

消費者委員会本会議（第164回）
議事録

内閣府消費者委員会事務局

消費者委員会本会議（第164回）

議事次第

1. 日時 平成26年6月17日（火） 16:30～18:02

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、阿久澤委員、岩田委員、齋藤委員、高橋委員、
夏目委員、橋本委員、山本委員、唯根委員

（説明者）

消費者庁 浅田 消費者政策課長

消費者庁 消費者政策課担当者

（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）消費者白書について

消費者庁 浅田 消費者政策課長

（3）消費者基本計画の検証・評価・監視について

消費者庁 浅田 消費者政策課長

消費者庁 消費者政策課担当者

（4）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、「消費者委員会本会議（第 164 回）」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がおくれて出席の予定となっております。

それでは、配布資料の確認をお願いします。

○大貫参事官 議事次第にございます配布資料でございますが、資料 1 が「消費者白書関連資料」ということで、冊子が 2 つございます。分厚いほうの冊子と概要でございます。資料 2 が「消費者基本計画関連資料」ということですが、2-1 から 2-4 まで内容が分かれています。それと、参考資料 1、2 というのがございます。不足の資料がございましたら、事務局までお申し出いただくようお願いいたします。

《 2 . 消費者白書について 》

○河上委員長 それでは、最初の議題は「消費者白書について」であります。

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

消費者基本法では、政府は毎年、消費者政策の実施の状況に関する報告書、消費者白書を国会に提出しなければならないと規定されております。本日の午前中に開催された閣議において、平成 26 年版の消費者白書が閣議決定されたとのことですので、本日はその概要について御報告いただきたいと思っております。

なお、消費者安全法の第 13 条では、内閣総理大臣は、行政機関、地方公共団体等からの通知により得た情報その他消費者事故等に関する情報が消費者安全の確保を図るため有効に活用されるよう、迅速かつ適確に、当該情報の集約及び分析を行い、その結果を取りまとめ、国会及び消費者委員会に報告するとされております。このたび、平成 25 年度分の結果についての取りまとめを行い、これを消費者白書の一部として公表されたということで、本日はその概要についてもあわせて御報告をいただきたいと思っております。

恐縮ですが、説明はあわせて 20 分程度ということでお願いできればと思っております。よろしく申し上げます。

○消費者庁浅田消費者政策課長 消費者政策課長浅田でございます。よろしく申し上げます。

冒頭、委員長から御説明がありましたとおり、お手元の資料ですけれども、消費者政策の実施の状況の概要に基づいて御説明させていただきます。委員長からありましたとおり、タイトルが2段になっておりまして、上段が政策の実施の状況、2段目が消費者事故等に関する情報の集約及び分析の取りまとめ結果の報告となっております。これにつきましては、特に後段につきましては、消費者安全法第13条第2項により、消費者庁で取りまとめた情報を消費者委員会に御報告するとなっておりますので、これについてもあわせて御報告するということとなります。

この内容につきましては、本体のほうですけれども、数字につきましては、後段については基本的に統計表でございますので、320ページ以下に資料編としてつけておりますけれども、こちらが消費者安全法に基づく報告に該当する箇所でございます。

あと、白書の説明ということでございますので、概要に基づいて御説明申し上げます。概要編にお戻りください。

目次でございますけれども、特集を2本立てておりまして、特集1が食をめぐる消費者問題ということで、食への信頼の回復と安心の確保に向けてということでございます。特集2は、情報通信の発達と消費者問題ということでございます。これは、ことしの消費者白書につきましては第2回目になります。第1回目、昨年度につきましては、高齢化社会の消費者問題というものを取り上げまして、ことしは食をめぐる消費者問題と、情報通信の発達と消費者問題ということで、あわせて見ていただければ、昨今の消費者問題の大きな柱について総合的な分析が提供できたのではないかと考えているところでございます。

3章、4章、5章につきましては、消費者政策全体の状況、及び政策の展開について書いているところでございます。

内容に即して御説明申し上げます。2ページ目以降、食をめぐる問題でございますけれども、基本的に3つ柱を立てておりまして、1つが食品表示の適正化。昨年10月からありましたいわゆるメニュー偽装の問題についてでございます。

4ページでございますけれども、インターネットで消費者の皆さんに意識調査を行いました。それで、今回の食品表示問題・偽装問題について、どうのお考えですかということですが、食品表示は問題であるが、今後の再発防止が重要であるとお答えになった方が40.7%ございました。こういった意見も踏まえて、今般の景品表示法改正に結びついておると認識しているところでございます。

さらに、5ページでございますけれども、食をめぐる問題としてもう一つ大きな柱でございますが、昨年成立した食品表示の一元化に関する法律でございますが、来年6月までに施行されるという状況を書いているところでございます。

6ページ以降が食の安全と安心になりますけれども、2つありまして、1つは昨年暮れにありましたアクリフーズにおける農薬混入事件の問題でございます。これにつきましては、結果、刑事事件になっておるところではございますけれども、この対応については、年末年始ということもありましたので、最初、事業者側の対応もちょっとおくれたところが

ありましたけれども、問い合わせ回線の対応等々が行われたといったことがございます。さらに本体では、こういったことの反省を踏まえまして、フードディフェンスの考え方というのも出てきたということではないかと思っております。

7 ページが食と放射能の問題でございますけれども、これにつきましては、消費者庁のほうで消費者の皆さんにアンケート調査を行っております。2013 年 2 月、半年後の 8 月、ことし 2 月でございます。グラフを見ていただければわかるように、福島県産だから買いたくない、購入をためらうという方が、2013 年 2 月には 19.4% ございましたけれども、2014 年、ことし 2 月には 15.3。同じく、被災地を中心とした東北で見ますと、14.9 から 11.5 となっております。着実に数字は下がっておりまして、引き続き消費者への情報提供、いわゆるリスクコミュニケーションといったものに取り組んでいきたいということでございます。

これにつきましては、少人数のミニ集会的なところで食と放射能の問題の情報提供をしていただく方を育成するコミュニケーター養成講座をやっておりまして、昨年度末、3 月末で 3,400 人の方を育成したということでございます。多くは、栄養士さんとか学校の給食にかかわっている栄養教諭さん等を中心にコミュニケーターをお願いしておることでございます。

食に関しての 3 番目の問題は、食品ロスの問題でございます。食べられるのに捨てられてしまう食品についてでございます。これについてアンケート調査をやったところ、「よく知っている」「ある程度知っている」と答えた人ほど、こういった対応をとっていただいているということが見てとれますので、食品ロスについては、消費者側の取り組み、事業者側の取り組み、行政の取り組みをバランスよく、かつ強力に進めていく必要があると考えているところでございます。

以上が食の問題でございました。3 点、食品偽装、食の安心・安全、フードロスという問題を取り上げたところでございます。

続きまして、特集 2、情報通信の問題でございます。これも多岐にわたる問題を扱っておりますけれども、飛んでいただいて 12 ページでございます。通信サービスの普及に伴い、トラブルも増加傾向にということで、全体の傾向でございますけれども、5 年前と比べまして相談件数で見ますと大体 1.7 倍の伸びになっております。インターネット接続回線の問題、モバイルデータ通信の問題、携帯電話の問題、それぞれ伸びておるところでございます。

1 ページめくっていただきますと、第 2 次消費者委員会のほうでも意見を出されているところでございますけれども、「インターネット接続回線」に関するトラブル、特に高齢者の割合がふえているという状況を書いているところでございます。特に、電話勧誘、訪問販売の割合がそれぞれ増加傾向にあるということ。迷惑な勧誘が繰り返される。書面が交付されない。または、理解が不十分なまま、口頭での契約となっているといった状況がございまして、こういった対応も求められていると認識しております。

さらに、新しい問題といたしまして、14 ページでございますが、スマートフォンの契約につきまして、オプションサービスを付けられるということがございます。実際に消費者の皆さんに聞いたところ、そういったオプションが付けられていた経験があった方が42.4%でございますが、下の右のほうですけれども、そのうち63.0%の方があらかじめ付けられていて困った。特に、自分で解除する方法がわかりにくかった、解除するのを忘れたということがありまして、スマートフォンの契約のわかりやすさも今後、課題となってくるかと思えます。

さらに、15 ページでございますけれども、インターネット通販の問題でございます。これも生活の中で随分拡大しているところでございますけれども、相談件数につきましては、5年前と比べてほぼ3倍増になっております。特に最近の傾向といたしまして、図表2-2-17のピンク色の部分、海外に関連するものの割合がふえてきている。さらに、海外のうちの前払いに関するものの比重も急にふえておるところでございます。

これにつきまして、16 ページでございますが、これも消費者委員会のほうに何回も御説明しているかと思えますけれども、消費者庁におきましては越境消費者センター、CCJ というものを設けまして、特に海外が絡む越境トラブルに関する専門の相談窓口をつくっているところでございます。その状況を見ていただきますと、2012年、2013年度、相談件数が倍になっております。特にその中でも、模倣品の到着、もしくは詐欺疑い。前払いの相談という話をしましたけれども、お金を振り込んだけれども、実際には何も送られてこないといった詐欺の疑い。この2つを足し合わせると半数近くになってございます。

これにつきましては、越境である以上、なかなか法執行が及ばないというのもありますので、消費者庁ホームページ等において消費者の皆さんに注意喚起等も行っておるところでございます。

あと、そういった詐欺的なサイトに関しましては、警察のほうから情報提供を受けて、例えばウイルス対策ソフトでブロックしてしまうといった対応もされているところでございます。

また話題が変わりまして17 ページでございますが、未成年のオンラインゲームに関するトラブルも急速にふえているところでございます。

さらに、18 ページ、アダルト情報サイトの関係でございますが、これについても昨今はスマートフォンの関係のトラブル、スマートフォン経由でアクセスしたというトラブルがふえておる状況でございます。

さらに、19 ページも最近の動きでございますが、ソーシャル・ネットワーキング・サービスに関する相談も5年間で倍増という状況でございます。生活においてインターネットの利活用の場がふえておりますし、生活の利便性も向上しております。さらに、経済活動に占める割合もふえているところでございますが、多種多様なところで相談件数、大体5年間で見ると数倍のオーダーでふえている状況が見てとれるところでございます。

20 ページ以降は話題が変わりまして、情報化社会とプライバシーの問題等々になってま

いますが、20 ページでお示したように、個人情報の漏えい事案の件数は年々減っており、ところではございます。

しかし、21 ページに棒グラフが書いてございますが、下の2つでございますけれども、自分の個人情報を事業者が勝手に利用していないか心配だ。自分の個人情報が第三者に漏えいしていないか心配だ。「そう思う」「どちらかといえばそう思う」と答えた方がそれぞれ9割でございます。消費者の情報化社会の進展の中での不安というのは、まだ解消されていないだろうなということでございます。

さらに、22 ページで、昨今マスコミ等でも大変取りざたされておりますビッグデータの問題について、どういうものか知っていますかという認知度を聞きましたけれども、男性は3割、女性は1割でございます。このうち「知っている」「ある程度知っている」と回答されたうちの7割は利活用に肯定的でございますが、余り知らない、知らないと回答した人の7割は利活用に否定的ということで、逆転の非対称的な構造になっておるといふことでございます。

こういったビッグデータの活用については、今後拡大することが見込まれるわけでございますが、具体的なプライバシー保護のあり方についても法制度的な検討が進んでおると承知しておりますけれども、消費者の方々の認識を高めていく必要があるという結果ではないかと思っております。

さらに、23 ページ、子どものインターネットトラブルについて御説明しましたけれども、具体的にどうするかということでございます。年代別・男女別でどうあるべきかという対応をとっておりますけれども、特に女性を見ていただきますと、30代、40代、50代の黄緑色の線が、保護者、子ども、青少年の間で何らかの利用ルールを定めるべきである。家庭の中でしっかりと消費者教育と言うのでしょうか、親と子どもの間でしっかりと話し合っただけでルールを決めるべきであるとお答えになった人が一番多く、かつ過半数であるということでございます。

この男性のほうですけれども、傾向はなかなか見にくいのですが、年が上がるにつれて、緑色の線、事業者が対応すべき、赤い線、行政が対応すべきといったものの比重がふえていくかと思えます。逆に、20代男性、紫色の線ですけれども、特に何もする必要がないという人が3割、30代でも3割近くあるわけですけれども、こういったところをどう解釈すべきかというのは興味深いところではございます。

特集については以上でございます。3章以降について、特にポイントとなるところについて御説明したいと思います。

26 ページをお願いします。これは内閣府で行っております世論調査の結果でございますけれども、2013年度、発表は1月でしたけれども、さらに5年前、2008年度にも同様の項目、同様の調査を行っているところでございまして、時系列の比較が可能になっております。

消費者の皆さんの関心が最も高かったのは、食の安全性についてということでござい

して、8割ぐらいの方が関心がある。続きまして、偽装表示、あとは悪質商法とあります。4番目ですけれども、インターネット利用により生じるトラブルが4割ということでございます。5年前には、この調査項目はなくて、2013年度になって初めて入れたのですが、初登場で4割の方がこの関心が高いということでございます。こういった結果を踏まえて、今後の消費者政策について考えていく必要があるかと思っております。

さらに、28ページ、消費生活相談全体の状況でございます。PIO-NET登録件数のピークは2004年度でございました。このとき、使っていないサイトから請求が届いたという架空請求がかなりしょうけつをきわめた時代でございました。その後、段階的に減っておりますけれども、2013年度になって相談件数が若干の増加に転じております。この背景といたしましては、健康食品の送り付け商法やインターネット通販に関するトラブルが増加したことと見ているところでございます。

29ページでございますが、具体的な個別セクターごとの相談件数及び既支払額でございます。一番件数が多いのは運輸・通信サービスでございまして、携帯電話とかインターネット関連のものが大層を占めると考えております。続きまして金融・保険サービス等でございます。既支払額は97.7万円になります。その後、特に大きなものとしては、土地・建物・設備、工事・建築・加工、いわゆるリフォーム等も含めたものでございますが、今、ご覧になっているような状況になっているところでございます。

さらに、30ページは高齢者とその他の相談件数の推移を見たものでございます。5年前と比べまして、下から2番目の赤の点線ですが、65歳以上の高齢者の人口でございます。5年前と比べまして高齢者人口は13%ふえました。これに対して、一番上の赤の実線でございますが、65歳以上の方から寄せられた消費生活相談の件数は、5年前と比べて62.8%ふえたということでございます。人口が13%の伸び、高齢者の相談が63%の伸びということになっております。特に、このグラフの折れ線の状況を見ていただければわかるように、昨年度急速に伸びたということでございます。これにつきましては、先ほど申しましたとおりで、健康食品の送り付け商法、電話勧誘の相談増加というものがございます。

電話勧誘の状況は、31ページでございます。これにつきましては、どんなところから、どんなきっかけで、そのトラブルに巻き込まれましたかということで、店舗、訪問販売、通信販売とありますけれども、65歳以上の方の2013年、下から3番目のところですが、黄緑色の23.9という数字がございます。これが、電話勧誘がもとでトラブルになった方の比率でございます。これに対しまして、一番下でございますが、全体で電話勧誘というのが10.9です。ということで、特に高齢者のトラブルについて電話勧誘の比率が大変多いということが見てとれるところでございます。

また、平均既支払額につきましても、32ページでございますけれども、65歳未満の方に比べて高いという傾向が出ておるところでございます。

さらに、33ページ、二次被害も電話勧誘が大きな割合を占めておるところでございます。34ページ、先ほど消費者安全法の話申し上げましたけれども、消費者庁に通知された

消費者事故の状況で、極めて大ざっぱな最終結論でございますが、こういう数字になっておるところでございます。

さらに、ことしのトピックといたしまして 37 ページでございますけれども、過去 1 年の消費者被害・トラブル額について推計を行いました。過去、国民生活白書の時代にも 1 回やりましたけれども、今回、より内容的に幅広い範囲で消費者の皆さんのアンケートとか PI0-NET の情報等をもとにして推計を行ったものでございます。過去 1 年の被害・トラブル額は、おおむね 6.0 兆円という推計結果でございます。具体的に国民 1 人当たり直しますと 4.7 万円でございます。

かなり大きな数字ではございますが、これにつきましては、消費者行政が対象とする経済規模と言えらると思っておりますけれども、今後、こういったデータを蓄積していきまして、中長期的に見ればこういった数字を下げていくことが一つの政策目標、見える化の一環につながると考えているところでございます。データの蓄積、さらには推計方法の精緻化等々をまた勉強していきたいと考えているところでございます。

これ以降、若干トピック的なところになりますけれども、41 ページをお願いします。高齢者トラブルで繰り返し御説明いたしました健康食品の送り付け商法に関する状況でございます。2013 年度、相談件数が 3 万件でございました。昨年度、急速に伸びたというのが見てとれますけれども、月次で見ますと、下のグラフでございますが、4 月、5 月、6 月に急速に伸びまして、その後、消費者庁における特商法に基づく行政処分、あと本体にございますけれども、警察の摘発、さらには宅配便業者さん、日本郵政さんの協力によって、この送り付け商法は急速に相談件数が減っておるところでございます。

依然として、月々数百件台の相談は引き続きあるところでございますけれども、こういう形で相談件数は急速に減ったということでございます。いずれにせよ、こういった送り付け商法がまた再発しないように、しっかり状況をモニターしていく必要があると考えているところでございます。

さらに、44 ページ、昨今、マスコミでも随分取り上げていただいておりますが、最近の詐欺的投資勧誘につきまして、東京オリンピック開催に絡めたものの状況でございます。私ども消費者政策課のほうで、消費者安全法に基づく財産事案に関する注意喚起を行っております。今年度に入って既に 2 件行っておりますけれども、ともに東京オリンピック・パラリンピックを口実にした詐欺的投資勧誘ということでございます。今後、2020 年開催まで、こういったトラブルがふえていくことも予想されますので、消費者への注意喚起等々をしっかりと行っていきたいと考えているところでございます。

さらに、46 ページ以降は、これまでの政策編でございます。

特に、47 ページにあります見守りの重要性。高齢者に関する相談の増加。繰り返しのなりますけれども、さらには障害者等に関する相談も増加傾向にあります。ということで、6 月に成立いたしました改正消費者安全法に基づいて、今後、地域の見守り体制の整備というものを進めていくこととか、消費生活相談体制の整備も進めていくことになっている

ところでございます。

さらに、48 ページも消費者委員会の詐欺的投資勧誘の建議に対するお答えとして御説明したところもございますけれども、昨年度、消費者庁におきまして、高齢者の悪質電話勧誘対策のモデル事業を行ったところでございます。繰り返しになって恐縮ですが、高齢者の御自宅に通話録音装置をつける。もしくは、こういった迷惑電話チェッカーといった装置をつけることで、先ほど御説明しましたけれども、高齢者のトラブルの中で電話勧誘に起因するトラブルの比重が高いということもございました。こういった簡単な装置をつけることで、5-2-7にございますけれども、かなりの効果が見込まれたということもございます。

こういったモデル事業につきましては、昨年度実施しまして、マニュアルをつくっておりまして、地方公共団体に提供するとともに、地方消費者行政活性化基金のほうを使って、各自治体において自分のまちでこういった事業を展開することが可能になっているところでございます。

概要としては以上でございます。若干駆け足になりましたけれども、後は御質問等で補足したいと思います。

○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、発言をお願いします。いかがでしょうか。

○齋藤委員 これだけ大部なものをよくまとめたなと思います。ぜひこれを次期消費者基本計画に生かしていただきたいと思います。

この中で1つ、私の認識とギャップがあってショックだったのは48ページです。悪質電話対策のモデル事業で、録音するというものです。これで悪質なものがかなりなくなるのだろうと思っていたところ、この実績を見ると、それで減ったことにはなっていますけれども、変わらないというのもあり、「今から録音します」という警告を発してもこういう状態なのか。そうすると、どうすればなくなるのかが気になるところです。このデータのとり方などにまだ不十分なところがあるのでしょうか。

○消費者庁浅田消費者政策課長 サンプル数が十分とれないので難しいのですが、「変わらない」というのは、もともとなかったという方もこの中におられるのです。もともとそういう電話はなかったのです。だから、通話録音装置をつけても変わらないのですという方もおられるようであります。サンプル数の全体が231の中でこういった形になっていますので、詳細を聞くと、そういった御回答をされた方もおられるということで、全く何も効果がなかったということではないと思います。

○河上委員長 よろしいですか。

ほかにはいかがでしょうか。きょう、後ろに見えている方には、この本体は渡っていないわけですね。概要版だけが行っている。

○消費者庁浅田消費者政策課長 本体は印刷が間に合いませんので、あとは市販版を今、印刷しておりまして、7月上旬に一般の書店でたしか2,000円ぐらいで販売することになっ

ております。もう既に消費者庁のホームページには全文を掲載しておりますので、ご覧になりたいところをピックアップして見ていただくことも可能です。

○河上委員長 では、さしあたりホームページで見ていただくということになりますね。

ほかに何かございますか。石戸谷委員、どうぞ。

○石戸谷委員長代理 今年の平成 25 年版から消費者白書が出て、大変よくまとまっていると思います。第 1 部で特集等をやりまして、第 2 部で実施の状況という形で、昨年度も本年度もまとめておりまして、全体的にどういうふうな整理になっているかもよくわかるし、特集で分析されているのもよくまとまっている。法定白書にすると随分違うなという感じがして、これは大いに評価できると思います。

基本計画のほうと議論が分かれているので、ちょっとやりにくいのですが、問題は、こういう実施状況並びに消費者問題の現況がまとめられて分析されて、それが次の政策にどういうぐあいに生かされているかというところが大事なわけで、これはこれまでも基本計画の見直しのところで述べてきた話でありまして、今回御報告いただいたものは、次の計画の見直しのほうに反映させていかないといけないと思います。

後半の議論になるかと思うのですが、昨年の 25 年版という立派なものがまとまったのですが、あれに基づいて具体的にこれからの政策にこう生かして、見直してきたみたいな活用というのを有機的に考えてやっているのかどうか、そこが大事だと思いますけれども、そこはいかがですか。

○消費者庁浅田消費者政策課長 昨年度は高齢化ということの特集にいたしましたけれども、結果といたしましては、今般法律が通りました消費者安全法の改正で、見守り体制強化とか消費生活相談の質の向上ということにつながっておると思います。昨年度の白書で言えば、高齢者のトラブルの現状とか、特にそのときは高齢者の不安ということで、お金、健康、孤独ということを 3 つのキーワードにして分析したり、例えば二次被害の状況といったものも幅広く分析したところがございますけれども、そういった高齢者被害の現状を受けて、さらには昨年夏の消費者委員会の建議もございましたけれども、そういったところで見守りの強化ということが一つのキーワードとなって、今般の法改正につながったと私は考えているところでございます。

さらに、ことしの白書につきましても、情報化ということの一つの特集テーマに挙げておりますけれども、今般、例えばビッグデータに関する認識と、その利活用の消費者の意識の問題。ビッグデータにつきましても、今、内閣官房 IT 室のほうで、日本再興戦略を受けて法改正の作業等も行っておると聞いておりますけれども、消費者の皆さんの理解というものが根底になれば、そういったものはなかなか根づかないということが一つの政策の示唆になると考えているということでございます。

さらに、全体的な話につきましても、繰り返しますけれども、情報通信に関する販売方法等については、2 次の消費者委員会からずっと御提言を続けておられると認識しておりますけれども、これも消費者基本計画に反映されておりますし、総務省さんのほうでも電

気通信事業法の扱いについて、研究会を設けて検討されているということで反映されている。そういう形で議論が活用されていると認識しておるところでございます。

思いつく限りを並べたところでございますが、こういった形で分析と政策の連携ということは今後の課題にしていきたいと思っておりますし、重ねて、これからまた計画の議題に入りますけれども、来年度、新たな計画をつくることになりましてけれども、昨年の高齢化、ことしの食の安心・安全や情報化についての分析といったものを基礎にして、あるべき施策の方向を考えていくということに使っていききたいと思います。

○河上委員長 よろしいですか。浅田課長はそういうふうにささっと言えるのですけれども、普通の人を読んでみると、消費者基本計画とこれの現状の分析との対応関係というのがすぐにはわからないので、場合によったら、この中に消費者基本計画の何々で対策を講じていますというようなことを注意書きで書き足していくことは考えられるのですか。

○消費者庁浅田消費者政策課長 これにつきましては、本編の230ページ以降、傍聴の方は済みません。従来は基本計画で個別のことを書いておりましたけれども、こちらによりわかりやすく、より読みやすい形で解説しております。

基本的には、計画の内容等を踏まえて、改正と若干タイムラグがあるのですけれども、現状を正確に見て、個別の政策について、ここに書いてあるところでございます。分析と有機的に結びつけて、どうプレゼンテーションするかというのは難しいところではございますけれども、重ねて、この基本計画に書いてある個別の政策よりも、よりわかりやすく、よりリーダブルな形で、こういう形で実施状況を御報告しているところでございます。これを見ていただければ、現状、基本計画で行っていることがよりわかりやすく書いてあると、そういうふうに活用していただければと思っております。

○河上委員長 ほかに。高橋委員。

○高橋委員 今の御説明の点なのですが、本体を読む前に普通は概要を読むわけですが、概要が余りにも客観的な表現過ぎるのかなという感じはいたしました。

特に気になった2点を申し上げるのですけれども、例えば6ページで食の安心・安全の確保の、例の農薬混入問題に触れておられる点。これは結果として刑事事件だったわけで、自主回収と、それに対する消費者行政としての努力の書きぶりはそのとおりですが、そもそも安全・安心ということで言えば、こういう農薬混入問題などが起きないような事業者の管理体制が重要なのですけれども、これにここで触れておられない。

本文のほうでは、23ページから24ページにかけて、関係府省庁の対応というところで、23の最後に、4月21日に農林水産省は「食品への意図的な毒物等の混入の未然防止等に関する検討会」を開催しましたと。ここに3行、それに関連したことが書いてあるのですが、やはり安心・安全という点から言ったら、起きた事故に関して丁寧に記述し、その表示問題に発展されたり、自主回収、今回を教訓にしてプライベート商品等についてもきちんとしないといけないという認識を持ったというところまでだけでよいのか。繰り返し

になります。基本的な毒物の混入を許してしまうような食品の製造とか流通に関してほとんど記述していない点に、私は少し違和感がございました。

それから、もう一点はビッグデータに関するところでございます。概要では22ページに書いてあって、これだけを読みますと、認知度の高い人は理解があるけれども、ない人は理解がないと。さらに、今、繰り返し御説明されたように、認知度を高めていくことが大切だと読めるのですけれども、本当にそうなのでしょうかと私は思います。この認知度というのが、どの程度のことをもってきちんと認知していると捉えるのかといえば、表面的に知っているということをもって、ビッグデータに対する評価をしているかもしれないです。消費者委員会としても、大綱の成り行きを見ていて意見も出しているわけですが、知れば知るほど問題点が明らかになってくるわけです。

消費者庁として、個人情報保護、その他に配慮が必要だということは本文にも書いてあるのですが、全体的なトーンとして利活用をしましようという取りまとめになっていることに対して違和感があると申し上げておきたいと思っております。

○河上委員長 何かございますか。

○消費者庁浅田消費者政策課長 農薬混入につきましては、正直言えば、こういった事案の中でフードディフェンスというのがクローズアップされたのが事件の教訓だったということで、時系列的に見れば、この4月でここに書いてあるようなことかと思っております。そもそもそういう製品をつくってはいけないというのは当然のことではありましようけれども、その中でシステム的に対応していくという認識がまだ十分できていなかったということもあるかと思っておりますし、成果についても、まだ検討会のほうの結論が出ていないかと思っておりますけれども、そういったものについて必要に応じてフォローアップしていくということかと思っております。

ビッグデータにつきましては、まだこれから実態がどうなるかわからない。制度設計はこれから進むことになるとも思いますが、ここも引き続き将来の課題として考えていきたいと思っております。

○河上委員長 ありがとうございます。山本委員、どうぞ。

○山本委員 今、高橋委員も指摘されたビッグデータの件ですが、表を見ますと、利活用の際の適切な個人情報保護措置が講じられることを前提としていて、知っている人は、こういった保護措置に対する信頼も、恐らくそれなりに高い。知らない人は、その保護措置に対する信頼が低いというので、こういう結果が出ているのではないかという気がいたしますので、結局、その保護措置というのが本当にとることができるのか、あるいはどの程度とられるのかという点が、恐らく今後、制度設計していく上で重要だということを示しているのではないかと思っております。ただ単にビッグデータのことを知れば、それだけ信頼できるようになりますという単純な話ではないのではないかと思います。

○河上委員長 高橋委員、どうぞ。

○高橋委員 私も同様に思うのですが、説明ぶりでそういうふう聞こえなかったもので、

今後、外に発信するときには、今、継続中のことであり、重要な論点がいろいろ残っているということも消費者庁として消費者に対して発信していただきたいなと思います。

○河上委員長 特によろしいですか。

○消費者庁浅田消費者政策課長 もうこれで。

○河上委員長 白書の書き方が、ビッグデータの利活用によって得られる効果を周知していくことが重要ですというところに力こぶが入っているように見えるので、説明の仕方を工夫してくださいということでしょうね。

ほかにはいかがでしょうか。よろしいでしょうか。では、以上にさせていただきたいと思います。

今回の消費者白書ですけれども、先ほどからむしろ全体としては非常に高い評価を受けているかと思えます。消費者の間でも関心の高い食品をめぐる問題、それから情報通信の発達に伴う問題について、かなり掘り下げた検討を行っていることや、消費者被害・トラブル額全体像についての推計結果を盛り込むことなど、非常に意欲的な力作であると思われれます。取りまとめ作業に当たられた消費者庁を初めとする関係者の皆さんの御尽力に敬意を表したいと思えます。

この消費者白書は、消費者問題の現状と課題、それから消費者政策の実施状況等について体系的にわかりやすく説明するということを目的に作成されるものでありまして、その内容については当委員会でも非常に高い関心を持って拝見しております。本日も委員からいろいろな意見や提案が出たところでもありますけれども、それらも参考にした上で、今後、さらにその内容や形式についてブラッシュアップしていただければと思います。

また、今回の消費者白書の内容につきましては、各種の媒体、ルートを通じて積極的に広報していただくとともに、一般の方々にもより理解していただけるように、例えば平易な解説版を作成して、消費者教育とか啓発の教材として活用してもらおう試み等もぜひ検討していただければと思います。

さらに、齋藤委員からもお話がありましたけれども、今後、新しい消費者基本計画を策定する際には、消費者白書における分析結果を十分に踏まえて、中長期的な観点から、より消費者問題の実態に即した実効性のある計画となるように心がけていただければありがたいと思えます。

また、消費者安全法に基づく消費者事故等に関する報告につきましては、収集・分析した情報が、消費者はもとより、事業者、地方公共団体等に幅広く、かつ積極的に活用され、消費者事故の未然拡大防止に向けた取り組みを促すことが重要でございますので、安全情報の取りまとめ結果をもとにして、社会全体として消費者安全の確保が図られるように、引き続きその内容の充実・改善に努めていただければと思います。

きょうの話は、どちらかというと白書に重点を置いてしていただいたのですけれども、この事故情報の部分についても、別途説明いただくということですか。

○消費者庁浅田消費者政策課長 基本的には一体という認識でございますので、説明申し

上げましたように、これについては統計の表でございますので、資料を御提出することで説明にかえさせていただきたい。ただ、内容につきましては、こちらの本体のほうにも引用されて説明されているということです。

○河上委員長 どうもありがとうございました。

《 3. 消費者基本計画の検証・評価・監視について 》

○河上委員長 続きまして、「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規定されております。このため当委員会においては、5月中に開催した計3回の委員会において、計画の改定素案の内容等について関係省庁からヒアリングを実施し、去る5月27日の第160回委員会において消費者基本計画の改定素案に対する意見を取りまとめまして、関係省庁宛てに発出したところでございます。

その後、消費者庁を初めとする関係省庁等においては、本意見等を踏まえて所用の修正作業を行いまして、このたび計画の改定原案を取りまとめられたと伺っております。なお、この改定原案本案については、本日、6月17日付の文書で内閣総理大臣から当委員会に対して意見が求められているところであります。

本日は、この基本計画の改定原案の内容について、素案段階からの変更点を中心に御説明いただきまして、基本計画の変更案に対する消費者委員会としての答申を取りまとめたいと考えております。

それでは、また浅田課長にお願いしますけれども、説明時間は15分程度ということでお願いいたします。

○消費者庁浅田消費者政策課長 では、お手元の資料2-1になります。本体のほうは2-2になりますけれども、説明時間も限られておりますので、資料2-1、概要図で御説明したいと思っております。

基本計画の見直しにつきましては、この基本計画は平成22年度、2010年度に策定いたしまして、政策の進捗、あとは時々の発生した課題等を織り込んで毎年改定しておるところでございます。その過程におきまして、内閣総理大臣から消費者委員会に対して意見を求めるというプロセスがございまして、これにつきましては既に5月27日、消費者委員会から全体的な御意見をいただいております。

さらに、5月9日から26日までの間にパブリックコメントということで、一般の方から意見をいただいたところでございまして、おおむね300案の意見が来ておるところでございます。消費者団体、弁護士会の方から幅広く意見をいただきまして、そういったものをもとに、昨年度の改定版をもとに、とるべき施策、新たな情勢の変化、新たにとることとした施策等々を盛り込んで改定しておるところでございます、現状が2-1でございま

す。

まず、25年度の施策の検証・評価ということでございますけれども、昨年の改定から特に大きな変化につきましては四角に書いてあるとおりでございますが、消費者教育基本方針の策定等々がありました。あと、各省関係におきましては、例えば食品表示問題への対応、いわゆる偽装表示の問題とか、小規模社会福祉施設等におけるスプリンクラー設置等、消防法改正でございます。医療広告ガイドラインの改定等が行われたということでございます。こういったところを踏まえまして、消費者委員会の御意見とかパブリックコメントの意見も必要に応じて反映しつつ、案を御提示する次第でございます。

消費者基本計画につきましては、資料2-2が本体でございますけれども、180ぐらいの全政府の施策を網羅しているところでございますけれども、今お手元にありますとおり、そのうち特に重要な施策を抜き出しまして、この形で整理しておるところでございます。

ことしの改定の目玉といたしましては、⑩、右下でございますが、景品表示法に基づく表示の適正化でございまして、6月に改正法が成立いたしましたけれども、それに至る過程といたしまして、食品Gメンによる監視業務の実施、改正景品表示法の施行に向けて、コンプライアンス強化に向けた指針の策定等、これは法律に盛り込まれたところでございます。さらに、大きな目玉といたしましては、内閣総理大臣からの諮問に基づく消費者委員会の答申を受けまして、課徴金制度の導入に向けて制度設計を行い、速やかに国会に法案を提出するということを全政府としてコミットするというところでございます。

これがことし最大の目玉と言えるかと思いますが、順次、その他のところを御説明いたしますと、①リコールにつきましては、アクリフーズの問題が先ほどから出ておりますけれども、消費者庁リコールサイトのさらなる強化等により、よりわかりやすい情報提供のあり方を考えていくということを一課題としておるところでございます。

⑥健康食品につきましては、昨年、留意事項というものをいたしましたけれども、さらに引き続き議論しておりますけれども、昨年の規制改革会議の答申に基づきまして、機能性表示のあり方についての検討ということも書いておるところでございます。

⑦消費者教育につきましては、消費者教育推進会議、昨年、基本方針を策定いたしましたけれども、これに基づいて具体的な施策を小委員会を設けつつ議論しておるところでございますし、さらには消費者行政担当部局、教育担当部局との連携の強化、地方自治体における連携の強化といったことも働きかけておるところでございます。

⑧消費者裁判手続特例法の施行準備でございますけれども、現在、特定適格消費者団体の認定・監督に関する指針等検討会の開催等ということでございます。これにつきましては、前回御説明申し上げたときに、河上委員長から委員取りまとめで書きぶりについて御指摘がございました。これにつきましては、現状の文章は資料2-2の18ページで、前回、事業者との関係について、かなり強調した文章だったわけですが、消費者委員会の御指摘もありましたので、こういった形で「附則に基づく検討」ということで、中立的な書き方

に改めたところがございます。

2-1に戻っていただきまして、食品ロスの削減につきましても、昨年度まで消費者庁のほうで有識者会議を設けて検討しておりましたけれども、先ほど白書のほうでも御説明しましたとおり、行政、事業者、消費者の方々の連携、それぞれの立場からの削減の取り組みを進めていきたいということがございます。

さらに、⑩、⑪も6月に通りました景品表示法の改正の中の改正消費者安全法の部分についてでございますが、地方消費者行政につきましても、改正消費者安全法の施行に向けて、法律の概要等の情報周知、及び⑪消費生活相談業務の質の一層の向上ということで、これも施行に向けまして、地方公共団体をはじめとする関係者への概要等の情報周知を盛り込んだところがございます。さらに、法律が通りましたけれども、その下部法令等の検討もこれから進めていくということがございます。

⑫PIO-NETの刷新も昨年度の補正予算でついたところがございます。具体的な設計、試験運用を行っていくところがございます。

3で「消費者の信頼の確保」ということで、消費者安全の関係でございますが、特にエステ・美容医療サービスにつきましては、改正医療広告ガイドラインとインフォームドコンセントの周知徹底等を盛り込んだところがございます。

特定商取引法につきましては、現在、法改正に向けての事前の検討、消費者被害の発生状況の把握・検証等の検討会を開催いたしまして、将来の法改正が附則で定められておりますけれども、そのための現状把握・実態把握を進めていくことになっているところがございます。

あと、詐欺的投資勧誘につきましては、事業者への適切な注意喚起等とありますけれども、詐欺的投資勧誘に使われるツールの関係でございますが、こういったところについて事業者の方々へ本人確認といったことも含めた適切な注意喚起をしっかりと行って、犯行ツール対策を強化していきたいということがございます。

さらには、⑬は総務省さんのほうでICTサービス安心・安全研究会での検討ということでございまして、販売法の改善に向けた制度的な対応も含めた検討がされていると承知しておるところでございます。概要につきましては以上です。

○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。岩田委員、どうぞ。

○岩田委員 3つ質問させてください。

1つ目は、5月に当委員会が多数の項目についての意見を出したのですが、その意見の中で反映されなかった項目があるとすれば、それは何だったのかということが1点目です。

2つ目は、パブリックコメントで多数の御意見があったという御説明がありましたけれども、パブリックコメントによって修正された点があれば、それはどういうことだったかということをお尋ねしたいと思います。

3つ目は、これを取りまとめるに当たって各省庁と折衝・調整をされたと思いますけれ

ども、各省庁との関係で難しかったことがありましたら、それを教えていただきたいと思います。以上3つです。

○河上委員長 お願いいたします。

○消費者庁浅田消費者政策課長 5月27日の消費者委員会の意見の中で、基本的には反映しておると認識しております。いろいろ細かい全体にわたる御意見をいただいておりますけれども、全て文章的に織り込めたわけではありませんし、具体的に政策を進めていく過程において、留意事項として今後活用していくということはあるかと思えます。

1点、2. 個別施策に関する事項の(8)詐欺的投資勧誘対策の①特定商取引法の指定権利制の在り方、又はこれと類似の制度整備についての検討を行うということでございまして、これは昨年度から詐欺的投資勧誘の議論でずっと繰り返しになっているところではございますけれども、詐欺的投資勧誘対策の中で指定権利制というものを取り上げるのはどうなのかということで、これもフォローアップの過程において、私のほうから改正消費者安全法の財産事案対策ということを活用して対応していくということで御説明してきたところでもございます。

ただし、特定商取引法全体のあり方については、先ほど⑮で申しましたとおり、現在、消費者被害発生状況把握・検証を今、進めておるところでございまして、こういう指定権利にトラブルがあるかどうかも含めて、今後検討すると聞いているところでございます。

あとは、特に金融庁関係で適格機関投資家とかクラウドファンディングにつきましても新規で盛り込むようにという御指摘がございましたが、これも対応したところでございます。

ほか、私どもとしては、いろいろ細かい御指摘もありましたけれども、考え方としては全てを書き切れたわけではございませんけれども、織り込むべきは織り込み、かつ今後、具体的な実施に当たって進めていくところは進めていくという認識でおるところでございます。

パブリックコメントにつきましても300件ほどいただきました。ただ、割と細かいものが多かったのですが、これも具体的に政策を行うに当たって、こういう点に留意してくださいといったものが多かったという認識しております。

あと、消費者委員会のほうであった意見とも整合しますけれども、具体的にどう反映したかについては、個別にお答えするよりは、基本計画が発表された後にどういう対応をしたかということをして全てお答えして公表することにしております。整理がまだ不十分でございまして、個別のいただいた意見に対してどう対応したか、盛り込んだか、もしくは盛り込んでいなかったか、今後留意していくかということも含めて、全体を整理して公表することにしておるところでございます。そちらをご覧くださいということで、また必要に応じて御報告したいと思います。

○岩田委員 事後にそういたしますけれども、特にここで情報としてシェアすべきような

大きな点でパブリックコメントの中から吸い上げたことはありましたか。

○消費者庁浅田消費者政策課長 今、整理中でございますので、なかなか難しいですが。

○消費者庁消費者政策課担当者 今回、パブコメについては、施策の推進のときの御要請というか、このようなところに留意して進めてほしいというところがほとんどでございますので、パブコメの意見で大きく変えたというところは基本的にはございません。

○河上委員長 何か特徴的な点、たとえば指定権利制はやめたらどうですかというのがたくさんありましたとか、そういうことはないのですか。

○消費者庁消費者政策課担当者 指定権利制に関する御意見も中にはございましたが、そこは今回の原案の段階では、検討の結果、状況は政策課長からの説明があったかもしれませんが、現時点では反映させない形で案を作成しておるところでございます。

○河上委員長 また主だった意見とかをまとめた形で委員会のほうに御報告いただければありがたいと思います。

○消費者庁消費者政策課担当者 わかりました。こちらの意見につきましては、今、各省で回答の作成作業なども毎年やった上で公表することになっておりますので、その作業のある程度の整理ができたところで、先ほどの委員長の御指摘を踏まえて整理の上、委員会に情報を御報告させていただきたいと思います。

○河上委員長 よろしくお願いします。

もう一つ、岩田委員からあった各省庁との関係で苦勞されたような点というのは何かございますか。

○消費者庁消費者政策課担当者 今回の原案に向けての調整では、特に各省との間で大変な時間を要するという形のもの、素案の段階からはございませんでした。

1点、時間を要した点ということで言えば、地方消費者行政のところの書きぶりですけれども、素案の段階ではまだ調整中だったものを、この原案までに間に合わせたということで、私どもの地方協力課と総務省との間で一定の時間を要したところでございます。

○消費者庁浅田消費者政策課長 該当箇所は。

○消費者庁消費者政策課担当者 該当箇所は、施策番号の121、122です。

○消費者庁浅田消費者政策課長 71ページです。

○消費者庁消費者政策課担当者 この一番最後の丸のところが素案の段階では調整中となっておりましたが、そこが原案までにこういう文章で合意ができたということでございます。

○河上委員長 岩田委員、よろしいですか。

○岩田委員 どうも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 ただいまのパブリックコメントの件でございますけれども、岩田委員からも御質問がありましたけれども、パブリックコメントに意見を提出する側としては、それなりに検討して意見を出すわけでございますね。ですから、それがこういう計画書にどのよ

うに反映されたかというのは非常に関心が高いところであると私は思います。ですけれども、こういう場で詳細な御意見が多くて、施策そのものに反映できるような意見はありませんでしたと言われてしまうと、出したほうとしても、あら、そうだったのかしら。もちろん出す側の力も上げなければいけないとは思うのですけれども、その辺の対応の仕方というのはもう少し丁寧に。

これからのことだと思いますけれども、既に基本計画ができた事後に、こういう対応にしましたと言われても、もうできた後ですから、出した側はそこで出したときの気持ちをおさめるというのは難しいのかなど、意見を出す側として正直思いました。感想だけです。消費者委員会の出しました意見につきましては、とても真摯に対応していただいて、ほとんど盛り込んでいただいているわけですから、恐らく消費者団体なり、そのほかから見られて、事業者側も含めて上げられてきましたコメントにつきましては、一つ一つ吟味していただいたと思っております。その上での感想でございましたので、特にコメントは要りません。

○河上委員長 ほかには何かございますか。石戸谷委員、どうぞ。

○石戸谷委員長代理 全体的な話は後にして、個別施策のところですが、5月の消費者委員会の意見で、商品先物の関係は今まさにやっているところなので、入れにくかったかなという感じがするのですけれども、エステ・美容医療のところは、消費者委員会としてもかねてから力を入れてやっているところでありまして、今回も十分な効果が見られない場合は法規制を含めてという趣旨で、必要な措置を検討することを明記されたいという意見を、医療広告ガイドラインとインフォームドコンセントの指針のほうで出しているのですけれども、ここは難しかったのでしょうか。

○消費者庁消費者政策課担当者 こちらにつきましては、厚生労働省でガイドラインとか指針というのを前倒しで御作成いただいたという形でございます。

○消費者庁浅田消費者政策課長 まずは、遵守状況の把握という、これは本文24ページにあります。

○消費者庁消費者政策課担当者 こちらにつきましては、当初は周知徹底ということだけだったのですけれども、遵守状況の把握もしっかりやるということで整理させていただいております。

○河上委員長 25年度のところでは、「法規制を含めた必要な措置の検討」というのが入っていたのが落ちたということですか。

○消費者庁消費者政策課担当者 この部分につきましては、まずは昨年策定したガイドラインと、この指針の周知徹底、そしてその効果を検証したいと。その上で、さらに必要があればという厚生労働省の考え方を伺って、こういう形になっております。

○河上委員長 ただ、26年度のところも周知徹底及び遵守状況の把握というのがあるって、25年度の前段はそれですね。それなのに、後段の部分が落ちたということにはならないのですか。

○消費者庁消費者政策課担当者 25年度の検討の結果、今回はガイドラインの策定とか指針の策定という形で、まずは対応されたということとして伺っております。

○河上委員長 では、別に25年のものが否定されているという意味ではないという理解ですね。

○消費者庁消費者政策課担当者 はい。25年度のこれを否定するということではなくて、まず25年度にそれを視野に入れて行った検討の結果、ガイドラインと指針という形で今回対応されたということでございます。

○河上委員長 岩田委員、どうぞ。

○岩田委員 このままだと、25年度については「法規制を含めた必要な措置の検討」となっていて、これを受けて、法規制を含めた必要な措置を検討した結果がガイドラインの策定であると読めるのですよ。ですから、25年度の「一定の改善が見られない場合」以下のものについては解決できたと読めますので、多分そうではないという消費者庁の御認識だと思いますし、厚生労働省もそういうふうに認識していただいているのであれば、25年度の後半の部分と同じ文言を26年度についても書いていただいたほうがいいと思います。

○消費者庁消費者政策課担当者 今、御指摘の部分というのは、25年度の後段の「一定の改善が見られない場合」以下の表現を26年度のところにも引き続きということですか。

○岩田委員 そうです。

○消費者庁消費者政策課担当者 ここにつきましては、私どもで想定しておりませんでしたので。

○消費者庁浅田消費者政策課長 ちょっと確認しますか。

○消費者庁消費者政策課担当者 ここにつきましては、厚生労働省の考え方を今の御指摘を踏まえて、もう一度確認の上、御報告させていただきます。

○河上委員長 ため息が聞こえましたけれども、別に削除する必要はなかったところだろうと私も思います。

○消費者庁消費者政策課担当者 先ほど削除という御指摘があったのですけれども、新旧対照表を見ていただきますとわかるのですけれども、25年度の部分の書きぶりは昨年と全く変わっておりません。26年度についても、昨年策定している文案で「一定の改善が見られない場合」という文言は、26年度のところにはもともと入っていなかったという事実関係はございます。ですので、削除したということではございません。

○消費者庁浅田消費者政策課長 資料2-3の13ページですね。

○消費者庁消費者政策課担当者 この基本的な考え方、①、②の冒頭の文章のところにあるように、利用者への説明責任を徹底して実現する。あるいは、まつ毛エクステンション等に関しても必要な措置を講じていく。この基本的な重点施策の考え方のところは全く変わっておりませんので、その中で平成26年度に何を取り組むかという部分の書きぶりにつきまして、昨年、厚生労働省でガイドライン等を作成したという、要は26年に策定予定のものを前倒してつくっていただいたということがございますので、まずはつくったガイ

ドライン等の効果をきちんと検証するという、あるいは周知徹底するというのを今年度実施するというのを端的に書いたという構造になっております。

○河上委員長　そこは問題ではありません。25年度の段階で書かれていたものが26年度の段階で書かれていない。26年度の段階での表現ぶりによって消費者基本計画というものが全体として見える状態になるわけで、そこには「法規制も含めて必要な措置」という言葉が見えにくくなっているということは事実ですね。

○消費者庁浅田消費者政策課長　では、ここはもう一回、厚生労働省のほうに考え方を整理してもらって、しかるべき方法をとります。

○河上委員長　ほかにはいかがですか。もう大体固まっているものですから、また担当者のため息が出ると気の毒なのでこの辺でよろしいですか。

○消費者庁消費者政策課担当者　1点補足で御説明させていただきたいのですが、施策の153の3をご覧いただきたいのですが。

○河上委員長　医療のほうですね。

○消費者庁消費者政策課担当者　ええ。原案の83ページです。

○消費者庁浅田消費者政策課長　資料2-2の83ページです。

○消費者庁消費者政策課担当者　先ほどの法規制を含めた措置を消しているように見えるということですが、そこは重点施策の書きぶりとして、もしかしたら見えにくい部分があったのかもしれませんが、実際に各省庁で取り組んでいただく個別の具体的施策の文言については修正しておりませんので、具体的施策の中には引き続き、その法規制を含めた必要な措置を検討・実施していくということは掲げております。ただ、そこに至る。

○唯根委員　「実施済み」と書いてあります。

○消費者庁消費者政策課担当者　その検討の結果が「実施済み」となっているということで、今の御指摘ということですね。大変失礼いたしました。

○河上委員長　対応方、よろしくをお願いします。

○石戸谷委員長代理　ぜひよろしくをお願いします。

○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　まず、資料2-1の案で御説明いただいた⑩詐欺的投資勧誘のところになんか新しくつけ加えたものとして、下線で「事業者等への適切な注意喚起等による」ということで、犯行ツール対策を強化すると書いてあるのです。これは、2-3の詳しいところを見ても、それ以上のことが書いていないのですが、普通、こういうところで事業者と言うと、これに関連した当該事業者のことを言うようにどうしても感じてしまうのです。

これは詐欺的投資勧誘をする悪質な事業者ではなくて、その犯罪幫助につながってしまうような、現金を宅配便で送るとか振り込みとか、携帯など電気通信に関わる事業者のことを言っているのだらうと思うのですが、一般の方が見たときに何を言っているのかわかりにくい表現だと思うので、もう一工夫、何とかいかないでしょうか。

○河上委員長 施策の何番ですか。

○高橋委員 ⑯詐欺的投資勧誘。

○消費者庁浅田消費者政策課長 資料2-3であれば14ページです。当然、これはこういった携帯電話、レンタル携帯とかレンタルオフィス等々のものであって、詐欺的投資勧誘の事業者に注意喚起をしても効果はないというのはそうで、済みません、そういう認識だったものですから。

○河上委員長 事業者の後ろに括弧書きで「何とか等」を入れるぐらいはできますか。

○消費者庁消費者政策課担当者 具体的にこういう書きぶりがわかりやすいという御提案があれば。

○河上委員長 宅配業者等とか。

○消費者庁浅田消費者政策課長 列举して。

○消費者庁消費者政策課担当者 例示を列举してわかりやすくすべきという。わかりました。そこは、御指摘を踏まえて、対象の事業者がわかりやすくなるように工夫させていただきます。

○河上委員長 ほかにはよろしいでしょうか。どうぞ。

○石戸谷委員長代理 全般的なことですけれども、2月の消費者委員会の意見でも、5月の改定素案に対する意見でも、5年計画の最後なので、次につながるようなところを取り上げていたのと、白書との連動性ということを取り上げていたと思います。それで、5年間の最後だということで、改めて現行の消費者基本計画を読み直してみますと、消費者庁と消費者委員会が発足したときに今の5年計画というのは策定しておりますので、いろいろな議論があって、こうなったというのが思い起こされるのですけれども、5年間の間に社会経済状況というか、政治的にも大きな動きがあったなとつくづく思います。白書の中にも出ていると思います。だけれども、5年間の消費者基本計画の総論部分、基本的な枠組みというのはほとんど変わっていない。

重点施策についても、先ほど御説明いただいたとおりでありまして、⑲景品表示法に基づく表示の適正化は入りましたけれども、そのほかの部分には5年間大きな変更なしに來ているということで、法定白書ができて、その連動の実施状況及び消費者問題が置かれている状況というのは、ビビッドに取りまとめて分析されていることと比べると、次にこれをという連動性がうまくとれていないのではないかという気がいたします。これは、長期計画を一旦枠組みとしてどんと決めてしまうと、大きな変更というのはなかなかやりにくいかなと改めて感じたところです。個別の施策については、当然ながら直しが入るとしても。

ですので、次の段階として余り長期の計画を立てるのはどうかと。白書との連動性という問題もありますし、大きな変更というか、変化というのが、今の時期で言うと、規制改革との関係でいろいろ大きいテーマが次々と出て、消費者委員会のほうで意見を出している総合取引所とか商品取引所の開業問題もそうですし、クラウドファンディングもそう

ですし、これからパーソナルデータ、ビッグデータの活用はこちらのほうでも検討しているし、健康食品の機能性表示の緩和とか、そういうものに対する基本的な捉え方がなかなか見えにくい。

そういうこともあって、総務省のほうの勧告を見ても、政府全体として何をやりたいのかということをはっきり言うことがうたわれているのは、そういう点もあろうかという気がいたします。ですので、次期計画を立案するに当たっては、当然この勧告というのは消費者委員会の問題でもあるので、こちらとしても協力して、いいものをつくるために活動しなきゃいけないと思いますけれども、その辺のことから組み立て直しというか、考えるような形でスタートしていただければと思います。

○河上委員長 次期計画についての要望ということですね。何かございますか。

○消費者庁浅田消費者政策課長 次の計画の議論は、この場でも知見をかりながらまた進めたいと思いますけれども、いずれにせよ、計画も消費者基本法に定められた法定の計画になりますので、そういう中で5年間、ある程度大きな枠組みについては、予見性を持って5年ぐらいの枠組みを定めた上で、時々消費者問題というのをどういう対応をしていくかというメッセージを出していくという構成が基本的なものだろうと思います。

重点施策については、昨年度から新たに始めたものですがけれども、ことしは計画の最後ということで、基本的に項目を引き継いでおりますけれども、こういったものを来年度も次の計画に引き継いでいくのであれば、必要に応じて機動的にこういうものを見直していくということで、要するに今の段階で政府として何が重点なのか、何がしたいのか、何に取り組んでいるのかというのをよりわかりやすくするという工夫はあるべきだと思っております。

○河上委員長 どうもありがとうございました。どうぞ。

○消費者庁消費者政策課担当者 私の説明の中にちょっと不十分な点がありましたので、補足と訂正というか、言い直しをさせていただきたいのです。1つは、パブコメの対応の部分でございます。パブコメの意見で修正した部分はないと申し上げたのですがけれども、それは2つの意味で不適切な発言でございました。

1つは、私、説明の際に資料を一部見落としておまして、パブコメだけの御意見で直した箇所が1カ所ございます。施策番号60のところに「厚生労働省」を担当省庁の欄に加えております。これは、パブリックコメントの中で、こういった高齢者の見守り等を行っていく際には、厚生労働省との連携も必要だという趣旨の御意見がございましたので、今回、協議の上で追加している部分でございます。

もう一点、いただいた御意見の中で、委員会の意見と同じような修正意見も当然ございましたので、そちらは我々の作業上、委員会意見という形で手元で整理していた関係もございまして、先ほどあのような申し上げ方をしましたけれども、それ以外のポイントについても、委員会の御意見とかなり重なっている部分もございましたので、そういう意味で明確に直したのは、この1点でございますけれども、それ以外のパブリックコメントの

意見と共通して委員会の意見を反映させていただいた。

あと、今後それぞれの施策を推進していく上では、それぞれ関係省庁とパブリックコメントの内容を共有して、施策の必要な情報として活用させていただいておりますので、訂正・補足させていただきます。どうも大変失礼いたしました。

○河上委員長 どうもありがとうございました。

それでは、先ほどからの議論の中で出てまいりましたけれども、パブコメに対する対応で主要な点については、また情報を整理した形で委員会のほうに御報告をお願いしたいと思います。

それから、14番のエステ・美容医療に関してですけれども、一定の改善が見られない場合に、法的な、制度的な措置を検討・実施するという点についても書き込みをぜひお願いしたいということと。

さらに先ほど「事業者」という言葉がどうもあいまいなので、そこを具体的に何か例示してわかりやすくするという点が意見として出てまいりましたので、ぜひその点についても対応をお願いしたいと思います。

それで、委員会としては、変更いただいた改定原案をもとに、これで結構ですと言いたかったところではあるのですが、今のような修正を含めて、現時点で答申を文章化したものはお配りすることはできません。

○消費者委員会事務局 今、御指摘あった点は後で修正するとして、それを前提に。

○河上委員長 今の段階で消費者庁のほうでも対応が必要でしょうから、前提にすることはできないでしょうね。

○消費者庁浅田消費者政策課長 そのとおりにいたしますと即答できればいい話ですが、詐欺的ツールの事業者のところは考えればいいと思いますけれども、エステ・美容医療のところは私どもの一存では決められないことでございますので、運営についてはまた御相談いただいて対応したいと思います。いかがでしょうか。

○河上委員長 答申の確認は次回でもよろしいですか。はい。それでは、次回ということにさせていただきます。何度も御説明いただいたのですけれども、後出しになってしまった部分は、申しわけございませんが、よろしく願います。

それでは、この案については、本日、皆様から出された意見を踏まえて修正することにいたします。最終的な修正の仕方については、私のほうに文案を一任いただいでよろしくごさいましようか。

○河上委員長 それでは、私の方で原案を修正した上で、次回、正式な答申をとということにいたします。

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した。

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した。

《 4 . 閉 会 》

○河上委員長 最後に、事務局のほう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 次回の本会議の日程、議題については、決まり次第、委員会ホームページ等を通じてお知らせいたします。

なお、この後、委員会間打ち合わせを開催しますので、委員の皆様におかれましては委員室のほうに御移動いただくようお願いいたします。5分程度休憩の後、開始します。

○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。