

消費者委員会本会議（第275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275回）

議事次第

1. 日時 平成30年5月31日（木） 15:15～16:43

2. 場所 消費者委員会会議室

3. 出席者

（委員）

高委員長、池本委員長代理、受田委員、大森委員、鹿野委員、長田委員、樋口委員、
増田委員、山本委員

（説明者）

消費者庁赤崎食品表示企画課長、公共料金等専門調査会井手座長代理、
消費者委員会事務局担当者

（事務局）

黒木事務局長、福島審議官、丸山参事官

4. 議事

（1）開 会

（2）平成29年度消費者意向調査の結果について

（3）電力・ガス小売自由化のフォローアップ及び注視すべき論点について

（4）その他

（5）閉 会

《 1. 開会 》

○高委員長 それでは、時間になりましたので、ただいまから「消費者委員会第275回本会議」を開催いたします。

本日は、蟹瀬委員が欠席となっております。

まず、配付資料の確認につきまして事務局より説明をお願いいたします。

○丸山参事官 お手元の議事次第下部に配付資料一覧を記載しております。資料1と資料2、参考資料となっております。不足がございましたら、事務局までお申し出いただきますよう、よろしくお願いいたします。

《 2. 平成29年度消費者意向調査の結果について 》

○高委員長 本日、最初の議題は「平成29年度消費者意向調査の結果について」でございます。

消費者基本計画においては、食品表示法に基づく新しい食品表示制度について、消費者・事業者への普及啓発を行い、円滑な施行とその定着を図ることとされております。5月の第273回委員会において答申を発出した本年度の消費者基本計画工程表改定においては、食品表示制度に関する消費者の理解度についてのKPIは検討中とされておりました。本件については、昨年11月の第261回委員会においても、その検討状況を含めた食品表示制度の周知、理解度向上に向けた取組について消費者庁よりヒアリングを行ったところでございます。

本日は、その後の取組や検討も踏まえた平成29年度消費者意向調査の結果が取りまとまったということでございますので、その内容について消費者庁より御説明いただき、意見交換を行いたく思います。

本日は、消費者庁赤崎食品表示企画課長にお越しいただいております。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。

それでは、恐縮でございますけれども、20分程度で御説明をお願いいたします。

○消費者庁赤崎食品表示企画課長 消費者庁でございます。

お手元の資料1-1「平成29年度食品表示に関する消費者意向調査報告書の概要」、あと、資料1-2で調査報告書本体を御用意しております。まず資料1-1に沿って、今回の調査報告書のポイントを御説明いたします。

資料1-1の1ページをお開きいただければと思います。消費者意向調査報告書の概要になります。

この調査は、消費者庁が行っているもので、文字どおり、食品表示制度に対する消費者の理解度

や要望を調査するため、平成28年度から実施しています。中身については、約1万人の対象相手にWebで調査を行うというもので、平成29年度の調査については、今年1月から2月にかけてアンケートの回収を行っております。お手元にあります調査報告書本体は、本日、消費者庁のWebで公表することとしております。

この報告書は、1つ目の白丸の理解度が正にポイントだと思っております。これまで消費者庁では、食品表示の普及啓発に取り組んでいますが、政策評価の測定指標については、実質的には単に知っているかどうかという認知度が実態でした。しかしながら、今回、それを理解度といたしまして、より具体的に表示ルールを知っているかどうか。言い換えると、消費者が買い物をする際に正しく判断するための素地があるかという点に力点を置いて調査を行い、結果を取りまとめたということです。

この点につきましては、先ほど高委員長からお話がありましたとおり、昨年11月のこの委員会で、消費者庁から、食品表示に対する消費者の理解度について御説明させていただき、理解度については、この消費者意向調査を利用して達成目標を設定し、かつ達成の度合いを把握すると説明しておりました。今回は、その結果を御説明させていただくこととなります。

調査内容の概要は1ページの下の方の白丸のとおりですが、まず1つ目の黒丸、栄養表示、アレルギー表示、原材料・添加物表示、製造所固有記号等の理解・活用状況。いろいろな義務表示の事項がありますが、それぞれについての理解・活用状況です。

2つ目の黒丸は、今の表示制度全般に対する課題や要望をお聞きするという内容です。以上の点につきましては、ベーシックなものと考えており、今後、この調査を毎年度行いたいと思っておりますが、基本的には同じ設問にして経時変化が分かる形で調査を進めていきたいと思っております。

その下に黒丸が3つございます。添加物表示、アレルギー表示、原料原産地表示につきましては、トピックス的なものということで、29年度はこの3つを取り上げています。

2ページ以降が調査報告書の内容です。まず、食品表示制度全体の認知度です。この認知度から、次のステップとして理解度を把握するという流れになります。まず、理解度を把握する前段階としての認知度についての記述です。この認知度については、食品表示がどのようなものか知っているかという設問で「はい」と答えた方のうち、実際に表示の具体的な仕組み、例を提示して、認識が一致していたかどうか確認し、認識が一致していた者の割合という形で算出しています。具体的に表示制度がどのようなものか知っていますと答えた方が65.8%。その中で、後で突合してみても認識が一致していた方が94%ですので、2つを掛け合わせまして61.9%となっております。

この61.9%の意味合いですが、基本的には必要に迫られてと申しますか、実際に表示制度は何たるかというのを知っておられる方だと思っております。裏を返すと、この100%から61.9%を引いた方は、例えば、「配偶者が買い物をするので、私は表示制度を知らなくても大丈夫。」または、「私は値段しか見ない。食品として売られているものは、品質も含め、問題ないはず。あえて表示事項は関心がない。」といった方になります。そういう方々も現実にはおられると思っております。我々としては、政策を実施する場合、まずターゲットについて、表示制度がどのようなものか、ある程度

分かっている方、関心を持って、そういうものを自分のものとして受け止めておられる方、そういう方々に焦点を当てて、いろいろな対応を講じていきたいということで、ここにある認知度61.9%というものを算出しております。

あとは、いろいろな表示事項があるので、その理解度の目標や実績をいかに把握していくかになります。それが3ページ以降になります。3ページは、表示事項が多々ある中で、添加物についての認知度ならぬ理解度について整理しております。まずは、添加物表示の理解度の目標値を43.5%としております。この算定根拠は、2つの要素の掛け合わせになります。2つの要素のうちの1つは、先ほど2ページで御説明した食品表示全体を認知している方、61.9%になります。その方のうち、添加物表示を日々の買物で参考にしていただいている方がどれだけいるか、別途調べたところ、61.9%のうちの約7割でした。したがって、6割掛ける7割で、43.5%となりました。

この方々は、食品表示制度の全体像をある程度御理解しておられ、かつ添加物表示を参考にしていただいている方になりますので、我々としては、今から添加物表示の推進普及を図るときは、100人おられたらそのうち43.5%の方は内容を具体的に理解いただいている。言い換えますと、日々の買物の際に添加物表示を理解した上で、いろいろな選択ができるという目標として掲げているという次第です。

では、この目標の43.5%に対して、昨年度の実態はどうかというのを調べたところ、現時点の理解度は20.1%であり、目標に比べると半分以下になっています。この20.1%の算定につきましては、その下にある4択の選択肢を立てて、うち正解を選んだ方という形にしております。赤で囲っている「添加物の表示は、使用した添加物に占める重量の割合の高いものから順に表示」が正解になりますが、正解でない設問で見ても、1つ目「添加物の表示は、指定された添加物が全て表示されている」については、実はキャリーオーバーとか加工助剤は表示義務がありませんので、不正解になります。

2つ目の、添加物表示は、添加物の「効果の高いものから順」というのも、添加物そのもののお話ですが、そういう制度にはなっていません。

4つ目の、「添加物の表示は、全て物質名で表示されている」というのも、実は一括名表示という概念が今、制度としてありまして、全てが物質名で表示されるわけではありません。その意味で、添加物制度全般にわたる設問を立てて、そのうちの正解を当てた方という形で、今回、正解率を見たところ、20.1%になったということです。したがって、目標43.5%に対して、実績20.1%ですので、まだまだ我々の努力不足ということで、今後、添加物制度については、より正確に理解いただくための取組をしないといけないということになります。

あと、これは以下の設問にも共通しますが、「分からない」という方が非常に多くおられます。添加物につきましても26.7%おられまして、4択のそれぞれの回答率よりも多い割合となっています。その意味では、よく分からないという方々をいかに減らしていくかということも、我々、大事な取組としてやっていく必要があると考えております。これは日本全体のマクロの数値になりますが、その下にございますように、年代別・性別のデータもございますし、あと、データそのものだと地域別もございますので、今後、いろいろな成果の検証をしていくときには、個々のデータ

のクロス集計も含めて、きめ細かくやっていきたいと思っております。

4 ページ以降も同じような建て付けで整理していますが、4 ページは栄養成分表示の理解度になります。この栄養成分表示の理解度の目標は35%になります。繰り返して恐縮ですが、食品表示制度全体の認知度61.9%のうち、栄養成分表示を参考にしている方がどれだけいるか。それを全体割合で出したのが35%ということになります。この35%の目標値に対して、現状、正しい御理解をいただいているのが38.7%であり、これにつきましては、消費者の方々に比較的良好に御理解いただいていると思っております。

この設問につきましては、4 ページの中ほど下にありますけれども、表示が義務付けられた栄養成分が5つございます。赤で囲っておりますが、まずは熱量。次に、たんぱく質、脂質、炭水化物、いわゆるPFC。あとは、ナトリウム（塩分相当量）。この正解に対して、正解でないものを併せて設問として立てて、正しいものを選んだ方ということになってはいますが、総じて、栄養成分表示につきましては御理解いただいていると考えております。

その次、5 ページ以降になります。まず5 ページはトクホです。トクホの表示の理解度の目標値、計算式は今までと同じですので省略しますが、目標値としては41.9%の方に制度を正しく、詳しく御理解いただきたいということになりますが、今の実績で見ますと32.2%です。平成3年にできて、もう四半期以上経過している制度ですが、我々としても消費者にきちんと御理解いただくための取組がまだまだ必要だと、この結果が示しているものと思っております。

6 ページの栄養機能食品も、国が所管している制度についての理解度ですが、この栄養機能食品につきましては、理解度の目標43.9%に対して、実際に御理解いただいている方々の割合は8.1%と、極めて低いというのが実態です。これは、制度自体がまだ十分知られていないという思いを持っておりますが、今後、トクホ、それから後述の機能性表示食品共々、国の制度として3本柱としてありますので、一体となって普及を図っていく必要があるということが、正にこの結果だと思っております。

その次、7 ページになります。これは、機能性表示食品の理解度です。理解度目標につきましては40.7%になりますが、実際の今の理解度、実績で見ますと15.3%。機能性表示食品制度は、平成27年度から始まって丸3年経過し、今は4年目の制度です。これまでもいろいろところで推進・普及がまだまだ足りないという御意見、お叱りをいただいておりますが、正に数字として表れておりますので、この点につきましても我々、一つの教訓として今後に生かしていきたいと思っております。

8 ページが遺伝子組換え食品の表示の理解度になります。理解度の目標は32.5%となっております。ただ、これにつきましては設問を少し工夫しております。今まで御説明したのは、4択で正解を1つ選ぶというものでしたが、遺伝子組換え表示につきましては、正しいと思うものを全て選んでいただく。複数回答可という形にしております。

遺伝子組換え食品表示につきましては、消費者庁では本年3月に有識者検討会の報告をいただいております。今後、それを具体化、肉付けして、いずれ我々諮問させていただいて消費者委員会で

御議論いただくという、正にそういうものですので、表示制度の理解度につきましてもややきめ細かくと言いますか、正答を2つ挙げて、それを選んでいただく形にしております。いずれにしても、目標32.5%に対して、今の正解率は9.8%と11.2%と、極めて低い状況になっておりますので、遺伝子組換え表示につきましても推進・普及が急務だと痛感しています。

9ページ以降が原料原産地表示になります。原料原産地表示については、昨年3月に消費者委員会に諮問させていただき、昨年8月10日に答申をいただいておりますが、推進・普及を含めた様々な取組をすることを前提条件として、答申として認めるという御回答をいただいております。正に、推進・普及に最優先で取り組む必要があるので、我々が立てた設問もかなり具体的な、詳しいものとしております。

まず、9ページは、そもそもの今の認知度を調べています。去年9月から制度が新しく変わっていますが、それを知っていたかどうかという設問に対し、知っていたという方が9.2%で、多くの消費者に制度が変わったことが浸透していないというのが、ここからも読み解けるものと思っております。

10ページ以降が、原料原産地表示制度の理解度についてです。原料原産地表示の場合、複雑とか、いろいろな御指摘を昨年いただきましたので、表示制度を幾つか要素ごとにばらして、それぞれの要素についての理解度ということで、ここもかなり具体的な整理をしております。

まず、原料原産地表示制度の理解度目標は50.4%、これは共通で考えております。それに対し、10ページを見ますと、表示制度の中の対象加工食品はどういうものかという設問に対し、「輸入品を除く全ての加工食品」が正解になりますが、それを正しく御理解いただいている方が全体の11.5%。目標への充足率は約2割ということで、まだまだ消費者に伝わっていない。今、経過期間中ではありますが、現状としては消費者への浸透が非常に遅れているという意味で、我々はこれを重く受け止めて、今後対応する必要があると思っております。

11ページは、原料原産地表示制度の中でも、対象原材料についての設問です。この正解は、「原材料に占める重量割合上位1位の原材料」に表示義務がかかるになります。目標値の50.4%は一律ですけれども、この点の理解の達成度合いは15.1%。先ほどの対象加工食品の11.5%に比べるとやや高いですが、50.4%の目標に比べるとまだまだ低いと考えています。

12ページは、原料原産地表示制度のうち、製造地表示についての達成度合いです。これは、目標50.4%に対して、製造地表示を正しく理解いただいている方が16.4%。まだまだ十分伸びしろがあり過ぎる状況だと思っております。

13ページが「又は表示」についての理解の状況でして、目標50.4%に対して、10%強の方しか御理解いただけていないということになっております。

14ページが「大括り表示」についての理解の度合いです。目標50.4%に対して、これだけはやや高め35.5%となっております。

いずれにしても、原料原産地表示制度を幾つか要素ごとに分けて整理してみても、周知という面から見るとまだまだ不十分で、平成34年3月までが周知期間となっておりますが、それまでの間に精

力的に推進・普及を図らないといけないということが、この調査の結果だと思っております。

本日御説明させていただいたのは平成29年度の調査結果です。この調査につきましては、本年度以降も継続的に行って、経年変化が定点観測できる形で取り組む。毎年、結果が出れば、その結果が出た時点で、我々、どこが足りないのか。それをきちんと検証した上で、引き続き行う推進・普及にフィードバックしていきたいと思っております。

なお、本日御説明させていただいた基本的な考え方につきましては、今後、消費者庁食品表示企画課としての政策評価にもフレームとして活用することを考えていますので、併せて申し添えさせていただきます。

説明は以上になります。

○高委員長 御説明ありがとうございました。

それでは、ただいまの説明に関しまして、御意見、御質問ございましたら、どうぞ御発言ください。

どうぞ、鹿野委員。

○鹿野委員 御説明ありがとうございました。

従来の調査が認知度の調査であったのに対して、今回から単なる認知度だけではなくて、理解度の調査も多く含むという形で実施していただいて、そのことによって、かなり実情が分かってきたのではないかと思います。まずは、その点について感謝申し上げます。

それから、先ほど御説明いただきましたところによれば、特に調査内容の中でも、いわゆるベーシックな項目については、同じ質問項目で継続的に毎年実施していくのだということでした。今回は、理解度調査としては初めてということなので、従来との比較はできにくいのでしょうかけれども、今後、是非継続的な調査において、どのように変化しているのかということ、また分かりやすく報告書でまとめていただければと思います。そして、是非それを今後の取組につなげていただきますようお願いしたいと思います。

特に、先ほども言及されたところなのですが、分かりにくいということで従来から指摘されてきた機能性表示食品についてさらに一言申し上げます。これは、資料1-1で言うと7ページ、あるいは資料1-2で言うと40ページに記載されているところです。恐らく消費者庁としては、この機能性表示食品という概念について誤解のないようにということで、いろいろと周知を図る取組を行ってこられたと思うのですが、この7ページを見る限り、誤解している人がむしろ多いのですね。正解がわずか15.3%とされているのに対して、理解していない中でも、青の柱で書いてある「表示されている効果や安全性について国が審査を行っている」と誤解して回答した人が19.0%もいるということがうかがえます。

これは、現時点としては非常に困った事態だと思いますし、今後も周知について取組を進めていただきたい。また次回のこのような調査において、どのような変化が見られるのかということ踏まえて、もしそれに余り改善が見られないということであれば、改めて何らかの対策を新たに講じることにつなげていただければと思います。

以上です。

○高委員長 ありがとうございます。

意見ということですが、はい。

○消費者庁赤崎食品表示企画課長 今、委員からお話がありましたように、本調査につきましては、毎年、継続的に行うことによって、経年比較によって、いろいろな有為な情報が得られると思っております。それを今後の取組に反映していきたいと思っております。

あと、今、委員から非常に根源的な御指摘をいただいたと思っています。要は、推進・普及と言うのは誰でもできるのですが、いかに実のあるものとして消費者に受け止めていただいて、実際に御理解いただいているか。これが正に推進・普及のポイントだと思っていますが、今、消費者庁としては、徳島をフィールドにして、栄養成分表示と健康食品を共通の括りで新しい推進・普及のやり方を構築できないかという取組を進めています。関心のないことを無理に情報として押し付けてもなかなか御理解いただけませんが、今、栄養成分表示の義務化にちょうど取り組んでいる最中で、31年度末に必ず栄養成分表示がつくことになります。

まずは消費者の関心の高いカロリーとか、いろいろな栄養成分がどれだけ入っているか。これを取っかかり、きっかけにして、あと、トクホ制度や機能性表示食品制度は、いわゆる健康食品であって、正しくその趣旨を伝えていけば、日々の食生活を豊かに、賢くすることに直結する制度だと思っていますので、栄養成分、健康食品、国が持っておりますトクホとか機能性表示食品を一つのパッケージにして、まず関心を持って御理解いただく。それを突破口にして、その他のいろいろな表示事項についても、併せて聞いていただいて、理解していただく。そういったモデル事業に取り組んでいます。また近いうちに御説明させていただくこともあるかもしれませんが、そういう取組も併せた上で、今後、継続的に実績を把握し、その実績として把握する内容は全国一本の数字ではなくて、地域別、性別、年齢別、いろいろなデータが出てくるとしていますから、それらを総合評価して、正に実のある推進・普及につなげていけるように、我々としても取り組んでいきたいと思っております。

○高委員長 ありがとうございます。

どうぞ、大森委員。

○大森委員 調査の結果の中で「分からない」という回答が多くて、物によっては40%、50%というものがありました。これは、10代から70代までバランス良く見るために、多くの人数に対してアンケートしていただいているのですけれども、Web調査ということで、短期間で情報を集めて、非常に良いかと思うのですが、Webを利用しているということで、一般の消費者よりも情報量の多い方が中心になっていると思うのです。それにも関わらず、半数以上の方が「分からない」と回答している現状があるということは、そもそもお買い物をするときに表示を余り注視していない方がいかに多いかという結果だと受け止めます。

説明会に出たり、パンフレットを見ても、一見しただけでは理解できない消費者が多いのではないかと思います。表示自体が難し過ぎるのではないかと。商品を買うとき、食品を買うときに、表

示というのは消費者にとってとても大事な情報提供であるにも関わらず、これが機能していないのではないかと思います。特別、教養のある方でなくても、お金の計算ができて、日本語が読める人が普通に商品を選択するときの手がかりとなるような、分かりやすい表示にもう少し根本的に変えていただけないかなと思います。また御検討をお願いしたいと思います。

○高委員長 ありがとうございます。

これも徳島の経験で新しい提言ができるかもしれませんね。

○消費者庁赤崎食品表示企画課長 ただいま、委員から、分かりやすい表示について御発言がありました。分かりやすい表示というのは、多分2つ意味合いがあると思っています。要は、表示内容そのものが細かく難し過ぎて、ちょっと理解し難い。もう一つは、限られた容器包装に細かい字でたくさん書かれると、目がちかちかして頭に入ってこない、分かりづらい。いろいろな切り口があるでしょうが、今の2つは大きな切り口としてあるのではないかと思います。

後者の、限られた容器包装にいろいろな情報を詰め込むと消化不良を起こすという点につきましては、昨年8月10日に原料原産地表示で答申をいただきました際に、中長期の課題として、インターネット表示の御提言もいただいております。それは中長期に検討することとなると思っておりますが、そういう視点も加味して、我々、いろいろな検討を行っていきたい、行う必要があると思っております。

あと、表示事項自体が細か過ぎるという御指摘も、委員のみならず、いろいろな方々からもいただいておりますけれども、基本的に今の義務の表示につきましては、コーデックスという国際規格に準拠しているものが大部分です。一部違うものもありますが、そういう経緯もありますので、できるだけ今の表示について正しく御理解いただけるような推進・普及を、正に今、高委員長からお話のありました徳島のフィールドの成果も活用しながら考えていきたいと思っております。

ただ、毎年、調査をして、いろいろな取組をしたにも関わらず、ずっと理解の実績度合いが低いというのであれば、それはまたそのときの判断になると思っております。推進・普及一本やりでない、いろいろな対応というのも考えることもあるのかなと思っております。いずれにしても、まずはいろいろな推進・普及を図りつつ、いろいろな課題につきましては、時間軸をきちんと整理し、いろいろな検討もした上で、消費者にきちんと理解いただけるような形で消費者庁としても取り組んでいきたいと思っております。

○高委員長 どうぞ、長田委員。

○長田委員 昨年11月に御報告いただいたときに、認知度、理解度をどうやって測っていくのかというのが大きな課題になっていたと思います。そのとき、加工食品の原料原産地だと目標を確か55%とおっしゃっていたのが、今回、調査の中で導き出された数値が目標値として出されて、この経年変化が見られるような形で調査が続いていくというのは非常に良かったなと思っております。理解度をどう測るかというのは、すごく大きな難しい課題だったと思います。

そこで1つお願いがありまして、経年変化を見ていくためにも、このインターネット調査を来年以降も続けていくことになった場合、同じ方が、今回の調査で既に学習して知った人が答えていく

と、その方たちの理解度が進んだことは分かるのだけれども、国民全体の理解度ということになると、またバイアスがかかってくるということになるとと思いますので、継続の調査をするときの工夫を是非していただきたいなと思っています。

それから、もう既に御指摘ありましたけれども、機能性表示食品の理解が非常に低いという現実を突き付けられているし、回答の中でより優位なものとして誤認していらっしゃる方も多いと思いますので、そこについての普及・啓発についても、また改めて努力をお願いしたいと思います。

以上です。

○高委員長 ありがとうございます。

はい。

○消費者庁赤崎食品表示企画課長 ただいまの委員からの御指摘でございます。

この理解度調査につきましては、毎年度行っていきます。予算編成が単年度主義で、契約の相手方は公明正大に決めるというルールの下、毎年度、事業者を決めることになると思っておりますが、できるだけ調査そのものに起因するバイアスがかからないように、その点につきましては、1万人の対象者の選定も含めて、我々で状況を見ながら、できるだけ妥当な結果が導き出せるような調査の進め方というものに留意しながら取り組んでいきたいと思っております。

あと、機能性表示食品については、今のところ理解が進んでいないというのは、我々としても数字を見る限り、事実だと思っております。その点につきまして、今、お話しさせていただいたような徳島の取組とか、あと、消費者委員会からも、今後、いろいろな御意見、御指摘をいただけるものと思っておりますので、それらも踏まえながら、制度の在り方にしても、推進・普及にしても、いろいろ考えていきたいと思っております。最後は、今後に向けての我々の決意表明みたいな形になりますが、今からそこは頑張っただけで対応していきたいと思っております。

○高委員長 ありがとうございます。

どうぞ、池本委員長代理。

○池本委員長代理 池本でございます。

今回のこの調査報告書の後ろの質問項目あるいは概要で抜粋された質問項目というのは、理解度を測る上で、特に認知度から更に質問して理解度をとるという手法、あるいはこの設問そのものが、今後、非常に意味を持ってくるというか、社会的に有用なものとして使えるのではないかという問題意識のもとで、ちょっとお伺いします。百二十何項目全部を、例えば消費者団体の集まる学習会でやるということちょっと重たいのですが、例えばこの概要版に近いくらいに抜粋して、消費者団体などが任意に借用してアンケートをする形で使うというのは、著作権的なことで問題がないのかどうかをお伺いしたい。

それは、私で言うと、消費者法の授業をやっている学生に先に1回やっておいて、授業の單元もあるので期末にもう一回やって、伝わったのかどうか見たいということもあります。あるいは消費者団体でも、まず最初にアンケート調査をして、別の機会に学習会をやって、また理解度を検証したりという意味で、これは非常に良い質問項目だなと思うのですが、そういった柔軟な活用の仕

方というのは可能なかどうか。あるいは、そういうことが可能なのであれば、むしろ消費者庁からいろいろな消費者団体へ推奨していただいても良い材料ではないかなという気持ちもあってお伺いするところです。

○消費者庁赤崎食品表示企画課長 ただいまの委員からの御質問についてです。今回の我々の調査と同じ設問でいろいろ意見を聞いていただくことは、全く問題ありません。逆に、そういう形でデータの厚みが出てくれば、いろいろな形の比較・分析・検証もやりやすくなりますので、非常に有り難いと思っております。その意味では、今日御説明させていただいた資料1-2、意向調査の報告書自体も全部対外的にオープンにすることにしておりますし、あと、委員からお話があった、この活用をいろいろな消費者団体に呼び掛ける、働き掛けるという点についても、我々、機会を見てやっていきたいと今、思いました。そういう形で対応したいと思います。

○池本委員長代理 ありがとうございます。

○高委員長 どうぞ、受田委員。

○受田委員 御説明どうもありがとうございました。

まずは、こういった食品表示制度を認知度で測るところから、更に一步進めて理解度の評価ということで、広範に調査を進めていただいたこと、これは今後の食品表示の普及・啓発を進めていく上で極めて有効な方法であると高く評価したいと思います。先ほどからの委員の御質問あるいは御意見を踏まえて、この理解度を評価した意向調査自身をどういうふうに活用していくかという点についても、意欲的なお考えをお示しいただきました。これについても、是非よろしくお願ひしたいと思います。今回、こういった理解度、KPIを設定して、その普及啓発の方法・手法自体が効果的に機能したかどうか、いわゆるPDCAをしっかりと回していける一つの端緒になっていると思っております。ですから、消費者行政的にPDCAを回していく一つのモデルを、これを是非活用して進めていただきたいというのが要望です。

それから、もう一点、具体的に保健機能食品制度の中で、トクホと機能性表示の認知度・理解度について、先ほど話題になっておりました。この点、機能性表示の制度が始まって3年経過したということで、間もなく見直しに関する議論が進んでいくとお聞きしております。その中で、特に今回のデータをどういうふうに事業者、消費者、そして行政として受け止めていくかについて、しっかり議論していただきたいと思っております。ともすれば、機能性表示に関して、先ほども優良誤認的なというか、これは言葉が適切じゃないかもしれませんが、トクホとのすみ分けが明確に認知されていないことについては、多分、消費者として、また事業者の皆様にとっても極めて重要なポイントかと思っております。

トクホに比べて、機能性表示食品の届出の件数がそれを超えているという状況から、事業者サイドとしても、これをどう受け止めていったら良いのか、いろいろと意見をお聞きしております。そういう意味で、今後、消費者の理解が正確に、かつ、それぞれの持っている価値を正當に認識するという環境づくりと相まって初めて、こういった制度が実質化していくのだろうと思っておりますので、是非しっかりと話題にさせていただき、議論を進めていただきたいと思っております。

○高委員長 ありがとうございます。

○消費者庁赤崎食品表示企画課長 ただいまの委員の御発言についてでございます。

まず、PDCAの一つのモデルとして、この調査を位置付けて今後とも進めていくという点については、我々も同じ思いです。今後、いろいろな方から、こうすればより良いのではないかという御意見もあろうかと思っております。できるものは取り入れて、今後の推進・普及をより良いものにしていきたいと考えております。

あと、トクホ、機能性表示食品の区別が消費者にはなかなかついていないということで、その点については今後、議論というお話がございましたが、この点については正に食品表示法附則第19条で、制度施行後3年たったら検証し、という規定がございます。機能性表示食品制度については、制度の発足前に消費者委員会でいろいろな御議論、御意見をいただく場があったと承知しています。我々としましても、確か9項目の附帯意見を消費者委員会からいただいた上で制度をスタートした経緯もありますので、また、この場でもいろいろな御意見を賜るものと思っておりますので、その際はよろしくお願ひします。

その際に、トクホと機能性表示食品の区別がどうなのかというのは、栄養機能食品も含めて、3つの制度のすみ分けは大きな論点になると思っています。今日、この時点でどうこうするという確定的なことは申し上げられませんが、今後、いろいろな制度の在り方を考えるときには、今、言われた制度の間口をどうするのか、極めて重い点だと思っておりますので、また十分整理した上でいろいろな形で御意見を賜ればと思っております。

○高委員長 ありがとうございます。

他、よろしいですか。はい。

今回、御説明いただきました調査の結果でございますけれども、これはこれまでの消費者庁における食品表示制度の周知に関する取組を踏まえたものであると理解しておりますけれども、先ほどから出ております栄養機能食品、トクホ、機能性表示食品の理解度、まだまだ消費者に浸透していないということ。それと同時に、その3制度の表示の違いも余り十分に理解されていないといったことが分かったと理解いたしました。それと同時に、委員の間から出ておりましたけれども、今回、消費者の認知度だけではなくて理解度というものはっきりさせて、更にはこの数字を出していただきましたので、是非とも頑張っていたきたいのですけれども、KPIとしてここを目指すという説明いただきましたので、私どもとしては大変心強く思っているところでございます。

それから、平成29年9月1日から施行されました原料原産地表示制度の認知度については、施行から約5カ月の時点での今回初めての調査となったわけでございますけれども、まずは制度が始まったことについての認知度を上げていくことが課題であるということが明らかになったと思います。この点については、昨年8月に当委員会が発出した、先ほども言及していただきましたけれども、原料原産地表示に係る答申でも言及しておりますので、目標達成に向けて積極的に取り組んでいただければと思っております。

また、今回の結果を踏まえまして、先ほど提示していただきました目標値を是非意識していただ

きまして、これまで行った取組について、より実効性のあるものとなるようPDCAを回していただき、不断の見直しを進めていただければと思っております。

当委員会としては、本件について、引き続き重要なテーマでございますので、注視してまいります。今後もヒアリングが必要な場合にはお願いするかと考えますが、御協力のほど、よろしくをお願いいたします。

それでは、この議題についての議論は終了させていただきます。お忙しい中、御出席どうもありがとうございました。

(消費者庁退室、公共料金等専門調査会井手座長代理入室)

《 3. 電力・ガス小売自由化のフォローアップ及び注視すべき論点について 》

○高委員長 それでは、議題2に進みます。「電力・ガス小売自由化のフォローアップ及び注視すべき論点について」でございます。当委員会は、昨年5月に電力・ガス小売自由化に関する課題について公共料金等専門調査会から報告を受け、委員会として「電力・ガス小売自由化に関する議題についての消費者委員会意見」を発出いたしました。

今般、電力小売自由化より約2年、また都市ガス小売自由化から約1年が経過したことから、公共料金等専門調査会において、本年2月より、電力・ガス小売自由化のフォローアップ及び今後さらに重点的に注視すべき論点についての議論が行われてまいりました。その議論の内容が今般、取りまとめられたということでございます。

本日は、公共料金等専門調査会の井手秀樹座長代理にお越しいただいております。井手座長代理におかれましては、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。

最初に、審議経過及び取りまとめの内容について簡単に御説明いただきたいと思います。その後、意見交換を行った上で、当委員会としての意見を取りまとめたいと思います。

それでは、まず井手座長代理より説明をお願いいたします。

○公共料金等専門調査会井手座長代理 ありがとうございます。座長代理の井手でございます。

詳細については、後ほど事務局から御報告させていただきますけれども、私から簡単にこれまでの経緯についてお話をさせていただきますと思います。

御承知のとおり、電力については2016年4月に完全自由化いたしました。それから、ガスについては2017年、ちょうど1年前の4月に完全自由化しました。家庭用までの自由化ということで、自由化の成果が期待されたわけですが、今回、電気については2年を経過し、ガスについては1年を経過したということで、有識者、消費者団体、電力・ガス取引監視等委員会等からヒアリングを行いました。そういったヒアリング等を踏まえて検討を重ねてまいりまして、5月18日に専門調査会において取りまとめの検討を行いました。

後ほど詳細については御報告いただくこととなりますけれども、今回、今後、重点的に注視すべき論点ということにかなり重点を置いて、これからどういう点の検討を更に進めるべきかというこ

とについて取りまとめを行いましたので、事務局よりその点について御報告を申し上げたいと思います。詳細については、事務局からお願いいたします。

○丸山参事官 右肩に資料2、タイトルといたしまして「電力・ガス小売自由化に関する現状と課題について」ということでまとめさせていただいた、こちらのペーパーにつきまして事務局から説明させていただきます。

構成についてですけれども、大きく5点です。Ⅰで、経緯。Ⅱで、電力の自由化についてのフォローアップということになっております。それから、4ページ目の下段、Ⅲで、都市ガス分野における自由化についての現状評価。それから、7ページでⅣ、今後重点的に注視すべき論点。最後に、11ページでⅤ、引き続きのフォローアップの実施という構成になっております。

具体的な中身について説明させていただきます。1ページに戻っていただきまして、Ⅱの電力の現状評価を御説明させていただきます。

柱書きの1パラ目でございますけれども、自由化も約2年たったということで、新電力への契約切替は約9.1%ということ。それから、東京電力等の旧一般電気事業者の自社内で切替を行ったのは5.7%になっておりますので、新料金プランへの切替は14.8%になっております。これをどう評価するかということですが、新電力のシェアの拡大ペースについては、必ずしも低調とは言えないということですが、大部分の世帯については新しい料金プランにまだ切り替えていないという記述をしております。

電力のシステム改革の目的は、競争の加速化ということを通じて、料金についての抑制、消費者の選択肢の拡大ということで評価されるべきということですが、現状での旧一般電気事業者、新電力の事業者全体の競争という観点でいくと、広がりがない部分があるという評価をしております。例えば、発電面についてですけれども、みなし小売電気事業者、いわゆる旧一般電気事業者と電源開発等については、出力ベースで83%の所有ということで、発電面、それから卸のところでも、旧一般電気事業者が圧倒的な活動比重を占めているということがあり、競争条件が整っているとは言えない状況にあるのではないかと述べております。

以下、電力分野について従前から提示しております、注意すべき論点についての現状評価、7点について現状報告をしております。

①の料金プラン、事業者からの情報提供でございます。2ページでございますけれども、使用量の多い消費者に対して、当初、事業者からの料金プランの提示があったということで、切替は進んでおります。最近では、使用量の少ない方にメリットのある料金プランも提示されつつあるようです。

地域別で見ますと、東京、中部、関西、九州といった大都市圏で多くの新電力の新規参入がありますが、他方、北陸、中国、四国、沖縄では、小売については相対的に少ないものとなっております。

3パラ目でございますけれども、新電力から提示されている料金メニューでは、ガス・通信等とのセット販売が3割弱の比率を占めているようです。それから、違約金ということでは、料金メニ

ユーのうち、全体の36%になっております。

また、電源構成、CO₂の排出情報の開示という面で見ますと、開示している事業者の割合は半数を超えた程度ということで、消費者の求めに十分応えられているとは言い難いと評価してございます。

②、電力比較サイトでございます。こちらについては、多くの消費者の方が料金シミュレーションということで、利用経験あるいは利用意向があるとなっておりますが、具体的な使い方といたしましては、どれぐらい費用が安くなるのか、それから料金プランについて網羅的な比較ということで利便性を感じておられるということがございます。

他方、3ページで、切替えが電力の勧誘につながるのではないかとということ、それから個人情報適切に利用されているのかといった点について、消費者からは懸念すべき点ということがアンケートから伺えるということになってございます。

また、③、スイッチングの対応ということで申しますと、1パラ目でございますが、新電力へのスイッチング率の地域別では、東京・関西が高い一方、中国・北陸は低調な推移となっております。また、自社内の契約の切替えでは、中部・中国の比率が高いという状況です。

切替えに関しては、「実際に特にトラブルは生じていない」と消費者の方はほとんど思っているかもしれませんが、契約条項、事務手続きが面倒であるといった点について、アンケートでは指摘されているところでございます。

次に、④、消費生活相談の状況でございます。電力の自由化について、昨年1月以降、月平均100件前後の相談が寄せられてございます。具体的な相談内容については、一昨年度の状況と比較いたしますと、解約の分野で相談の比重が多くなりつつございます。具体的には、電気と通信のセットプランの解除、解除に係る違約金に関する相談というものがみられるようになってございます。あるいは、契約先を切り替えたけれども、当該電力会社が運営を撤退することになったということで、連絡を早くしてほしいといった相談例もございました。

続きまして、5点目、自由化の消費者への分かりやすい周知、いわゆる認知度の課題でございます。4ページでございますけれども、消費者の方は、電力の安定性、電気の質そのものは、契約を切り替えても変わらないということについては7割の方が認知している一方で、契約面についての条件、例えばクーリングオフとか集合住宅の一括受電を選択すると、別プランは今後選択できなくなるといった点については、理解が余り進んでいない状況となっております。

6点目、競争面についての課題です。先ほど述べましたように、小売の段階では一定の競争は進みつつありますが、川上の電源につきましては、旧一般電気事業者が原発、火力、水力等のベースロード電源について圧倒的な所有ということ。逆に言いますと、新電力では、そういった電源へのアクセスというものについて困難性を抱えているという状況がございまして。旧一般電気事業者と新電力の間では、非対称的な競争状況が発生していると考えられると指摘してございます。

なお、電力分野につきましては卸市場ということで、市場の整備が一定程度進みつつあります。具体的には、旧一般事業者が自主的取組ということで、自社向けの電力の一部をこちらの市場に渡しているということがございます。この影響もございまして、卸については一定の市場の厚みが備

わってきているということがございます。

7点目、経過措置料金の解除の話でございます。2020年3月に電力に係る経過措置料金規制については、原則撤廃されることとなっております。この件に関しまして、「経過措置料金という言葉」の消費者の認知度については2割、それから、「経過措置料金が少なくとも2020年3月末まで続くこと」を知っていられる方というのは5%にとどまっているという状況になっております。

Ⅲ、都市ガス分野についての現状評価でございます。

まず、スイッチング率でございます。柱書きでございますが、東京ガス、大阪ガス等の指定旧供給区域で契約の切替えを行った累積は全体で9.7%ということですが、うち7割は自社内の新しい料金プランに切替えとなっておりますので、純粋な新規参入の方へのスイッチングは2.5%にとどまっているという状況でございます。こういったスイッチングの状況を鑑みると、消費者において積極的な選択行動が行き渡っているとは言い難いのではないかとこのことを5ページの上で述べてございます。

他方、いわゆるガス体エネルギーということで全体を見ると、LPガスについても見なければいけないということですが、こちらは料金の公開について相当程度図られつつございますが、後で申しますように、利便性の観点から不十分な状況となっております。ガスシステムの改革につきましても、競争の進展を通じて、料金の抑制、選択肢の拡大ということで評価されるべきでありますけれども、新規参入事業者数については18社、それから競争が大都市圏に限定されているということ、なかなか広がっていない状況になっているということでございます。

都市ガス分野についての注意すべき論点ということで従前提示されたものにつきましては、6点ございました。

1点目は、価格、それから競争動向の監視ということでございます。原則、経過措置料金について、都市ガス分野については解除されているところが多数を占めてございます。

2パラ目でございますけれども、そういったところにつきましては、電力・ガス取引監視等委員会の監視というものが行われております。いわゆる特別な事後監視ということで報告・聴取等がなされているという状況になってございます。

それから、②、競争面でございますけれども、こちらにつきましては、都市ガスの全販売量における新規参入者の割合については、家庭用で2.3%にとどまっている状況でございます。

電力に増して、都市ガス分野におきましては、2番目のパラグラフで述べていますように、原料面の調達で新規参入者は制約があるということが現状でございます。ガスの原料の大部分は、輸入LNGに頼っているのが現状でございますけれども、LNGにつきましては基地利用ということで、新規参入はそういった基地がなかなか整備しにくいということがございますので、既存の基地の第三者利用の促進というものが競争上、期待されるということですが、これが活発に利用されているとは言い難いということで、利用申請については2件にとどまっているというのが現状でございます。

6ページ、3点目、消費者への周知ということでございますが、都市ガスの自由化についての基本的な認知ということについては、電力に比べても余り広がってございませぬ。認知度についても、

地域間で差がある状況でございます。基本的な事項として、例えばガス漏れなどの緊急時には導管事業者が責任を持って対応するというので、これについては約半数の方が認知しておりますけれども、元栓までは導管事業者が、それ以降のガス消費機器については小売事業者がそれぞれ点検するという点については余り理解が進んでございません。

それから、ガス体エネルギーのLPについて、3分の2の方がもともと自由料金であることについては知らない状況でございます。

4点目、いわゆる料金メニューについての情報提供でございます。都市ガスにつきましては、月額料金の例示については6割、セット販売ということでは、電力供給サービスについて最も多いということ。それから、託送の部分の相当額の金額明示でも1割、記しているという状況です。

LPにつきましては、標準料金メニューということで、何らかの形で料金の公表をしているところは7割ということで、かなり急速に拡大しているという状況でございますが、ほとんどは店頭での公表で、ホームページは5%にとどまっているという状況です。

5番目、スイッチング率の上位地域のランキングでは、近畿、中部・北陸、九州、関東の順で高くなってございます。

7ページ、⑥の消費生活相談でございますが、都市ガスの分野については、直近、月平均30件前後で推移してございます。相談の内容といたしましては、「契約先を変更しないように現在の契約元から言われているのか」と言われたものですか、同じ事業者から複数回勧誘されて不快であるといった相談例がございました。

1行あけまして、他方、LPの相談状況でございますけれども、減りつつはございますけれども、直近の昨年度4月から12月ベースですと1,500件程度になってございます。相談内容といたしましては、料金水準が高いといったこと。それから、何度も勧誘されるという例がみられるということです。

以上、これらの現状評価を踏まえてということでございますけれども、「IV. 今後重点的に注視すべき論点」ということで、電力については2年、都市ガスについては1年経過している。次なる段階ということで、今後、特に重点的に検討・注視しなければならない論点ということで、電力分野については3点、ガス分野については3点、新たに整理させていただきました。

7ページ、下の電力分野についてでございます。

まず、①といたしまして、地域格差、切替えに及ばない消費者の要因の解消ということで整理してございます。電力につきましては、参入事業者数、スイッチング率の面で地域間格差がございませぬ。特に、北陸、中国、四国、沖縄地域ではスイッチング率が低いということもございまして、そういったことについて何らかの困難な点があることも考えられるということでございます。他方、中部、中国では自社内スイッチングが高いという特徴もあります。これについては、自由化の効果のあらわれであるという意見もございすけれども、1つの事業者がある地域をほぼ独占的に占めるという状況では、結果的には規制なき独占という状況を許すという可能性にもつながりかねないということがございます。

また、それ以外の地域でも、今後、スイッチングが順調に拡大すればということでもありますけれども、中には、一旦スイッチングをして、スイッチングを繰り返す消費者の方がおられる一方で、なかなかスイッチングしないという消費者の方がおられると、自由化の恩恵は、乗換えについての特典を享受されるのは一部の方にとどまるということにもなりかねないということがございます。料金プランを変えない消費者の方について、熟慮の結果の選択ということであれば良いですが、スイッチングに至らない理由が、比較に手間がかかるとか、関心が余りないということであれば、スイッチングを後押しするような具体的な切替えの方法について消費者の興味・関心を引き起こすための方策を検討することが必要なのではないかということを含んでございます。

この点につきまして資源エネルギー庁、監視委員会は、地域格差の解消、スイッチングへの興味・関心を引き起こすための方策を検討・実施すべきであるということを含んでございます。

電力の2点目でございますけれども、競争面についての課題ということで、注視すべき論点を記してございます。これは、主として電力調達面とネットワークの利用、送電網の利用ということで、2点記してございます。

「まず」以下のパラグラフでございますけれども、先ほど来申し上げましたように、電力については、旧一般電気事業者が発電面についての圧倒的な比重を占めているということがございます。現在、経済産業省でベースロード市場の整備ということがなされておりますけれども、こういった市場への旧一般電気事業者の電力の供出について、放出を加速するといった点ですとか、価格面についての監視を通じてベースロード市場の活性化を進めることが必要であると指摘してございます。

また、将来的には、こういった旧一般電気事業者の発電全てを卸のところに放出するなどを含めて、卸市場全体の活性化ということについても検討の視野にということも指摘してございます。

送電線、それから、連系線についての適正な利用の促進ということにつきましては、空き容量の問題ということで、経産省で間接オークション制度の効率的な利用ということで制度的な整備が進みつつありますが、他方、接続に関する負担金については問題が残っているということで、こういったものについての透明性・適正性の確保ということで、更なる取組の進展が必要であるということも指摘してございます。

9ページ目、電力の3点目、最後でございますけれども、経過措置料金解除に係る慎重な検討ということでございます。現在、経済産業省で2020年の経過措置料金規制の原則解除に向けた議論が開始されてございます。この規制につきましては、旧一般電気事業者による「規制なき独占」に陥ることを防ぐ安全保障手段ということに現状ではなっております。こちらにつきまして、仮に解除ということになれば、下の鍵括弧で記してございますが、「解除前に競争が十分に行われているか」、それから「競争が持続的であり、独占市場への不可逆性が確保されているか」といった点について客観的な指標とか、あるいは消費者に関わるようなデータに基づく慎重な判断が必要であると指摘してございます。解除に係る検証に当たっては、時間的余裕を持って、それから消費者の議論への参画が必要であるということを含んで資源エネルギー庁、監視委員会は留意すべきであるということも指摘してございます。

なお、前述のアンケートでも示してございますように、消費者は経過措置料金について、原則的に2020年3月に撤廃されるということをもそも認識しておられない方がほとんどです。仮に撤廃される地域が明らかになった場合には、こちらについて消費者への周知が重要ということになりますので、これについては十分な余裕を持って検討すべきということも添えてございます。

2番目、都市ガス分野について、今後さらに注視すべき論点でございます。

3点ございますが、1点目は競争についてでございます。都市ガス分野につきましては、電力と異なりまして、既に経過措置料金は原則解除されているところが多数を占めてございます。こちらについては、監視委員会で不合理な料金の値上げが行われないう監視がなされているところですが、結果について定期的な公表がなされておりますけれども、具体的に合理的でない値上げと認められる事例は見られなかったといったように、最終的な結果のみが公表されている状況になっております。こちらについては、具体的な判断の根拠について、消費者に丁寧に説明することが必要であると記してございます。

また、東京とか関西といった経過措置が残っているところもございますけれども、そちらについては、いつこれが解除されるのかといったことについては、まだ明確になってございません。仮にこれについても経過措置が解除されるということであれば、時間的な余裕を持った手続が不可欠であるということも記してございます。

都市ガスについて、2点目の注視すべき論点でございます。これは、競争面ということでございます。都市ガスの競争面についても、原料の部分について制約が電力にも増して大きいということがございます。経済産業省でLNG基地の利用の促進を検討すべきであるということとともに、マンションの一括受ガスの問題については、保安面についての問題。それから、一旦契約するとスイッチングがなかなかしにくいという不安点。一方で、受ガスについて一定程度進展しているということ。それから、これが行われると参入事業者の増加が期待されるという意見もございますので、バランスのとれた慎重な検討が必要であるということも述べてございます。

最後、3点目、LP市場の適正性確保でございます。LP市場の適正性確保ということは、道半ばと評価されると考えております。都市ガスを含めて、ガス体エネルギー市場全体として公正な競争確保、取引の適正性が必要であると考えてございます。この面に関しましては、監視当局による厳正な監視が必要不可欠であるということも述べてございます。

また、LPにつきましては、集合住宅に係る設備貸与の問題がございます。こちらにつきましては、貸与のリース料についてガス料金に転嫁している例がみられます。こちらにつきましては、消費者に対してはきちんとした説明が必要で、賃貸事業者、LP事業者、ともに説明をきちんと尽くすことが必要だと考えてございます。

そのため、下のところですが、ガス事業者に対しては資源エネルギー庁が必要な措置を引き続き講じ、国土交通省はこれを受けて、賃貸事業者が入居者に対して適切な説明を行うことができるよう取組を連携して進めるべきであると記してあります。

5番目、引き続きのフォローの実施ということで、公共料金等専門調査会におきましては、多角

的な視点から消費者の立場で見守っていくということ。それから、今後、引き続きフォローアップを行うとともに、特に電力の経過措置料金の解除につきましては、消費者利益に重大な影響を及ぼす可能性があるということで認識しておりますので、こちらについては必要に応じて意見表明を行うこととしたいということで、最後、結んでございます。

長くなりましたけれども、説明は以上であります。

○高委員長 ありがとうございます。

ただいま、電力・ガス小売自由化に関する現状と課題という意見書の内容について説明をいただきました。御意見、御質問ある方は、どうぞ御発言ください。

大森委員、どうぞ。

○大森委員 競争条件の整備というところで、送電線接続の負担金とか、新規参入事業者は旧来の事業者に比べて、まだまだ不備なところが多々あるようですので、これをもう少し改善を進めていただけたらと思います。

それと、スイッチングへの興味・関心を引き起こす方策というところで、今、スイッチングの関心時というのは価格が中心になっておりますけれども、電源を選びたいという消費者も多いと思いますので、環境面でも選択できるようなスイッチングをもう少し導入していただけたらと思います。自由競争になりますと、たくさん使うところが安くなるということで、CO₂とか環境面から考えますと、省エネということからは逆の方向に進みがちですので、環境を配慮したルールの導入ということも今後考えていっていただきたいなと思います。

○高委員長 ありがとうございます。

どうぞ、井手座長代理。

○公共料金等専門調査会井手座長代理 今、委員が御指摘の点は、確かにそのとおりであります。それから、電源を開示して、あるいは環境面でCO₂の削減に配慮したような電源についても、今、東京電力とかで水力の電源ということで、法人に対してはそういったサービスを提供している事例もありますので、そういう面では、これから消費者が必ず原子力ではない電源ということで選択ができるような料金メニューみたいなものを作るということは必要だろうと思います。

○高委員長 よろしいですか。

どうぞ、増田委員。

○増田委員 ありがとうございます。

この報告書全体として、消費生活相談の内容や私たちの身の回りに起こっていることも含め、非常に肌感覚に合った内容であり、納得感のある報告書だと思います。ありがとうございます。

その中で、消費者への情報提供が十分ではないのだなということが分かりました。それが今、いろいろな勧誘や広告などにより、大森委員がおっしゃったように価格面の経済的なメリットということを強く打ち出しています。自由化になるということは、消費者の選択の幅がすごく広がって、自分にとって適切なものを選ぶ権利があるわけですがけれども、そのための情報収集というのを今の消費者がしにくい、まだできていない状況がありますので、その辺りをもう少し手当てをしていた

だく必要があるのかなと思いつながら伺っておりました。

今後、価格面での規制、保護する部分が無くなっていくのも含めて、どうしても考えるべきことだろうと思っておりますので、この2年間ぐらいの間には是非やっていただければと希望しております。

○高委員長 はい。

○公共料金等専門調査会井手座長代理 ありがとうございます。

確かに、家計に占める割合とすると、電気はかなり高いのですけれども、ガスは支出に占める割合はそれほど高くない。その中で公共料金という意識があって、しかも口座引き落としというところがあるので、消費者はなかなか関心を持ってもらえないというところが多分あると思います。そういう意味で、今回の報告書にもありますけれども、スイッチングができることさえ知らない人たちも多い。しかも、地域間の格差がかなり大きいのです。スイッチングが行われないところは、多分コマーシャルもやっていないということで、そういう面では消費者も電気とかガス、水道といった公共料金に対して意識を持ってもらいたい。

それは、どういう形で広報活動というものが必要なのか、よく分かりませんが、個別の企業だけではなくて、消費者委員会等も含めて、消費者に注意とか広報活動というものをもう少し積極的にやっていただきたいというのも私どもの要望としてあります。

○高委員長 ありがとうございます。

他はよろしいですか。

特にないようであれば、今、お二方から意見をいただきましたけれども、2点、大森委員から指摘があって、1点は、基幹送電網の接続に対する負担金の軽減、改善していただきたいという指摘をいただきましたけれども、これは意見書の次の段階として重点を置く論点というところで記載していただいているということ。

それから、電力構成に関する開示というものが不十分だということも御指摘いただいているので、正に大森委員が言わんとしたところが入っている。また、それは増田委員からも指摘いただいて、さらに増田委員からは、非常に納得感のある、良い報告書であるという評価をいただきましたので、どうでしょうか、専門調査会からいただきました、この報告について委員会としての意見（案）を配付させていただいてよろしいですか。

では、お願いします。

（意見（案）配付）

○高委員長 この内容について意見ございますでしょうか。よろしいでしょうか。はい。

それでは、この意見（案）の内容については、皆様の御了解をいただいたということで、原案をもって当委員会の意見とさせていただきます。

井手座長代理におかれましては、大変お忙しいところ御出席いただき、また御説明いただきまして、ありがとうございます。

（井手座長代理退室、消費者委員会事務局入室）

《 4. その他 》

○高委員長 最後に、議題「その他」といたしまして、食品表示部会の検討事項について事務局より説明をお願いいたします。

○消費者委員会事務局担当者 このところ食品における表示事項に求められる情報量が増加傾向にある一方、容器包装上の表示スペースが小さくなる傾向がございます。第4次委員会におきましては、食品表示部会での審議の結果、昨年8月に加工食品の原料原産地表示制度に係る答申が発出されたところですが、その附帯意見におきましても、今後に義務化される表示の増加で、消費者が安全性に関わる表示を見落としてしまう要因にもなりかねないと御指摘がなされております。

先日の委員間打ち合わせでも御検討いただいたところでございますが、このような状況の中、審議テーマとして、例えば表示事項間の優先順位、インターネットを活用した表示の可能性を含む、Web上における情報提供と従来の容器包装上の表示との組み合わせなどについて、食品表示部会において御議論をお願いできればと考えているところでございます。

事務局からは以上でございます。

○高委員長 ありがとうございます。

ただいま御説明いただきました意見につきまして、特に御発言ございますでしょうか。

よろしいですか。はい。

それでは、今、事務局から説明があった内容につきまして、食品表示を取り巻く現状などについて整理し、消費者ニーズにも十分留意した上で、食品表示の全体像について検討することにはどうかと思います。

また、この調査審議のテーマにつきましては、食品表示の専門的知見が必要となりますので、専門家の方がそろっておられる食品表示部会で検討していただくべきと考えますが、御異存ございませんでしょうか。はい。

ありがとうございます。特に異存ないようでございますので、本件につきましては食品表示部会で検討することといたします。受田部会長におかれましては、大変重い仕事になろうかと思いますけれども、よろしくをお願いいたします。

《 5. 閉会 》

○高委員長 それでは、本日の議題は以上となります。

最後に、事務局より今後の予定について御説明をお願いいたします。

○丸山参事官 次回の本会議につきましては、日程が決まり次第、委員会ホームページを通じてお知らせさせていただきます。

○高委員長 ありがとうございます。

本日はこれにて閉会とさせていただきます。お忙しいところ御参集いただきまして、ありがとうございました。