが、最終的にはそういう立場に自分たちが立っているのだという認識を持った上で取り組むのがいいと思います。今後、国際化がいま以上にどんどん進んでくると思うのです。国際化が進むと、きちんとした輸入業者ならいいですけども、いろいろな輸入業者がいて問題が生じると姿を消してしまう輸入業者もいる。そういうときに誰が責任を持つのかというと、最後は消費者に渡した業者がしっかり対応してくれると安心できる社会になると私は思います。

これは私の意見かもしれませんが、これらの冊子をつくる過程で、そういうことについて何か議論が出たのであれば御紹介いただきたいというのが 1 つ。

それから、消費者庁のホームページを見ていまして、以前と比べると随分見やすくなったと思います。アクリフーズの件があったので、アクセス数が相当ふえたのではないかと思います。それがおさまった後でもみんなが利用するように、日々の改善が必ず要ると思います。引き続き改善を続けていただきたいと思います。

○河上委員長 今の御意見に対して、何か経産省からございますか。

○経済産業省岡部製品安全課長 まず、流通事業者によるリコールの協力ということですが、現在、消費生活用製品安全法の中で、販売した人は、製造事業者、輸入事業者のリコールに協力するという努力義務を課しているところでございます。さらに、製造事業者、輸入事業者に対して経済産業大臣がリコールの命令をかけるというものがございまして、その命令をかけたときには販売事業者も協力しなければならないという義務を課しているというのが消費生活用製品安全法で定められてございます。

この建議の際にも、販売事業者、流通事業者に対してリコールを義務づけるべきではな

いかという議論もあったと聞いております。ただ、私どもの考えとしては、まず一義的には国内のマーケットに製品を持ち込んでくる製造事業者、輸入事業者に責任を持っていただく。その上で、流通事業者の方には協力は求めていくわけですが、商品知識ということでは、製造事業者、輸入事業者に比べて、販売事業者の方々の製品知識というのは一般的にはそれほど高くないという状況の中で、どこまで流通事業者の方に責任を負っていただくのか。

この建議のフォローアップのときに私から御説明したところですが、販売事業者の方に対して、自主的な取り組みということで、ぜひ積極的に取り組んでいただきたいということで、このガイドをつくってやっております。あるいは、経済産業省のほうで表彰制度を持っておりまして、製品安全に対して貢献した企業とか団体を表彰しております。この中で流通事業者の部門をつくっておりまして、積極的によい取り組みをされている方については、この表彰で褒めていくということで、現段階としては流通事業者の自主的な取り組みを促進すべく努力している状況でございます。

○齋藤委員 現状はわかりました。

○河上委員長 よろしいですか。ほかにはいかがでしょうか。

○消費者庁消費者安全課担当者 サイトが見やすくなったということで、ありがとうございます。サイトを見やすくする工夫も不断の努力を続けていかなきゃいけないと思っておりますので、しっかり取り組んでまいりたいと思います。ありがとうございました。

また、アクリがあったからふえたのではないかというのは、恐らくそれは1つございます。昨年1-3月はTDKがあつてふえているというのがあるのですが、それがあつたのを契機に関心を持っていただいて、継続して見ていただくということが大事だと思います。アクリがあつた1月以降の2月、3月が従前と比べると高い数値になっておりますので、そういうことを契機によりたくさんの方にリコール情報に接していただくように取り組んでまいりたいと思います。ありがとうございます。

○河上委員長 岩田委員、どうぞ。

○岩田委員 リコール情報の周知について、きょう2省庁の御説明を伺って、取り組みは前進していると感じましたので、まずそれは評価したいと思います。

その上で、それぞれ1つずつ御質問させていただきたいのですが、経済産業省のほうは協力していただける流通事業者団体の数を増やしたいとか、協力内容をもう少し幅広く追加したいという御説明が課長からありましたけれども、今回のパブリックコメントの案を拝見いたしますと、経済産業省が取り組むリコール情報周知活動について、さらに前進させたいと思っているという意気込みを感じないのです。というか、書かれていないので、平成26年度に新たに追加して取り組む方向性などを今回の改定で盛り込むおつもりはないのでしょうか。もし誤解していたらごめんなさい。それが質問です。

それから、これはどちらの省庁でしょうか、資料2-3の現在の消費者基本計画。12ページですが、最後のリコールについて、消費者団体の協力のあり方について検討しますと

あるのですけれども、いよいよ最終年度を迎えて、この検討状況というのはどういうふうになっているのでしょうか、それぞれの省庁にお尋ねしたいと思います。

○河上委員長 消費者庁のほうからお願いします。

○消費者庁消費者安全課担当者 消費者団体との協力のあり方ということですのでけれども、いろいろな協力の方法があると思っております。例えば、消費者団体のほうで開催したセミナーとかシンポジウムに、我々の広報媒体というカリコール情報サイトのチラシとかリーフレットを配布させていただくという取り組みは既に行っております。

また、消費者団体で実施しているリコール関係、製品安全関係の消費者教育の取り組みも進めていただいて、例えば NACS さんとかで進めていただいているのですけれども、そういった取り組みをより多くの方に知っていただくという意味で、消費者教育のポータルサイトのほうに我々の消費者庁のサイトも掲載させていただいて、より多くの消費者団体にそうした取り組みを進めていただく契機にさせていただくとか、いろいろな工夫の仕方を少しずつ進めてきているので、今後一層、工夫を考えていきたいと思っております。

○河上委員長 経産省のほうでは、消費者基本計画にもう一步踏み込んで意欲を示すような書きぶりにできないかということですが、いかがですか。

○経済産業省岡部製品安全課長 私ども、着実にやっという気でございます、別に消極的になっているつもりはないのですけれども、この書きぶりということについてはまた事務的に御相談させていただきたいと思っております。

○岩田委員 お願いします。

○河上委員長 ほかにはいかがでしょうか。橋本委員、どうぞ。

○橋本委員 きょうはありがとうございます。

経済産業省の御説明を聞きますと、流通業者のところにリコールの情報を消費者に届けるという体制を整えつつあるということがわかって、非常にいいと思うのですけれども、関係団体等のところを見ますと、先ほども説明ありましたが、流通業者の人たちは製品に対する知識が製造業者に比べてないというところをお話なさったと思うのですけれども、例えばこの中に輸入業者関係の団体というか、輸入業者は小さなところが多いということもあるのでしょうか、そういったところの情報収集で何か工夫していることがありましたら、ひとつお聞きしたいなと思っております。

あと、消費者庁に関しまして、ホームページ等のリコール情報サイトはとていいですし、今後、いろいろな形でネットを利用した周知をしていくとなっているし、それから消費者教育のいろいろな道具を利用して行っていくというのも非常にいいとは思っておりますけれども、高齢者につきましてはそういったものを利用していない方々が多いということがありまして、資料の中に地域の関係者、街の電気屋さんとか介護関係者を通じてというのが高齢者への方への周知ということだと思っておりますけれども、具体的にどのようなことを行っているのか、ちょっとお聞きしたいなと思っております。

以上です。

○河上委員長 それでは、経産省のほうからお願いします。

○経済産業省岡部製品安全課長 輸入事業者についてですけれども、中小の貿易をやっている方々の団体との交流というのが今ございますので、そちらに対しての情報提供はやっております。一方で、我々が最近注目しているのは、きょう添付いたしました業態別の流通事業者ガイドの中にも入っているのですけれども、ホームセンターとか通信販売といったところで、その事業者が直接海外から輸入して仕入れて、それを売っているという形態がだんだんふえてきております。この業態については、このガイドの中でも触れていますが、きちんと製品の安全を確認しながら販売するという体制を整えてくださいということを盛り込んでいるところでございます。

○河上委員長 消費者庁へは、高齢者の問題についての質問ですけれども、いかがですか。

○消費者庁消費者安全課担当者 御指摘のとおり、高齢者については、従前、比較的対応が弱い分野でございます。例えば財産分野ですと、今度、法改正で地域の見守りの取り組みを進める予定でございます。今年度実施しようとしているモデル事業で、製品安全分野、リコール分野についての地域の見守りという側面があるのかなと思っております。

具体的には、介護関係者の方はふだん高齢者と接することが多いわけでございますけれども、逆に製品安全の知識とかリコールに関しての広報媒体を通常持っていないと想定されますので、そういった方々に製品安全の知識、リコール関係の媒体、広報媒体を持っていただいて、いろいろな御家庭を訪問されるときにチラシなどを配りながら、お宅の家、こういうものはないですかという呼びかけを、通常の呼びかけに加えて、リコール関係、製品関係の呼びかけをしていただけるといいなと思っております。これは御協力いただく団体がないと進みませんので、いろいろな団体にアプローチしながら取り組みを進めたいと思っております。

○橋本委員 今年度はモデル事業として行っていく予定であるということですか。

○消費者庁消費者安全課担当者 御指摘のとおりです。

○経済産業省岡部製品安全課長 ちょっとだけ補足させていただきたいと思います。

私どもと協力関係にある全国電機商業組合連合会というところが街の電気屋さんの集まりなのですけれども、街の電気屋さんの団体ではお年寄りの家を訪問して、電気製品にリコール製品がないかどうかという取り組みを自主的にやっていたいただいているところでございます。

今年度、消費者庁さんと一緒にやろうとしているのは、その取り組みの延長線というか、そこを支援する。街の電気屋さんは自治体に働きかけをして、そういう活動をしているのですけれども、自治体によって温度差があって、個人の家に入っていくということについて、公の支援がないと進めにくいというところもございまして、その辺は街の電気屋さんや消費者庁さんとか我々、国も支援するという形で地域に根差した方々をうまく活用するような形でぜひ進めたいと考えております。

○河上委員長 唯根委員、どうぞ。

○唯根委員 今のことで、それこそ要望ですけれども、こちらの流通業者さんの中に日本福祉用具・生活支援用具協会、日本福祉用具供給協会さんがお入りになっていらっしゃいます。こういう団体さんへの同じようなガイドブックの制作の企画というのではないのでしょうか。というのは、実は、福祉用具とか介護用品関係の生活支援用具の消費者の情報が意外と知られていない。ついこの間、消費者庁の介護ベッドか何かの製品安全情報が出たと思いますけれども、そういう意味でも消費者の使い方についても情報が意外とないと思いますので、この辺、リコール情報の提供について、協力体制をおとりいただいているのであれば、ぜひ次の企画として、ガイドブック、こういう業界にも取り組んでいただきたいと思います。

もう一点、経産省さんのリコール情報の流通業者さんへの図の中に、事業者さんから意見・要望が返ってくるような矢印があるのですが、具体的にこういう流通業者さんからリコール協力体制に対して御意見とか御要望は何かございましたでしょうか。そういうものを生かされているかどうか、伺いたいです。

○経済産業省岡部製品安全課長 ありがとうございます。

福祉用具の件につきましては、こちらの団体とも相談してみたいと思います。

それから、今、御質問ございました意見・要望のところでございますけれども、まさに街の電気屋さんの団体からは、公的な支援、後ろ楯があると地域のお年寄りの家を訪問するときにもやりやすくなるので、そういう応援をしてほしいとか、このガイドブック作成のときも、ぜひとも国から支援してほしいということで、我々もその議論の中に入ってガイドブックをつくり上げていくことをやっております。

あと、一般的になりますけれども、家電の流通懇談会で家電の業者さんなどからは、店内で周知したいので、こういった形のポスターをぜひつくって欲しくないかという御要望をいただいているところでございます。

○石戸谷委員長代理 ありがとうございます。委員長が席を外したので、齋藤委員、どうぞ。

○齋藤委員 今後、この種の検討はずっと進めていかれると思います。そのときにこういう視点を入れていただければというお願いが、2つあります。

1つは、リコールすべき商品が発生したときに、そのリコール製品をつくったところ、あるいは輸入したところが倒産したときに誰がどうやって周知するか。これが一番難儀なことです。その役割は、私は消費者庁にお願いしたいと思っているのです。消費者庁は既に行っていると言うかもしれませんが。倒産者の名前だけは出しているようなんですけれども、生きている事業者がリコールするのに比べると、一般の人の目には触れにくい形になっているので、何らかの方法を考えていただきたい。これはお願いです。

2つ目は通販です。基本的には販売先を100%捕捉できている。誰に送った、誰からお金が振り込まれた、ということ把握できているので捕捉していると思っていたところ、大口の個人購入者のケースが、薬事法関係であったと聞いたのです。特定の個人がまとめ

買いをして近所の人等に分けるのです。こういう見えない販売ルートができてきている可能性がある。通販の分野では、そういうものが日々新たな形態として出てくるので、特に新しくできるチャンネルを追いかけ続けることをやっていただきたい。これはお願いです。

○経済産業省岡部製品安全課長 通販だけではないのですけれども、例えば大手の家電量販店も誰が何を買ったという情報、ポイントカードをつくってあげればということになるのですけれども、それで追いかけていくことは現在でもやっていて、それは事業者さんによってやり方はいろいろあるのですけれども、メーカーさんにその情報を渡して、メーカーがやる場合もありますし、あるいはメーカーからの依頼を受けて、販売したほうがダイレクトメールなり電子メールで連絡するというやり方をとっております。そういう意味では、わかっている売った先の取り組みというのは大分できてきているかなと思います。

それから先、消費者の方々に配ってしまうというところは、事業者ルートでもなかなか追いつけないところがあるかと思いますが、そこは注意喚起をしていくという努力、とりあえず今、考えられるのはそういうところかなと思います。

○河上委員長 席を外して失礼しました。石戸谷委員、どうぞ。

○石戸谷委員長代理 今のところは大事なところかなと。製品情報は確かにメーカーのほうにあると思いますが、顧客情報は流通業者にあるということでありまして、流通業者の情報が大変重要。例えば通販業のガイドブックでも、31ページですか、その辺はきちんと指摘されていて、リコール情報を確実に把握・管理・活用できるという利点があるということでありまして。そこから先、転々とした場合は、それはまた別の話で、ノーマルな形だということの方が利点としてあるということなので、このガイドブックが活用されて行われれば、かなりの程度、通販ではきちんと情報が行き渡るかなと思います。

これは、4月で、まだつくったばかりなのであれだと思いますけれども、協会のほうでつくって、それを活用して会員のほうで実行していく見通しというか、段取り、運用予定をお聞かせいただきたい。

○経済産業省岡部製品安全課長 この業態別のガイドにつきましては、説明会を行って行く予定にしております、これで業界の各社に内容を御理解いただいて士気を高めていただくというのをこれから進めようと思っております。

それから、販売事業者の持っている顧客情報を活用してリコールに役立てていくということは、先行事例としては通販でもございますし、家電量販店みたいなどころはある意味でかなり進んでいるところがございます。そういった先行的に取り組んでいる企業を参考に、まだやられていないところについては追いついていただくことを働きかけていきたいと思っております。

○河上委員長 よろしいですか。

○石戸谷委員長代理 はい。

○河上委員長 このガイドブックの効果の検証というのは、今の段階ではまだされていないわけですか。



○経済産業省岡部製品安全課長 正直言いまして、このガイドブックの効果の検証というのはなかなか難しいところだと思います。いずれにしても、この内容が業界に浸透するように努力は引き続き続けていきたいと思っています。そういう意味では、アウトプットとしての説明会といったところはきちんとやっていこうと思っておりますし、また報告もできると思います。

一方で、これをやったことによって、どれだけリコール情報の周知が向上しましたかというのは、正直申し上げてかなり難度が高い情報でございますので、そこはリコール率の向上の一部にあらわれていくのかなと期待したいと思っています。

○河上委員長 ほかにはいかがでしょうか。高橋委員、どうぞ。

○高橋委員 消費者庁さんに御質問ですけれども、2点あります。

1点目は、消費者庁のリコール情報と国民生活センターの回収修理等の情報は完全に連動していると考えてよろしいのでしょうか。出ている表現方法が違ったりするのですが、全てのを網羅されていると考えていいのかということです。

2点目は、消費者庁さんのリコール情報のメールサービスですけれども、これが一般と高齢者、子ども向けと分かれています。登録するときに、高齢者だと高齢者が使うと思われる情報しか届かない、子どもの場合は子どもが使うと思われる情報で、一般は全部入っているということだと思うのですが、これが3つ、三択になっていると非常に迷うわけで、高齢者と一般の2つが欲しいと情報がダブって来てしまうのかなとか。あるいは、高齢者だけとか子どもだけという情報のメールのとり方をする人たちがどのぐらいの割合いるのか、その辺を教えてくださいたいと思います。

○消費者庁消費者安全課担当者 まず国民生活センターの関係ですけれども、サイトの設計の思想が若干異なりまして、消費者庁のほうは安全面が中心で、特に財、物に関して中心にやっております。国民生活センターさんのほうは、これに加えて、例えば金融商品とか商品券、最近ですと電子マネーの使用期限が切れますよということも含めて、かなり幅広く扱っている。一方、製品に関する情報は消費者庁のほうはかなり多いという状況でございます。この関係については、今、見直しというか、関係を整理したほうがいいのかなという議論を内部で進めているところでございますので、また御報告できるタイミングがあるのかなと思っております。

また、メールサービスですけれども、いろいろなニーズがございまして、一般向けについては、平日に関して、ほぼ毎日情報が寄せられるのは頻度が高過ぎるという方もいらっしゃるって、ベビーカーとか子ども用品だけ知りたいというニーズもございます。

○消費者庁河岡消費者安全課調査官 先生の御質問、正確に理解しているでしょうか。メールマガジンの登録者数の内訳をまず申し上げます。高齢者というカテゴリーでは500、子どもということでは820、増減があるので800強ぐらいの方が登録しております。一般が5,400ぐらい。今、御説明申し上げましたように、一般だと全部取り込めるので、毎日必ずリコールが発生しているので届く。選んでいただくと、そのターゲットのリコール情

報をお届けする仕組みになっております。

○高橋委員 御説明ありがとうございます。

そうすると、子どもとか高齢者は発生した日だけ発信されるけれども、一般のほうはほぼ毎日発信されているということですね。例えば毎日発信されている中で、前のほうに高齢者とか子どもとか重要情報というマークをつけて発信しているということはあるのですか。

○消費者庁消費者安全課担当者 その日の中で重要なものがあれば、それは一番前に持ってきて目立つようにしておりますけれども、子ども向けで些細なリコール案件があった場合に前に持っていくかという、必ずしも一般向けではそういうわけではないとなっております。一般向けであれば、一般向けで重大な事故が起きているとか、そういうおそれがある社会的影響が大きいものに関しては、先のほうに持ってくるという工夫はしております。

○高橋委員 ありがとうございます。ぜひ登録して使ってみたいと思います。実は、国民生活センターのメールマガジンは毎日受けているのですけれども、毎日、こんなにリコールがあるのかと思うほどリコール件数は非常に多いわけです。どちらの機関にしてもめり張りをつけた情報提供というのが大事だと思いますので、その辺工夫していただきたいと思います。

○消費者庁河岡消費者安全課調査官 先生、ありがとうございます。今、申し上げたようにタイトルで工夫しております。例えば死亡事故が発生したとか重症者が出たようなリコール事故だった場合には、その旨をタイトルにしておりますし、先ほど説明したように、Twitter でもちょっと工夫して、なるべく事業者名を入れてつぶやくとか、みんなにあっと思っただけのような情報発信を心がけております。

○河上委員長 ほかにはいかがでしょうか。よろしいですか。

では、ここまでといたします。経済産業省におかれましては、引き続き事業者団体との協力体制を拡大していただき、消費者庁とも連携しながら販売事業者向けに作成したガイドブックを充実させていただければありがたいと思います。難度の厳しい要請があるとおっしゃいましたけれども、このガイドブックがどういう効果を発揮できたかというあたりの検証も意識ながら作業していただければありがたいと思います。今後とも、リコール情報の周知徹底、それから製品の回収向上に向けて必要な対策をしっかりと講じていただければと思います。

消費者庁におかれましては、さらにリコール情報サイトの周知徹底を図るとともに、消費者みずからリコール情報を入手することの重要性について、消費者教育・啓発を充実することなどを通じて理解を深めていただくことや、リコールの出し方についても、先ほど来出てまいりましたけれども、その重大性とか情報提供の主たる対象者・名宛人ということでマークをつけるとか、いろいろな工夫をしながらリコール情報をより効果的に発信していただくように、引き続き検討をお願いできればと思います。

経済産業省、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した。

(説明者交代)

### (3) 個人情報保護について

○河上委員長 続きまして、「個人情報保護について」であります。

内閣官房、消費者庁におかれましては、お忙しいところ御出席いただきまして、ありがとうございます。

個人情報保護については、IT 総合戦略本部で昨年 12 月にパーソナルデータの利活用に関する制度見直し方針を決定し、これを踏まえてパーソナルデータに関する検討会で個人情報及びプライバシーの保護に配慮したパーソナルデータの利活用に関し、本年 6 月までに大綱を作成するための検討が進められていると承知しております。

本日は、IT 総合戦略本部を担当されております内閣官房と、個人情報保護法を所管している消費者庁に御出席いただいておりますが、パーソナルデータ検討会における検討状況についての御説明を内閣官房からいただきたいと考えております。説明時間は 15 分程度ということでお願いできればと思います。よろしく願いいたします。

○内閣官房瓜生 IT 総合戦略室参事官 内閣官房 IT 総合戦略室参事官、瓜生でございます。15 分程度ということなので、資料は大部でございますが、なるべく簡潔に御説明させていただきたいと思っております。

資料 4-1 からになります。まず検討会のこれまでの経緯といいますか、流れでございますが、めくっていただきまして、昨年末に取りまとめました見直し方針のポイントを書いております。12 月 20 日に IT 総合戦略本部で決まっているわけですけれども、背景としまして、ビッグデータの利活用を求めていくのですけれども、その際にはプライバシー意識が高まっている消費者の方からの御理解を得つつやっていくということでございまして、その主なポイントとして 2 つあります。

1 つは、利活用に向けた見直しということで、個人情報をもう少し広げて、個人に関する情報をパーソナルデータと言っておりますが、その範囲の明確化をすることを考えておりまして、2 つ目、保護すべきものから、さらに利活用するものについて考えた場合に、その利活用するものについてどのような類型をとって、どのような義務を用いれば実現できるかということにつきまして検討しようというのを 1 つ目に挙げております。

2 つ目は、ちゃんとしたプライバシー保護ができていくかどうかという組織的な措置といたしまして、分野横断的な統一見解の提示とか行政処分を一元的に行う独立した第三者機関の体制を整備してはどうかという形を考えているところでございます。

続いてスケジュールでございますけれども、6 月に大綱を決定し、公表し、パブリック

コメントを経た上で、来年の通常国会に法案提出しようという形で動き始めているところでございます。

2 ページ目ですけれども、昨年までの検討におきましての座長が特定個人情報保護委員会の委員長になられました堀部先生でしたが、委員長になられましたので、宇賀克也座長代理を座長にさせていただきます、このメンバーでやっているところでございます。

3 月からの再開に当たりまして、再度の論点整理を行いましたのが次のページからになります。課題とニーズにつきましては、先ほど来申し上げているものと余り変わらないのですけれども、ちょっと細かくしまして、事業者側のニーズと消費者側の意識について書いているところがございます。

事業者側は利活用がメインになってきますが、①から⑥までありますけれども、基本的には利活用に当たって、現在の保護の範囲等が不明確だったりしますので、明確にしたいというニーズ。

②は、本人からの同意をとるのがなかなか難しいのだけれども、利活用したい。例えばカメラによる顔画像の取得など、具体的なニーズとして言っている。

③は、医療等情報は利活用のしがいがある。

④は、国際整合性ですけれども、EU 等から従業員や顧客のデータを持ってこられない状態であるのをどうにかしてほしい。

⑤は、第三者機関設立に当たって、主務大臣制が残りますと重複しますので、その重複を排除してほしい。

⑥は、基本的には利活用に当たって、事業者の義務とか負担をなるべく減らしてほしいというニーズがあったということです。

一方で消費者意識でございますけれども、アンケート調査になってしまいますけれども、ビッグデータの活用は「期待と不安が同じぐらい」の方が4割いらっしゃる一方で、「どちらかという不安が大きい方」が3割弱いらっしゃいますので、利活用に当たって不安がまだあるのかなという認識を持っております。

②は、どのようなところに抵抗感、負担感を感じるかということ、「自身の画像」がかなり高い一方で、「購買履歴」だったら比較的少ない。

③で、そうは言いながら、②の取り扱いにつきましても、8割以上が個人を特定できないように加工していただければ、ある程度抵抗感が下がるということなので、こういう仕組みを入れることによって利活用が広がるかもしれない糸口になるのかなと思っております。

④は、診療情報ですけれども、これも医療サービスの進展という目的がちゃんと明確なのであれば、ある程度は許容できるとなっております。

⑤は、自己情報コントロール権みたいなものですけれども、ちゃんとできることが重要だとしております。

⑥は、第三者的な公的機関の話かと思っておりますけれども、適切な取扱いについての判断の

窓口とか普及啓発活動をやっていただける機関があるといいのではないかという話でございまして、このようなニーズを踏まえて、4ページ目で現在やっている検討の柱を書いています。

簡単ですが、①が明確化するという話ですし、②は、権利利益が保護されているような確認できる手段を用意する。③は、第三者機関を設置する。④は、諸外国と制度を合わせる。⑤は、医療については、公益のみならず、最後に利益として還元するので、その扱いを考えるとという5つの柱で検討しているところでございます。

スケジュールですけれども、第8回まで今やっておりまして、次、もうじき第9回を行うという状況になります。

中身ですけれども、参考資料1となっておりますが、第6回目で第三者機関の体制整備の話をしています。基本的な考え方に書いておりますが、番号法で設置されております特定個人情報保護委員会を拡大して、個人情報全てにわたる委員会をつくってはどうかというのが趣旨でございます。

それに当たって検討すべき事項が次に書いてありますが、小さな黒ポツが幾つかありますけれども、そういう形で範囲が広がるので委員を増員して、バランスのとれた形にするというのが1つ目でございます。2つ目は、個人情報保護を全体的に管理する立場として、現行の保護法に基づく消費者庁等の機能・権限を移管してはどうか。

3つ目ですけれども、現行、主務大臣制がありますが、これについてどういう形で統合していくか。

その次は、苦情処理はやっていきますけれども、裁判外処理といいますか、紛争処理についても加えてやるべきではないかという話もありまして、このようなことを議論してきたわけでございますが、詳しくは次のページに主務大臣制の話が細かく載っております。

基本的な考え方としまして、2ページの上のほうですけれども、主務大臣との関係につきまして、専門的知見をどううまく生かした体制をつくれるかという話と、適切な執行。3つ目として、重疊的な執行・運用を避ける形で設けたいということでございます。

当時、5つの案を提示させていただきました。いろいろ書いてありますけれども、わかりやすいのは、次のページに表で書いてあります。案①から⑤にいくに従って、第三者機関に集まる権限がどんどん少なくなっていく。①は、全部集めてしましまして、主務大臣をなくした上で、ただし事業所管大臣という立場がありますので、それについて知見を得ながらやっていくというものです。

②は、一部、特定分野と書きましたが、現行法の制定時にありました医療とか情報通信とか金融・信用等、より特別な手当が必要な分野がもしあるのであれば、それについては特別法をつくる程度のレベルまで必要だと言われたのであれば、そういう特別扱いが必要な分野があれば、その分野を残してはどうか。

③は、原則全部残る。一部、特定の分野については、勧告・命令等の権限は残る。

④は、勧告・命令権限は全て残る。結局、現行の主務大臣制度と余り変わらない状態で、

第三者機関だけができるという案です。

⑤につきましては、基本的に主務大臣は残るのですが、第三者機関がなぜ存在するかというと、各主務大臣が監督するというのは、いろいろな指示をするみたいな形でどうかということですが。

第6回の委員の検討におきましては、案①が理想ですけれども、②が現実的で、②をベースにして、将来①を目指すことでどうかという議論が進められているところでございます。

続きまして、4ページ、紛争処理でございますが、基本的に苦情処理で対応できる案件が全てではないとする一方で、訴訟にいつてしまうのは大変だということであれば、何かしら紛争処理体制が必要だろうという認識のもとで制度設計しようというのが書いてあります。

やり方として対応方針に書いてありますが、公害紛争処理型の公調委をとるか、住宅品質確保訴訟型とか金融ADRもそうですけれども、ある大臣がある機関を認定してやるという話。それについて検討しましょうという段階にあります。

以上が第三者機関でございます。

次が参考資料2ですけれども、情報の定義と義務の話でございますが、1枚めくっていただいて1ページ目ですけれども、義務と定義を考える際の考え方といたしまして、我々IT室が持つことになっておりますので、冒頭記載してありますけれども、基本的には個人の利益のみならず公益のために利活用していただいて、新ビジネス、新サービスの創出もありますし、個人の生活の向上等にも資することを目指しているということでございます。

それに当たりまして現状を振り返ってみますと、急速な情報技術の進展に伴いまして、10年前にはできなかった方法でいろいろな形で個人情報が使われるようになってきますと、かつて考えた個人情報にいろいろな情報が該当するかどうかの判断が非常にグレーになってきているという問題を認識しております。

そうしますと、消費者からいたしますと、自分の個人情報といいますか、個人に関するパーソナルデータがちゃんと使われているかという不安がある一方で、事業者から見ますと、個人情報さえ守っておけばいいという形でやっている例もあります。そうなると、お互いの認識のずれが発生して社会的な批判を受ける事業者が出てきて、事業者が利活用を躊躇する形になるのではないかという問題意識を持っております。

これらについて解決していきたいという話でございますが、それに当たりまして4つ目ですけれども、国際的調和の取れた日本として最適な制度を考える必要があるということでございます。

それ以降は、グレーゾーン拡大への対応と、利活用をどういう形にするかという話と、国際調和の話等をそれぞれ根拠を挙げて議論していますが、15分程度ということでしたので、細かい説明は飛ばさせていただいて、まとめ、22ページ目でございます。各項目が左側にありますけれども、どういうことを検討したかでございます。

グレーゾーンの拡大を解消するために、どういう保護の範囲をとるかというのを1つ目に挙げておりました、それについて右側の答えでございますけれども、個人情報とはなかなか言えないのですけれども、個人情報に準ずる形で保護すべきものについて「準個人情報」という定義を設けてはどうか。一方、2つ目の黒ボツですけれども、そうは言いながら、個人情報という概念自体が不明確だという話がございますので、これにつきましては第三者機関がちゃんとした基準を明確にしていくと考えておりました、範囲もそうですし、第三者への情報提供に当たるものについても同じように明確化してはどうかと述べているところでございます。

2つ目の利活用の関係ですけれども、匿名化データという話もありますけれども、我々は「個人が特定される可能性を低減したデータ」をいかに活用させるかという話を考えておりました、それにつきましては、利活用のための、短くしただけですが、「(仮称)個人特定性低減データ」という定義を分類いたしまして、それに伴って、提供元と提供先、第三者提供したときに満たすべき義務をルール化してはどうかとしているところです。

国際的な調和につきましては2つありまして、機微情報につきましては、世界的にも、我が国のガイドライン規制におきましても規定していますので、それについて規定してはどうかという話もあります。一方で、取り扱う情報の規模が小さい事業者につきましては、世界的に見ても5,000件以下を例外とするような規定はございませんので、これに対してどの程度の範囲まで規制をかけるかというのを検討しているところでございます。

最後、「保有個人データ」は、利用目的を公表するとか改正期に対応するという話がございますが、それをどこまでの範囲、ちゃんとやっていただくかというのを決めようとしているところです。

23ページは、データ範囲のイメージですけれども、上が個人情報と非個人がありまして、中にグレーゾーンがあったものを何となく2つに分けるイメージではあるのですけれども、個人情報に限りなく近くて、保護がメインになっているのが準個人情報で、さらにその外側に利活用していただく範囲として個人特定性低減データを設けてはどうかと思っております。一方、機微情報は基本的に個人情報の中に入って、厳しく律するところであると考えております。

それに応じまして、24ページで義務のかかり方がいろいろ違うと書いていますが、詳細は割愛させていただきまして、次、参考資料3で、開示等の在り方についてでございます。

1ページ目でございますが、現行法の開示とか訂正とか利用停止が25条、26条、27条で規定されているところでございます。基本的に本人の求めがあった場合に応じる義務がある。義務に応じない場合については、主務大臣への行政規制で適正性を担保している形になっておりますが、この現行法で問題があると認識しております、それが次のところなんです。これぐらいICTが発達してきますと、いろいろな情報が生まれたり、いろいろなところで瞬間的にコピーされて広く出回る。行政規制という時間のかかる措置だけでは対応できない範囲が、ICTの進展に伴って広まっているだろうというのが1つ目の認識でござ

います。

矢印のところですが、適時かつ迅速に行われる必要があるだろう。どうやって措置するかを考えています。

一方で、2つ目の黒ポツは、本人の関与だけでいいかといいますと、立証責任がどうなるかという情報の非対称性とかに対して補完する形で、行政のちゃんとした規制も残すべきではないかと考えていまして、そういう形でやっていこうと思っています。

2つ目のレ点ですが、そういう形でやることによって、ひいては発展するだろうと思っています。

結論ですが、対応方針としまして、現行の25から30条の行政規制を補完するために、新たに民事上の請求権として開示請求権を設けたらどうかと思っているところでございます。

その具体的なイメージが2ページ目でございますが、左側が現行の行政規制の仕組みで、右側は、主務大臣が第三者機関等になると思いますが、それが残った上で、本人が別途裁判所に対して迅速に申し立てをして訂正等々できるような措置をとろうと考えているところでございます。

3ページ目は、どういう要件にするかという細かい話でございますが、冒頭にありますけれども、請求を個人に認めるのはいいのですが、一方で企業からいたしますと、2つ目の新たなラインといいますか、手段ができてしまうのでは負担感が増大する可能性がありますので、いかに負担感を減らすような措置ができるかというのを検討しているところでございます。例ですが、開示であれば、開示しなくてもいい場合はどういう場合かということで、やや限定的に、こういう場合については特別に対応しなくても、別に個人の請求権を侵したわけではないという措置ができるかというのを考えているところでございます。

さらに、5ページ目でございますけれども、一方で細かい話といたしまして、手続について、事業者が対応するわけですが、本来、そんな特別な手続はないだろうと思っておりますけれども、負担権限のために、こういう手続について現行法の規定の枠組みを応用した形でできないかというのを置く一方、2つ目の◆で、請求権になりますと、情報格差に応じた本人負担がふえそうなので、それについては事業者に対して支援といいますか、対応できるような形で、本人に負担がかからないような形にできないかというのを、バランスをどうとるかを考えているところでございます。

その他につきましては割愛させていただきまして、以上が主にこれまで検討会の中で議論している中身でございます。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。消費者庁にも来ていただいておりますけれども、質疑の中で対応をお願いすることにしたいと思っております。瓜生参事官には、非常に広範な問題点についての検討状況を短時間で説明いただいて、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、発言をお願いいたします。いかがでしょうか。石



戸谷委員。

○石戸谷委員長代理 非常に大幅な改正ということで、各方面から注目されているのですが、流れとして、規制改革実施計画の中でビッグデータの活用というのが入ってきて、産業競争力の強化に関する実行計画の中にも入っていて、利活用のほうと情報保護のバランスというのが重要だと思うのですが、大きな流れから見ると利活用のほうに力点があるのではないかという見方が出ているのですけれども、その辺はどうなのでしょう。

○内閣官房瓜生 IT 総合戦略室参事官 まさにおっしゃるとおり、政府全体の戦略的にはそういう意向が強うございますが、余りオープンに話すことではないかもしれませんが、先ほどの資料の2ページ目の委員構成をごらんいただきますと、基本的にバランスをとった形で、個人情報関係を専門としていらっしゃる学者の先生方と、利活用をする経済界の方もいらっしゃいますけれども、一方で消費者団体の方もいらっしゃいます。

実は、今の議論はやや学者の先生方が議論をリードしている状態です。多少ちゃんとした制度にすべきだという話が他方ございまして、余りむげに、やみくもに利活用みたいな感じになっている話にはなっていないと私は認識しております。逆に、それがゆえに利活用を推進する側からは、もう少し事業者意見をちゃんと聞くべきだという話も起こっております。その辺の意見を集約している段階だと認識しております。

○河上委員長 よろしいですか。ほかにはいかがでしょうか。高橋委員。

○高橋委員 質問ですけれども、第三者機関の体制整備がどうなるかというのは今後の議論だと思うのですが、この第三者機関のあり方によって消費者の信頼性が大きく変わってくるのではないかと思います。委員の大幅増員とか、どの辺の機能を持たせるのかということを少し御説明いただきましたが、具体的に委員というのはどのぐらいの数を考えておられるのか、その辺どういう議論になっているのかと教えてください。それから、加工処理技術がちゃんととられているかどうか、判断できるような技術者をその中に入れるとか、そのあたりも含めて、機関全体としてどのぐらいの陣容を考えられているのか、そこを教えてください。

○内閣官房瓜生 IT 総合戦略室参事官 1点目の委員の数等の話でございますけれども、原則、現行の特定個人情報保護委員会は最大7名になると認識しております。特定個人情報で7名であれば、今後それが拡大して個人情報全体になるとすると、できればかなり多い数が必要なのではないかと思っておりますが、例えば10人とか十何人あったほうがより望ましいと思っております。その辺は関係方面といろいろ調整が必要かなと思っております。

2つ目の、まさにどちらかという事務局体制みたいな話、委員の話もあるかもしれませんが、加工技術の話でいえば、現行の特定個人情報保護委員会におきましても、東京工科大の技術関係に詳しい先生が委員になったりして、そういう方がまずちゃんと委員に入ることが重要だと思っておりますし、その際、その委員の先生を支えるようなちゃんとした技術者みたいなものが下について対応しないと、おっしゃるとおり加工処理

の適正化はあり得ないと思っております。

そうすると、かなりいろいろな範囲の人員が必要になってくるのですけれども、それを公務員だけで賄おうとすると、機構定員といいますか、政府全体の公務員の数を減らすという話がある一方で、ある機関だけが巨大化するのもなかなか難しゅうございますので、個人的な案でございますけれども、公務員が無理であれば、民間からそういう人を任期付き採用のような形もあると思っておりますけれども、そういう形で専門家を雇う形にして、専門性を持った人たちを集めて対応していくという案もあるのではないかと考えているところでございます。

○河上委員長 はい。

○高橋委員 御説明ありがとうございます。

そうしますと、3条機関ということで、委員は全員常勤と考えてよろしいですか。これが質問の1点目です。

それから、民間採用があるということですが、任期付きはまだわかるのですけれども、例えば当委員会事務局や消費者庁がそうだと思いますけれども、民間からの出向といいますか、そういう形がとられるのかどうか、そのあたりは議論にあったかどうか教えてください。

○内閣官房瓜生 IT 総合戦略室参事官 余り詳細な議論はないのですけれども、まず委員が常勤か非常勤かということですが、特定個人情報保護委員会も常勤と非常勤ありまして、3人のうち1人が非常勤ですので、全員常勤かということ、なかなかそれも難しい感じになるのかなというのがありますので、今後の調整事項だと思っています。

あと、さっき個人的に申し上げた民間出向で手当てすればどうかという話につきまして、検討会で正確に議論されたものではまだないので、あくまでも私案でございまして、公のところで議論されているわけではございません。

○河上委員長 岩田委員、どうぞ。

○岩田委員 今の高橋さんの御質問と重なる部分があるのですが、少し追加してお尋ねしたいと思います。

これまで個人情報保護法に基づく消費者庁が持っていた権限が第三者機関に移管されると理解したわけですが、そうしたときに移管された第三者委員会で消費者庁が果たしていた役割といたしましょうか、消費者を保護する、消費者の利益の立場から発言する専門的な知識や経験がある委員が入ることが必要であると思えます。

この点については、前回、委員等打ち合わせのときに非公式にお伺いしましたけれども、公開の委員会で議事録が残るところで御説明していただいて確認したいと思うのですが、消費者の利益を代表する方が、この第三者委員会、第三者機関に入ることを確認させていただいて、それがどういうふうに担保されるのか。法律に構成する委員会委員の専門分野ということが書かれるのかということをお尋ねしたいと思えます。

○内閣官房瓜生 IT 総合戦略室参事官 前回お答えいたしましたけれども、おっしゃるとお

りでございます。当然、法律で委員の構成とかどういう方をということは書くことは可能である。現在の特定個人情報保護委員会でございますと、条文の何条かは明確に言えませんけれども、7名で構成される。その7名の選び方は国会同意人事になっているわけですが、一方でどういう方を推薦するかという条項がございます。その中で、現行であれば個人情報保護に詳しい学識経験者の方とか、技術に詳しい学識経験者の方、地方公共団体に詳しい方という列記をいたしまして、その方を基本的に推薦するというやり方がございます。

例えば、今後、消費者の利益を代表される方とか、消費者問題に詳しい知識を持っている方とか、書き方はいろいろありますけれども、そういう消費者のための代表の方を委員に推薦するという形で書くことによって、それが委員となられる形をとることは可能だと思っております。

○岩田委員 ありがとうございます。

○河上委員長 夏目委員、どうぞ。

○夏目委員 ただいまの岩田委員の御意見に関連して、私も確認させていただきたいのですが、基本のところ、今まで個人情報保護法を所管していた消費者庁等の機能・権限を第三者機関に移管することになっておりまして、この中には、今回、消費者委員会という言葉は入っておりませんが、消費者庁、消費者委員会というものの役割だと思っております。消費者委員会は8条委員会ですが、独立しているという意味では、仮に3条委員会として新しい機関ができたとしても、消費者にかかわる権利の観点から、消費者委員会としては3条委員会に対しても意見を申し述べるができることは担保されていると考えてよろしいわけですね。その確認が1点と。

それとあわせて、消費者庁からはこの権限が移行してまいります。そうしますと、先ほど岩田委員が発言されましたように、消費者庁としては消費者の権利という観点からは全くかわりを持っていかない。もちろん、行政職員として、そちらの新しい事務局のほうに消費者庁からもたくさん出向するとは思っております。どうかかわりになるのか、見えないところがございまして、確認させていただきたいと思っております。

○河上委員長 では、消費者庁からお願いします。

○消費者庁加納消費者制度課長 消費者庁のことに申し上げますと、消費者庁の所掌事務として、消費者の利益の擁護に関して企画立案などを行うという規定がございます。それが残るのであれば、その範囲内では引き続き個人情報という形で出る消費者問題についての関与というのはあると思っております。ただ、個人情報といいますのは非常に奥が深く、消費者問題でない個人情報の問題というのも多々ありますから、その辺は消費者問題じゃないということで関与しなくなるのではないかと思います。

○河上委員長 何か瓜生参事官のほうからも御意見がありますか。

○内閣官房瓜生 IT 総合戦略室参事官 特に。

○河上委員長 パーソナルデータというのは、基本的には消費者取引の中で事業者に移転

していくことが極めて多いものですから、その情報がどういうふうに使われるかということについては、消費者は無関心ではあり得ないわけです。その意味では、消費者委員会としても、その問題について、一定の関心を持ち続けることになるだろうと思います。この辺は黒木事務局長に聞いたほうがいいのかもかもしれませんが、消費者委員会として、例えば独立した第三者機関ができ上がったときに、その第三者機関に対して消費者保護の観点から物申すということはあるかと考えていいのでしょうか。

○黒木事務局長 具体的にどういう法律になっていくのかということ、見てみないとはいえませんが、3条機関か、あるいは所管の大臣に対してということになるのかはともかくとして、実質的には消費者の権利等にかかわる問題について消費者委員会の関心事を届けていくことは可能であると考えております。

○河上委員長 加納課長。

○消費者庁加納消費者制度課長 消費者委員会のことについて、私が基本的にお答えする立場にないという前提なのですが、消費者委員会として消費者問題である個人情報問題にどのようにかかわるかというのは、多分おありだと思いますので、それが反映されるように今後の所掌事務権限の移行に関して、きちんと中身を詰めるということではないかと思っております。

その上で、現行の設置法上で、消費者委員会の所掌事務の範囲も規定されておりますから、まず現行の解釈がどうかというのを明らかにした上で、引き続き消費者委員会がどのように、消費者庁もそうですけれども、消費者庁としては、先ほどの夏目委員の御質問に対してお答えしたとおり、消費者問題である個人情報について、引き続き何らかの関与をしていきたいというのが消費者庁の考え方ではありますが、これまでの関与の仕方とは異なります。先ほど委員長は、消費者問題が消費者取引に関して個人情報というお話でありまして、それは確かにそのとおりでありまして、個人情報のかなりの場面が消費者問題と絡むと思っておりますけれども、

例えば従業員の情報を使用者が不適切に取り扱ったというのは、消費者問題ではなく労働問題ではありますが、これは個人情報の問題になります。それとか、消費者でない事業者の情報も取引において事業者が取得することもあるわけですが、商売をやっていて購入したという購入履歴の問題が生じた場合には、情報の帰属先である本人は消費者じゃありません。事業者ですから、その人の個人情報保護というのも個人情報保護法の問題になるわけです。そういった問題もある。

個人情報というのは非常に奥が深い問題になってきて、あと比較法的に諸外国はどうかということも当然にらまなくてははいけませんから、その中で消費者問題としてはどこまでなのか、消費者委員会としてはどこまでなのかという議論をしていただいた上で、それがきちんと制度として反映されているかどうかということのをちゃんと確認するというではないかと思っております。

○河上委員長 夏目委員、よろしいですか。

○夏目委員 今、加納課長がお話されましたように、今後の議論の中で、消費者庁もそうですし、消費者委員会として消費者保護、消費者の権利擁護のためにきちんと発言できる場を確保していくことが、改めて大切だということを今、感じたところでございますので、法律ができるまでに消費者委員会としてもきちんと議論して、できてからでは遅いので、できる前に発信していく必要があるのかなと思った次第です。

○河上委員長 ありがとうございます。当委員会でも、もう少し検討してみましよう。ほかにはいかがでしょう。よろしいでしょうか。石戸谷委員、どうぞ。

○石戸谷委員長代理 第三者機関の体制整備は大変重要だと思います。せっかく3条委員会をつくるわけですので、要望ですけれども、主務大臣制と併存させるということになると、せっかくの3条委員会の機能との関係でややこしくなると思いますので、この対応方針でいけば①案が一番すっきりしていいのしょうけれども、体制の整備がなかなかとれないということになれば、ぜひ体制を整備していただきたいと強く願います。③以降は、ちょっとないのではないかと思いますので、申し上げておきます。

○河上委員長 これは、もう答えていただく必要はないですね。

○石戸谷委員長代理 要望です。

○河上委員長 ほかにいかがですか。

消費者委員会では、これまでもパーソナルデータの利活用に当たって、保護されるべき個人情報の範囲について慎重な検討が必要であるということ。さらに、消費者から同意を得る際には、何のためにそれを使われるのかということについて、消費者へわかりやすく示す、そして情報利用のあり方についてはきちんと同意を得ることが重要であるということも申し上げてまいりました。さらに加えて、先ほど自己の情報コントロールという言葉が出ましたが、自己に関する情報の開示、訂正、消去を求める権利といったものが十分に保障されることも重要であるということも強調してきたところであります。

本日は、パーソナルデータ検討会でのこれまでの検討状況を伺いまして、消費者の不安を解消しながらパーソナルデータの利活用を図るために大変苦心しておられるということは、よくわかりました。しかし、検討の結果、いろいろな制度的に複雑な仕組みができ上がるとすれば、その点について、十分に消費者による理解が得られるように周知をしていただくこと、消費者等の意見を聞いていただく必要があろうかと思えます。その点もどうぞよろしくお願いいたします。

また、消費者委員会と新たに構想されている第三者委員会との役割といいますか、機能分担については、さらに当委員会の中でも検討したいと思えますけれども、そちらでも検討し、お考えを深めていただければありがたいと思えます。また、当委員会として、必要な場合には、今後とも、この問題について意見を述べさせていただこうと思えますので、よろしくお願いいたします。

内閣官房、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。

本日の議題は以上でございます。お忙しいところ、審議に御協力いただきまして、ありがとうございました。

---

### 《 3 . 閉 会 》

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

○大貫参事官 次回の委員会は5月20日火曜日を予定しております。議題については、消費者基本計画の検証・評価・監視の第2回目といたしまして、いわゆる健康食品の表示と、インターネットによる財産被害対策についてのヒアリングを予定しております。

○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。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。