

消費者委員会本会議（第333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333回）

## 議事次第

1. 日時 令和2年12月3日（木） 10時00分～11時34分

2. 場所 消費者委員会会議室及びテレビ会議

3. 出席者

（委員）

【会議室】 山本委員長、生駒委員

【テレビ会議】 受田委員、大石委員、片山委員長代理、柄澤委員  
木村委員、清水委員、新川委員、丸山委員

（説明者）

消費者庁内藤消費者政策課長

消費者庁西川表示対策課長

警察庁生活安全局山口生活経済対策管理官

（事務局）

加納事務局長、渡部審議官、太田参事官、友行企画官、事務局担当者

4. 議事

（1）開 会

（2）消費者基本計画の検証・評価・監視（コロナ禍等緊急事態下の消費者問題（3））

（3）フィッシング問題への取組に関する意見案について

（4）閉 会

## 《 1. 開会 》

○山本委員長 皆様、本日はお忙しいところ、お集まりいただき、ありがとうございます。

ただいまから、消費者委員会第333回本会議を開催いたします。

本日は、生駒委員がこの会議室にて御出席、受田委員、大石委員、片山委員長代理、柄澤委員、木村委員、清水委員、新川委員、丸山委員がテレビ会議システムにて御出席です。

まず、会議に先立ちまして、本日は新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、3密を回避しながら消費者委員会会議室及びテレビ会議システムにより会議を進行いたします。

また、感染拡大防止の観点から、引き続き一般傍聴者は入れず、報道関係者のみ傍聴していただいております。

議事録につきましては後日、消費者委員会のホームページに掲載いたしますが、議事録が掲載されるまでは本日の会議の様子を12月4日金曜日15時頃よりホームページで動画配信いたします。

それでは、配付資料の確認につきまして、事務局よりお願いいたします。

○太田参事官 おはようございます。本日もどうぞよろしくをお願いいたします。

資料につきましては議事次第に記載のとおりでございますが、お手元の資料に不足などございましたら、事務局までお申し出くださいますようお願い申し上げます。

以上でございます。

---

## 《 2. 消費者基本計画の検証・評価・監視（コロナ禍等緊急事態下の消費者問題（3）） 》

○山本委員長 本日の議題は、消費者基本計画の検証・評価・監視の一環といたしまして、コロナ禍等緊急事態下の消費者問題のうち、緊急事態下の不安に乗じた悪質な便乗商法等について御審議いただきます。

工程表では主に、新型コロナウイルス感染症の拡大等の緊急時における対応の強化、消費者トラブル抑止のための重層的・戦略的な普及啓発、不当な表示を一般的に制限・禁止する景品表示法の厳正な運用、及び詐欺等の犯罪の未然防止、取締りに係る取組が関連しております。

本日は、消費者庁及び警察庁から本件の取組状況につきましてまずお話を伺います。

本日は御説明者として、消費者庁消費者政策課の内藤課長、表示対策課の西川課長、警察庁生活安全局の山口生活経済対策管理官にお越しいただいております。お忙しいところ、御出席いただき誠にありがとうございます。

それでは、それぞれ消費者庁消費者政策課から10分、表示対策課から5分、警察庁から10分、合わせて25分程度で説明をお願いいたします。

それではまず、消費者庁消費者政策課の内藤課長からよろしくお願いたします。

○消費者庁内藤消費者政策課長 政策課長の内藤でございます。

資料1-1に基づきまして御説明を申し上げます。

1ページ目でございますけれども、これまでの全国の消費生活センターに寄せられました相談の全体を示しているものでございます。

左側が総件数と書いてございますけれども、数字が10月時点となっておりますが、11月末の時点で7万7652件の相談が寄せられている状況でございます。ピーク時には週ベースで4,000件を超える御相談があった状況ではございますけれども、ここへ来まして随分減ってはきておまして、週ベースの相談件数が1,000件を下回り、現状、小康状態にございます。

右側は、そのうち、給付金の関係の相談件数の数字になってございます。給付金関係につきましては、10万円の特別定額給付金の話、最大100万円の持続化給付金の話、この辺り、大きく2つに分かれているところでございまして、5月からおよそ7月末過ぎまではどちらかという10万円の特別定額給付金の御相談が寄せられておりました。一方、7月以降については持続化給付金の相談が増えてきております。

1枚おめくりいただきますと、持続化給付金の関係でございます。いわゆる不正受給についての相談が寄せられ、返金したいというようなお話もいただいているところではございますけれども、私どもの対応といたしましては、その下にございますように、LINEを用いての注意喚起をおこなっております。

細かい話で恐縮ですけれども、6月時点ではどちらかといういわゆるフィッシングのような個人情報を盗み取るような悪質商法かと思っ注意喚起をしておりましたが、それ以降、どうもこれは不正受給だということが何となく分かってまいりましたので、注意喚起の内容もそちらにシフトしてきたということでございます。

それから、3ページ目をお開きいただければと思っておりますけれども、いわゆる悪質商法についての注意喚起といたしまして、3月から発生しておりましたマスクの送り付け商法、見知らぬ人から身に覚えのないマスクが数箱届くというような相談が4月も多く寄せられておりましたので、それについての注意喚起を実施しているところでございます。チラシの右下にありますように、まず連絡をせずに保管をして14日たってから処分をしましょうというような言い方、これまであまりしていなかったのですけれども、こういうような言い方に変えまして、一定の浸透はあったかなと思っております。

右側は先ほど申し上げました特別定額給付金10万円でございますが、こちらは総務省、警察庁と連名で2回注意喚起チラシを公表しているところでございます。

4ページ目をお開きいただければと思っております。こちらはコロナ禍での新しい生活様式に関して消費者へ呼び掛けた事例でございます。

左側は新しい生活様式の実践についてホームページを更新したものでございます。新しい生活様式につきましては、各事業者の団体が事業者ごとにガイドラインを公表して事業

者への実践を呼び掛けておりますが、私どもとしては、それを消費者側から見た場合に何に気を付ければ良いかという観点から消費者に知っていただきたい事項をホームページ上で公表しているところでございます。

それから、ゴールデンウィーク頃については、できるだけ外出は控え買うものについては通販でということにはございましたけれども、その際に留意すべき事項を注意喚起するといった取組をいたしました。

5 ページ目をお開きいただければと思います。先ほど若干触れましたけれども、コロナに合わせまして、従来はやっておりませんでしたLINEによる消費者への直接の情報発信を行っております。これまでは広く消費者一般に対して行っておったわけですけれども、LINEについては友だち登録をしていただいた方、現状6.7万人ぐらい登録いただいておりますが、そういう方に対して直接役立つ、正確な情報を発信するというような取組をして、現在も継続しているところでございます。

それから、1－1、最後でございます。今後の取組の考え方でございますけれども、コロナ禍において発生する消費者トラブルというものも若干従来とは変わってきているという認識がございます。消費者にいち早く対応していただくということを主眼にいたしまして、下半分に書いてございますけれども、調査、教育、発信という3つの柱でやりたいと思っています。

1つ目の実態調査でございます。例えばキャッシュレスはこのコロナ禍で初めて利用される方も結構おられたのではないかと思います。キャッシュレス決済についてどういう仕組みになっていて、お金の流れはどうなっているのかといったような辺り、どういう事業者がいるのかというようなことも含めての実態調査を年度内に実施する予定でございます。

そうした結果を踏まえまして、消費者向けに特にコロナ禍で進展したデジタル取引についての普及啓発、消費者教育というものを可能な限り速やかにやっていきたいと思っております。10月から有識者会議を立ち上げまして、どういう教材にすれば良いのかということの検討をスタートしてございます。

そうしたことを踏まえつつも、引き続きこれまでもやっていた情報発信をしっかりとやっていきたいと考えております。右下にございますようなSNS、ウェビナーといったものに加えて、テレビCMといったところにも消費者庁としては新たに取り組んでいきたい。現状は政府広報の一環として消費者被害の防止を呼び掛けていたわけですけれども、今後は消費者庁独自の取組としてそういうCMを活用した情報発信といったところにも取り組んでいきたいと考えております。

資料1－1につきましては以上でございます。

○山本委員長 ありがとうございます。

続きまして、消費者庁表示対策課の西川課長、よろしく願いいたします。

○消費者庁西川表示対策課長 表示対策課長でございます。

資料1-2に基づいて御説明をさせていただきます。

当課、消費者を誤認させる不当表示について取締りを行っている課でございますけれども、ただいまのコロナ禍の中で、ウイルスに対する予防効果や除菌効果といったものに関連する商品というのは非常に消費者の関心が高い分野でございます。ですので、消費者庁はこの分野に大変力を入れてきているところでございまして、具体的にはこの資料の1番にございますけれども、インターネット広告で非常に問題のある広告が見受けられたということを踏まえまして、緊急監視を行いまして、ここにありますとおり、99事業者の125の商品について改善要請を行ったと。どんな商品だったかと言いますと、下のところに四角で囲んでおりますけれども、健康食品やイオン空気清浄機、空間除菌剤など、いろいろな商品がございました。

新型コロナへの効果が期待できる旨が表示されていたわけでございますけれども、現状、実際に新型コロナウイルスを使って人への効果を検証できるような事業者というのはまだおりませんので、いずれの表示についても表示の内容を裏付ける根拠が不十分であるということで、こういった改善要請をしたというところでございます。

2番です。そのほか、今はそれほどでもないかもしれませんが、一時期マスク不足が非常に言われた時期がございまして、そのときに、ドラッグストアで「マスクがあります」というチラシを打ったにもかかわらず、一部店舗ではマスクは実際には入荷されていなかったといったおとり広告の事例について指導をしたり、それから、右側の上から2番目の絵ですけれども、首からカードを下げて、カードから何かの成分が出て顔の周りの空間を除菌するみたいなことをうたう商品があったわけなのですが、こういったものについて合理的な根拠はないということで指導をしたという事例もございます。

景品表示法違反として一番重い措置が措置命令ということになりますけれども、これについても取り組んでおりまして、例えばですが、アルコールジェルについてボトルに71%と書いてあったのですが、実際にはそんなにアルコールは入っていなかったといったものや、先ほど申しました携帯型、首下げタイプの空間除菌商品についても、空間除菌と言いつつ、実際に事業者が有していた根拠はごく限られた数リットルレベルの密閉された空間での実験効果しかないにもかかわらず、あたかも日常生活において効果があるかのような表示をしていたということで、これについて行政処分をしたという事例もございます。

この冬を迎えまして、消費者のコロナに対する不安はより高まるかと思っておりますので、消費者庁としては、この分野における不当表示については今後とも厳正に対応していくということでございます。

簡単ですが、以上でございます。

○山本委員長 ありがとうございます。

それでは、最後に警察庁生活安全局山口生活経済対策管理官、よろしく願いいたします。

○警察庁生活安全局山口生活経済対策管理官 警察庁生活安全局の生活経済対策管理官を

しております山口でございます。

資料1-3に基づきまして、新型コロナウイルスの感染拡大に便乗した悪質商法等に関する警察の取組について御説明をいたします。

警察におきましては、新型コロナウイルスの感染拡大に便乗した悪質商法事案と新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う混乱に乗じた各種犯罪の取締りを行っているところでございます。この種の事案に関しましては、事案の背景や犯行の対応、適用法令というものが非常に多岐にわたっておりまして、申し訳ございませんが、統一的な一義的な統計を網羅的に申し上げることが困難であるということをお承知おきいただきたいと存じます。

その上で、これまでに都道府県警察から報告のありました相談の事例や検挙の事例について御説明をさせていただきます。

まず「1 新型コロナウイルスの感染拡大に便乗した悪質商法に係る状況」でございます。主な相談事例といたしましては、マスクの送り付けに関する相談というものが最多となっております。具体的には注文していないマスクが自宅に送付された、あるいは、これは件数は非常に少ないのですが、身に覚えのない注文に対して支払いを求める内容のメールを受信したなどといったマスクの送り付けに関する相談が最も多いという状況でございます。

その他の相談事例には、例えば水道業者を名乗る者から、電話で「水道管にコロナウイルスが付着しており、これを除去するのにお金がかかる」などと申し向けられた。

あるいは、浄水器のセールス電話があり、「その浄水器を使っていると必ずコロナウイルスにかかります」などと浄水器の買い替えを迫る電話が来た。

また、製薬会社から社債発行、コロナウイルス感染症治療薬開発などの記載がある封書が届き、その後、自宅の電話に同社の社員を名乗って、封書が届いたことの確認、あるいは在中書類の中の番号を確認され、「登録をした、お金を請求するものではない」と言われたというような、コロナ禍の不安に乗じた電話勧誘販売等に関する相談がございます。

これらの相談事案につきましては、警察庁のホームページにおいて確認された事例を掲載して、広く注意喚起をしておるところでございます。資料1-3の2ページ目に警察庁のホームページを掲載しておりますので御参照いただければと思います。

また、各都道府県警察におきましても、ホームページ等を活用して地域住民に対して具体的な防犯情報の提供や注意喚起を行うなど、きめ細かい犯罪被害防止活動を実施しているところでございます。

続きまして、新型コロナウイルスの感染拡大に便乗した悪質商法に関連する事件の検挙状況につきまして御説明させていただきます。

具体的な事例を挙げますと、例えば高齢者の御自宅に訪問し、「新型コロナウイルスに効く薬です」などと説明をして、店舗以外の場所で医薬品である漢方薬を販売した際に、クーリングオフ等の法令で定める事項を記載した書面を交付する必要があるのに、これらの記載のない不備書面を交付した事案につきまして、特商法違反、また、これは医薬品と

しての販売ということがございますけれども、医薬品医療機器等法違反で検挙した事例がございます。

また、一般の人の御自宅や職場を訪問してマスクを販売した事例がございますけれども、マスクを販売した際に、クーリングオフ等の法令で定める事項を記載した書面を交付する必要があるのに、これらの記載のない不備書面を交付したという事案で、特商法違反、不備書面の交付で検挙した事例というものがございます。

なお、この事例につきましては、本年3月15日から施行されました国民生活安定緊急措置法施行令の一部改正によりまして、いわゆる衛生マスクというものが特定生活関連物質等として転売規制の対象となっていたことから、併せて、国民生活安定緊急措置法違反でも検挙していたところでございます。

また、マスクに引き続いて、本年5月26日からは消毒用アルコールについても規制の対象となりましたことから、マスク及び消毒用アルコールのいずれの転売事案につきましても、国民生活安定緊急措置法違反で検挙した事例がございます。これらの規制につきましては、本年8月29日に施行された改正施行令により、現在解除されているところでございます。

その他の事例として、インターネットのホームページ等を利用して「新型コロナウイルスの予防に」などと、いわゆる未承認の医薬品についてその名称、効能効果等の内容を広告した事案について、医薬品医療機器等法違反で検挙した事例、これはいわゆる未承認医薬品の広告禁止に違反するという事で検挙した事例がございます。

続きまして、「2 持続化給付金の不正受給に係る状況」でございます。持続化給付金に関する詐欺について、主な相談というのは、申請名義人やその家族が不正受給を自ら申告するという事例、また、知人から不正受給を持ち掛けられた旨を申し立てる事例などが挙げられます。

これまでのところ、持続化給付金に関しまして、いわゆる申請に虚偽があったということで、詐欺事件として検挙した件数及び人員につきましては、令和2年11月30日現在、146件200人となっております。検挙事例としては、内容虚偽の事業内容、事業収入等を申告して持続化給付金を詐取した事例、あるいは、欠格事由である暴力団員にもかかわらず、暴力団組員ではないとする虚偽の申告を行って持続化給付金を詐取した事例等がございます。

最後になりますが、警察における被害防止対策について御説明いたします。先ほども御説明をいたしましたとおり、警察庁におきましては、ホームページ等を通じて新型コロナウイルス感染症の発生に乗じた各種犯罪等について注意喚起を行っているところであります。また、警察庁から都道府県警察に対しましては、新型コロナウイルスの感染拡大に便乗した悪質商法を含む各種犯罪抑止対策として、各地域の犯罪情勢等を分析し、関係機関、関係団体との連携に配慮し、各種の犯罪に係る抑止対策を推進するよう指示しているところでございます。

具体的には、都道府県警察において防犯メールを活用した被害防止広報、ホームページ

上で具体的な事例を挙げた注意喚起等を行うことにより、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う各種犯罪の抑止対策を推進しているものと承知しております。

引き続き、関係機関との連携の強化を図り、先ほど御紹介いたしましたような新型コロナウイルスの感染拡大に便乗した悪質商法等に関する積極的な取締りを推進してまいります。

以上が警察庁からの発表となります。

○山本委員長 ありがとうございます。

それでは、御質問、御意見のある方はお願いいたします。

内容が非常に多岐にわたっておりますが、質疑応答の時間は約30分を予定しております。御発言や御回答はなるべく簡潔に行っていただければと思います。

それでは、生駒委員、お願いします。

○生駒委員 御説明ありがとうございました。こういう状況下ですので、わらにもずがるという消費者の心理があると思いますので、いろいろ対策を取っていただいているということをお心強く思いますが、3つほど質問させていただきます。

まず、新型コロナ関連の消費生活相談ですが、内藤さんから御説明がありましたが、相談者の年齢層というのは割り出されているのでしょうか。高齢者からの訴えが多いですか、あるいは若い方々からの訴えが多いなど、相談件数の内訳というかそうした状況がもしお分かりであれば教えていただけますでしょうか。

2点目は、西川様に御説明いただいた不当表示の件なのですが、表示が不当なものかそうでないか、どのように消費者が見分けることができるか。71%と言われても皆が知っている数字ではございませんので不当な表示なのかそうでないのかというのが分かりづらいところがあるのです。SNSで注意喚起をされているとは書かれているのですが、実際に注意喚起をされて得られる効果がどのようになっているのか、その状況がもしお分かりでしたら教えていただきたいです。SNSで注意喚起をしたことでそういった被害相談が減ったのかといったことで、もし何かお分かりになる部分がありましたら教えてください。

あと、最後に、警察庁からも御説明をいただきましてありがとうございます。ホームページでいろいろ注意喚起をしてくださっていることは有り難いと思うのですが、今、消費者庁でSNS、LINEなどを活用して注意喚起をすることが始まっているのですが、警察庁ではSNSを手段としてお使いにはならないでしょうかということをお聞きしたかったのです。緊急事態でもございますので、消費者庁のSNSと連動するような形で注意喚起、警察庁からのメッセージや問合せ先などもそこに入っていると、消費者としては更に心強い。ここに駆け込まなきゃとなるかなと思うのですが、そういった予定がおありなのかどうか、以上、お聞きしたいと思いました。

○山本委員長 ありがとうございます。

清水委員から御発言の希望がありますので、清水委員から承った上でお答えをいただければと思います。

それでは、清水委員、お願いします。

○清水委員 ありがとうございます。清水です。

御説明ありがとうございました。

私たち現場も同じ問題意識です。心配なのは、今、消費者生活センターの相談は件数的には収まってはきていますが、第3波、第4波と言われるコロナの拡大が来ています。私たち消費生活センターも年末年始は休みに入ってしまう。できれば休みの前にいろいろな注意喚起ができれば良いなと思っているところがございます。特に消毒液のアルコール度の表示が誤っていたりだとか、ニセ科学の商品が出回ったり、また、年明け、お店等が例年になく休みに入るといった情報もあります。そうすると、年末にまた買占め等、消費者がデマに惑わされて行動するのではないかというようなことも心配しています。引き続き広報を強化していただきたい、年末年始、特にコロナ拡大の時期を迎えますので、広報が大事だと思います。是非よろしくをお願いします。

○山本委員長 ありがとうございます。

それでは、丸山委員からも受けた上でお答えいただくこととします。すみません。

では、丸山委員、お願いします。

○丸山委員 ありがとうございます。

消費者庁に1つ教えていただきたいことがありまして、発言させていただきます。

新型コロナウイルス関連の消費者問題として、今回実は言及されている事項には挙がっていないことなのですが、少々気になっていることがございます。PCR検査の自由診療に関してなのですが、例えば常温で郵送で行って自由診療を受け付けているというような広告等を見かけるのですが、こういったものは検査の精度との関係で問題がないのかどうか、自由診療になりますとなかなか情報が出ていなかったり、医学的な知識がないと判断できないということがあります。こういったことについて、問題がないなら、ないということで良いのですが、消費者庁で何か情報をお持ちかという点を確認させていただければと思いました。

以上です。

○山本委員長 ありがとうございます。

それでは、内藤課長からお願いできますでしょうか。

○消費者庁内藤消費者政策課長 生駒委員の1点目の御質問、コロナの相談の年齢層の関係でございます。全般的な数字で申し上げますと、50代が一番多い、40代から50代が多い感じになっておりまして、男女比で言いますと女性が多い状況でございます。女性がおおよそ6割という形になってございます。一方で、個別の相談に着目しますと、例えば持続化給付金の関係はやはり圧倒的に若い方が当事者です。いわゆる自分の子供が持続化給付金でというようなものもございますけれども、基本的に契約当事者という意味では若い方々が多いかなという印象がございます。

それから、通販トラブルに関する相談という形の切り口がございますけれども、これは

2年前の件数と比べたことが一度ございますが、それで言いますと、全世代において通販関係の相談は増えておりますが、実は一番増えていましてのが若い層、10代、20代が80代以上に増えているということで、通販トラブルについては若い層に増えているところが、我々の感覚とは逆だったということで印象的ではございました。

簡単ですが、以上でございます。

○山本委員長 それでは、西川課長、お願いします。

○消費者庁西川表示対策課長 まず生駒委員から御質問があった件でございますけれども、いろいろ怪しい商品がある中、不当表示をどうやって見分けていくのかということでございました。まず、少なくとも健康食品に関しては、コロナへの効果が合理的な根拠により実証されているものはないと言って良いかと思えます。あと、食品ではなくていわゆる除菌系のものについて言いますと、これに関しては、例えば空間除菌といって首に下げたものから何か成分が出て顔の周りを空間除菌するという類の商品については、正直なところ、私、合理的な根拠があるという商品を見たことはございませんし、恐らく今後も出てくることはちょっと考えにくいかと思えます。

あと、手指の除菌ということであれば、例えばアルコール濃度60%以上のものを使いましょうというようなことが厚労省、消費者庁、経産省から連名で公表されてございますし、それから、物の除菌について、例えば界面活性剤、洗剤などの中に効果的な商品があるということについてはNITEが公表しているものがございますので、例えばそういった公開された情報を御参考に選んでいただくというのが良いのかなと思えます。

もう一個質問があったのが、SNSで注意喚起をしたことによって、例えば相談が減ったかといったようなことなのですが、不当表示はもともと消費生活相談に上がって来づらいという性質があるのです。つまり、表示を信じ込んでだまされてしまっている人は消費生活センターに電話をかけてきませんし、表示がうそだと分かっている人はそもそもその商品を買わないので、やはりかけてこないというような性質があって、そういう意味では、相談件数でどう効果があったかというのはなかなか測りづらいものがございます。

それから、丸山委員からPCR検査を自由診療でやりますといったサービスについて消費者庁で何か情報がないかということなのですが、こちらに関しては厚労省に御確認いただいたほうが良いのかなと思った次第でございます。すみません。

簡単ですが、以上です。

○山本委員長 ありがとうございます。

それでは、山口管理官、お願いいたします。

○警察庁生活安全局山口生活経済対策管理官 警察庁におけるSNSの活用についてということでお尋ねがございましたけれども、警察庁においてはTwitterのアカウントを活用して情報発信をしているところでございまして、今回のコロナの関係についても、例えば総務省などを装って給付金が出ますというような手口で別のサイトに誘導しようとする、いわゆるフィッシングのような形態のメールがはやっていますというような注意喚起を

Twitter上で行ったりしています。

それと併せてと言いますか、国民の皆さんからすると、警察庁というよりは都道府県警察、警察署が身近でございますし、実際に相談に行くとなるとそちらになるということもありまして、SNSの活用はどちらかというとも道府県警察あるいは警察署レベルで非常に積極的に行われていると承知しています。そこではやはり地域性であるとか、その地域で今どんな犯罪が発生しているか、あるいは、こういった不審者の情報があります、というような情報発信をすることで防犯効果を高めていくという取組をしていると承知しています。

以上です。

○山本委員長 ありがとうございます。

それでは、新川委員、お願いします。

○新川委員 新川です。

御説明ありがとうございます。

それぞれの各省庁で対応していただいている状況、特に緊急事態での対応状況について的確にやっていただいているなということで、感服しながらお話を承っていたのですが、少し気になりますのは、1つは質問につながる点でございます。こうした緊急事態、非常事態については、基本的な消費者問題を引き起こす事例のパターンのようなものが典型的に見られるなという気がしております。そういうパターンについては、やはり予防ということもできるのではないかと、前もって緊急事態に陥る前に注意喚起等もできるのではないかなという感じもしております。この辺り、予防的な観点からの対策というのは関係省庁等でどういうふうにご検討されているのかということをお伺いしたかったというのが1点目でございます。

それから、その問題と関連して2点目にお伺いしたかったのは、こうした問題を早期に発見して対応するという点で、先ほど不当表示では緊急監視ということで早急に改善要請をされているようなケースをお話いただきました。こういう早期発見の仕組み、できるだけ発見が早ければ早いほど被害も小さくなるということもありますので、この辺りの仕組みについて具体的な工夫等をどんなふうにしておられるのかということが少し気になったというのが2点目でございます。改善の余地があるとすればまたどういうところなのかということももしお話しただければ有り難いところです。

3点目、最後にしますが、先ほど警察庁からもお話がございましたけれども、関係省庁と緊密にこうした緊急事態の消費者問題について連携の強化をとということでお話をいただきました。具体的にこうした事態が発生したときの緊急の連絡体制というか、何かそういうものは取っておられるのでしょうか。もちろん自然災害であれ、あるいはこの感染症対策であれ、政府として対策本部が設けられているということは承知しているのですが、その中でこうした消費者問題対策といったようなものについて、具体的な連携体制が的確に動くというようなところが作動しているということがあれば、そういうところをお教えいただきたいのですが、いかがでしょうか。

以上です。

○山本委員長 ありがとうございます。

それでは、木村委員、お願いします。

○木村委員 木村です。お願いします。

主婦連にもいろいろな声をいただいているのですけれども、こういう消費者の不安に基づいてやはり情報の不足ということをも物すごく感じているところで、そのために注意喚起や情報提供が本当に必要だと感じている今日この頃でございます。

不正受給に関してなのですけれども、ある方から、不正受給に加担するようなお誘いを受けたのだけれども、本人は断ったそうなのです。でも、その人が断っても、持ち掛けた人は別の人に持ち掛けるのではないのかというところで、どうすれば良いのかという相談を受けたことがございまして、やはり被害者だけではなくて、事業者というか加害者、加害者になるかもしれない方への警告という未然防止に関する情報発信も必要ではないかなと思うのですけれども、その辺のところはどのように対応されているのかなということをお伺いしたいのが1点目です。

それから、通販についてなのですけれども、返品や送り付けなど、これまであまりそんなこと関係なかったなという人でもいろいろこういう被害に巻き込まれているところもありまして、1つ気になっているところは、全然利用していないところだったらうそだと分かるのですが、例えば自分が利用している大手のGAFAのようなサイトで偽物のメールが来たとかというとき、どうやって区別すれば良いのか分からないということがよく言われるのですけれども、そういったことに具体的な情報提供が必要ではないかと思っております。そういう対応はいかがなのでしょうかとということが2点目です。

3点目が、LINEなどSNSを使う広報は大変有効だと思うのですけれども、逆に使わない方に対する広報については更に工夫の余地があると思うのですが、どのような工夫をされる予定があるのかということをお聞かせいただきたいと思っております。

最後に、これは意見になると思うのですけれども、通販などいろいろなところで表示というのは大変大事なことで、私は商品の表示というのは商品からメッセージだと考えておりますので、不当表示などはなくしていただきたいですし、消費者にとって必要な表示の工夫をするという観点で是非取り組んでいただきたいと思っております。今後、どうしてもいろいろなデマに惑わされやすいところもございまして、そこをいかにデマではないところとか正しい情報を発信していくかというところを一緒に検討していければと思っておりますし、そうしていかねばいけないと思っております。

以上です。

○山本委員長 ありがとうございます。

それでは、内藤課長からお願いできますでしょうか。

○消費者庁内藤消費者政策課長 私から一括してお答えを申し上げます。

先ほど丸山委員のときにコメントするのを忘れておりました。大変失礼いたしました。

先ほど西川課長からお話ししたとおりでございますけれども、PCR検査につきましては、私どもにも御相談は寄せられているところでございます。検査費用が高過ぎるとか、お知らせが来たけれどもこの事業者は信用できるのかといった相談が寄せられておりますが、私どもに消費者問題として寄せられるという意味では比較的少ない件数になっているということでございます。

それから、新川委員からの御質問にお答えさせていただきます。

まず1点目、緊急時において予防するという意味での対策は何か考えているのかという御質問をいただいております。当然のごとく、個別の悪質商法全てに対応するというのはなかなか難しいものですから、いわゆる消費者教育とか普及啓発、啓蒙的な観点からの取組が必要であろうと思っております。たしか先月だったと思っておりますけれども、関係省庁で連携をして消費者のための教育を進めていきたいと思いますという連絡会議を立ち上げたところでございます。そこにおきまして、消費者が身を守るための教育とSDGsのような消費者がより積極的に取り組むための教育というような形でテーマを分けて、関係省庁もそれぞれ、これも関係のあるところにグループを作って、今後議論をしていくことにしてございます。

それから、2点目でございます。緊急時の早期発見の仕組み、これは西川さんから。

○消費者庁西川表示対策課長 緊急時の早期発見等につきましてですけれども、今回もインターネット上の広告の緊急監視に基づく改善要請、第1報が3月10日となっておりますことから分かりますとおり、実はそのための取組は2月ぐらいから始めていたところでございまして、コロナがまだ今ほどは話題になっていなかった頃からやっていたということ、そこは先手を打った対応をしているつもりでございます。今後とも、例えば緊急監視あるいは注意喚起の方法につきまして、IT技術やAIを用いた取組も予算要求などもさせていただいているところでございますし、そういった新しいテクノロジーも使って効果的に、かつ迅速にやっていきたいと思っております。

以上でございます。

○消費者庁内藤消費者政策課長 新川委員の3点目の関係でございます。連絡体制の件でございます。コロナそのものにつきましては先ほどおっしゃったような対策本部の下で関係省庁が連絡して対応していくということが基本線でございます。

一方で、コロナの関係で仮に何か事件事故、特に消費者の健康に関係するようなものが仮に起こった場合には、おそらく消費者の安全という観点になってこようと思っております。消費者の安全という意味では、関係省庁で安全の関係の担当間会議のようなものがございまして、こちらは連絡体制を作っております、定期的にちゃんと連絡が行き届くかどうかという試験を実際にやったりしておりますので、万が一そういう話になれば担当官会議で対応してくることもあろうかと思っております。

それから、木村委員から御質問、御意見を3点いただいております。

持続化給付金の不正受給の関係でございます。基本的には注意喚起自体は今回、経産省

主導で行われております。最初は一般的な注意喚起をしております、その過程で警察から検挙事案の公表がありました。そこで相当程度抑止効果があったかなという認識はしてございますけれども、その後に、返金したいという関係での消費生活相談が結構増えたところではございました。これについては経産省中小企業庁でそのための相談窓口を作ってもらっております、消費生活相談に寄せられたご相談は中小企業庁の相談窓口につながるといようなことで対応をしているところではございまして、今後も適時フェーズに合わせてしっかりと関係省庁と連絡して対応していきたいと思っております。

それから、GAFAの偽サイト、今日も某通販サイトの偽サイトの件がどうも報道されているようにございますけれども、こういうところの区別が非常に難しいといような話で、どうすれば良いかという御質問をいただいているところではございます。

この偽サイト問題については私どもも累次注意喚起は行っております、その中でよく申し上げているのは、ドメイン名です。いわゆる何とか.co.jpというものがございまして、本来、日本の会社であるはずにもかかわらず.xyとか.z何とかといようなように、ドメイン名が違っているということが見分ける一つのやり方といことで、これまではそういうようなことをよく注意喚起をさせていただいております。それだけではなかなか区別できないといような御指摘もいただいておりますので、見分け方などについては今後も引き続き工夫をして注意喚起をしていきたいと思っております。

それから、LINEだけの広報ではなかなか届けるべきところに届かないのではないかと、工夫の余地があるのではないかと、木村委員から3点目の御質問としていただいているところではございまして、こうしたことについてもネットの活用や、先ほど申し上げたテレビCMの利用といったことを考えてございます。現在試行的にやっていますのは、いわゆるマスメディアではなくて、私どもの報道発表を直接ネットメディアに配信するといった取組も始めているところではございまして、効果があれば定期的にやっていくといった工夫も今後進めていきたいと思っております。

長くなりましたが、以上でございます。

○山本委員長 ありがとうございます。

西川課長、山口管理官から更に何かございますでしょうか。よろしいですか。

では、お願いします。

○警察庁生活安全局山口生活経済対策管理官 では、警察の取組ということに関して若干補足をさせていただきます。

被害の早期発見という観点からは、警察における取組として、例えばサイバーパトロールみたいなものが挙げられるのかなと思います。ネット上で違法なもの、例えば効果効果をうたった未承認の医薬品など、そういったものについて販売されているような事例があれば、サイバーパトロールによって発見するといようなことが可能かなとも思います。そういった取組もあるといことで補足をさせていただきます。

それから、関係省庁との連携という話でございまして、警察として事件処理をし

ていくに当たっては、当然制度を所管する省庁との連携は欠かせないというところもございますので、制度所管省庁との連携が非常に重要になってくるということでございます。

一例を挙げますと、御質問にもありましたけれども、持続化給付金の関係であれば、制度を所管する中小企業庁さんと警察庁で直接担当者間のホットラインと言いますか、直接連絡先を交換して、何かあればこちらから情報提供をするなり、あるいはこちらからその制度について問合せをしたいときにはすぐに聞けるような体制作りをしているところでございます。

それから、この不正受給に関連して、自分自身は不正には加担してないのだけれども、不正を持ち掛けられたというような場合にどうしたら良いかという話がございましたが、そういった場合は、警察にもそういった相談が寄せられているところでございまして、当然そういった情報を基に必要な捜査を行って、当然、持ち掛けた人間が別に犯罪をしているというようなことが発覚すれば、それはきちんと対応して検挙していくというような対応を取っているところでございますので、そういった情報も当然捜査の端緒として活用させていただいているというところでございます。

最後になりますけれども、情報提供の中で、ネットを使わない人に対する注意喚起みたいなものをどうするかというお話があったかと思いますが、当然そういう方はいらっしゃると思います。先ほどのSNSのお話でも申し上げましたけれども、警察の場合は交番や警察署というものが地域に密着した形で展開しておりますので、そうした中で、地域の犯罪の発生状況、被害の認知状況、あるいは、被害とまではいかななくても、今こういったことが起こっています、ちょっと気を付けてくださいねという注意喚起情報みたいなものは、例えばですけども、交番だよりというような形で紙を発行して、それを地域の回覧板に載せたりといった形で情報提供をするということもございますので、当然そういった形での広報、未然防止対策も進めてまいっているというところでございます。

○消費者庁西川表示対策課長 警察との連携ということに関して言えば、先ほど持続化給付金の話がありましたけれども、例えば警察のいわゆる薬事法の関係の部局などとは当方の不当表示を取り締まっている部局とも関係する部分がございまして、その辺の連携は今後とも進めていきたいと思っております。

○山本委員長 ありがとうございます。

それでは、受田委員、お願いします。

○受田委員 受田です。

質問なのですが、西川表示対策課長に伺いたい内容です。資料1-2に基づいて、景品表示法の観点から不当表示への対応をしておられるという取組を御紹介いただきました。右側に根拠のない商品に御注意くださいという具体例をお示しいただいたのですけれども、私、食品の関係を担当していること、また、食品に関する研究をやっているという立場で、一番下の「根拠のあるサプリメントや特定の食品はありません」という言い切り方の注意喚起をしている部分について少し伺いたいと思います。

ここの部分というのは、先ほど西川課長はコメントの中でも合理的根拠のあるものはないという表現をお使いになりました。一方で、例えば今週も日経バイオの最新のネットニュース等では、奈良県立医科大学の先生方が新型コロナに対する食品成分の効果を発表したとかというニュースも流れてきていて、かなりコロナに対する予防医学的な意欲的研究も展開されていると考えております。こういうふうな言い切り方のことを注意喚起されることになると、意欲的な研究に対する委縮というか、そういう部分が起こってくるのではないかというのが1つ懸念です。これは、例えば「目下のところ」とか、あるいは根拠という部分にもう少し「科学的な」や「エビデンスに基づいて」とかと何か補足しておく必要があるのではないかと思うのですけれども、保健機能食品制度を所管している。

(接続不良)

○事務局 一旦つなぎ直しますので、その次の先生にお願いします。

○山本委員長 それでは、大石委員、お願いできますでしょうか。

○大石委員 大石です。

では、時間もないので簡単に。今までのお話の中で、他の省庁との連携ということでお話をいただいたと思います。最初に内藤課長からコロナ関連の相談がPIO-NETでは少し落ち着いてきたというお話があり、数値にもそれが出ていたのですけれども、今回政府のいろいろな方針、Go To EatやGo Toキャンペーンの話、それから、実際に第3波でこれだけコロナの患者数が増えてきているという実態も含め、警察庁からも相談事例をお聞きしたときに、同じような相談が警察庁にも入っているのではないかと感じました。相談件数ということで、全体として統計的に各省庁間のすり合わせのようなものが行われているのかということをも1つ教えていただきたいと思います。

あと、これは警察庁の方のお話の補足になりますけれども、私の住んでいる地域では、地域的にオレオレ詐欺の電話が急激に増えている場合には緊急事態ということで、防災無線などを使って、今この地域ではこのような詐欺が起きています、という放送が流れたりします。ですので、防災メディアをどこまで使って良いかということもあると思いますが、緊急の場合にはそのような方法も有効ではないかと思い、と紹介させていただきました。

以上です。

○山本委員長 それでは、受田委員、途中で回線が切れてしまったのですが、エビデンスのある等の補足した広報を行う必要があるのではないかという辺りまで伺っておりますけれども。

○受田委員 途中で回線が途絶えてしまいました。すみません。

要は、今の段階でこういう注意喚起を出されていることに関しては十分理解をしておりますけれども、今後の意欲的な研究に対する考慮と言いますか、その観点で、消費者利益を逆に低下させてしまうことがないように、保健機能食品制度との観点から十分な配慮も必要ではないかと感じますが、いかがでしょうかという質問でございます。

○山本委員長 ありがとうございます。

片山委員長代理からいただいておりますので、片山委員長代理からいただいた後でお答えをいただければと思います。

それでは、お願いいたします。

○片山委員長代理 ありがとうございます。

消費者庁と警察で連携を取って対応などをしていただいていることがよく分かりました。

具体的に幾つか質問と意見を申し上げたいと思いますが、まず警察庁に、#9110という警察相談専用番号がどれくらい認知されているのかを教えていただければと思います。こうした問題について警察に連絡をするということは、消費者にはなかなかハードルの高いところもありますので、是非認知を高めていただきたいというお願いも込めての質問です。

もう一つは消費者庁に、資料1-1の4ページ、右側でインターネット通販に関する注意喚起をしていただいておりますが、ここで挙がってくる偽ショッピングサイトやフィッシングサイトというものを、その言葉だけですぐにイメージできる人はそれほど多くはないのではないかと懸念します。そういう意味では、こういう注意喚起の際に、具体的な被害事例だとかそういうものにリンクしていて、そちらをすぐに確認して、こうした被害事例があるんだということを消費者が理解できるような工夫はこれから先できますでしょうか。是非やっていただきたいというのが2つ目。

それから、同じ資料1-1の5ページですが、LINEアカウントを開設していただいているのも大変有り難いと思えました。このLINEのお友だち登録を更に増やしていただきたいと思いますのですが、それについての取組は何かありますでしょうか。

それから、LINEでのこういう広報について、こういうことがあったら必ずここへ連絡をしてくれという連絡先を入れていただきたいと思います。かつ、消費者庁と警察の連携の中で、188もそうですけれども、#9110というものもあるということも含めて連携して、消費者が行動を起こせるような注意喚起を更に強めていただけないでしょうかということについてお尋ねしたいと思います。よろしくお願いいたします。

○山本委員長 ありがとうございます。

それでは、内藤課長からお願いできますでしょうか。

○消費者庁内藤消費者政策課長 若干順番が逆になりますけれども、お許しいただければと思います。

まず、大石委員から関係省庁間の相談の数のすり合わせが行われているのかという御質問をいただいております。警察庁さんと数のすり合わせの件が、何かあったと思うのですが思い出せなくて恐縮なのですが、他の件で申し上げますと、例えば、今は随分収まっておりますが、サブリースの関係などですと国交省と彼らの窓口に寄せられている相談と消費生活相談の件数などについて意見交換をするといったことをしてございます。それから、多重債務も現在、コロナ禍ではあるのですが小康状態にあるような雰囲気になってございます。今後要注意ではございますけれども、こうしたものの推移、それから、消費生活相談の件数、あるいは金融庁に寄せられる相談件数などについても数字をお互いに

照らして傾向などは一緒に分析をするようにしているところでございます。

それから、片山委員から御質問をいただいておりますうちの2点目と3点目を私から御説明させていただきます。

通販トラブルにつきましては、具体的にイメージできるようにという御指摘であったかと思えます。今日はつけてございますけれども、正に4ページの後ろには具体的にこういうふうな偽サイトがありますといったイメージ図をつけさせていただいて注意喚起を行っているところでございます。個別具体的な会社のサイト等につきましては、しっかり証拠などを押さえて確認をした上で公表する必要がございます。これは消費者安全法に基づきまして、いわゆる法と証拠に基づいて実名を伴っての注意喚起を案件があるときに適宜やっておりますので、消費者庁のホームページの財産被害の関係の注意喚起の欄などをよろしければ後ほど御参照いただければと思えます。これはかなり具体的につけているところでございます。

それから、片山委員の3点目でございます。友だち登録については、LINE社ともいろいろ工夫しながら、友だちを増やすための取組はタイムラインで何か流してもらったりとかということは従来はやっておりました。その意味で引き続きやっていきたいと思っておりますけれども、連絡先につきましては、正にLINEから直接188に掛けられるような工夫をしていたりもしております。

それ以外にももう少し注意喚起を強化すべきだという御指摘を3点目の最後にいただいておりますけれども、これについても、今年度、コロナ禍の状況を踏まえて、注意喚起については今後少し強めに情報発信をしていく予定にしておりますので、その辺り、また是非御覧いただければと思っております。

以上でございます。

○山本委員長 それでは、西川課長、お願いいたします。

○消費者庁西川表示対策課長 受田委員からの御指摘でございます。新型コロナウイルスに効果のある食品についての注意喚起の言い方ということですが、まず前提として申し上げさせていただきたいのが、機能性食品も含め、もともと食品に関しては実際の根拠がどうあれ、コロナに効くという医薬品的効果はそもそもうたえないものであるということをもまず大前提としていただきたいということがございます。

それで、コロナに効果があるような成分について意欲的な研究をされている事業者がいらっしゃるということは、我々もそう思っております、そういう方の今後の開発に期待しているということももちろんでございますけれども、ただ、成分の効果が根拠が仮にあったとしても、それが、売られている食品を食べると同じように人間の体に効果をもたらすかどうかということはまたフェーズの違う問題でございます。景品表示法で言っているところの合理的な根拠というの、成分に効果があるという根拠資料だけではなくて、その根拠が実際にその商品の表示でうたっている効果と適切に対応していなければいけないというものも含めて、その両方を満たしてこそ合理的な根拠ということになるわけござ

います。

そういう意味では、現時点ではわらをもすがりたい消費者が多々いらっしゃる中で、十分な根拠の下でコロナに効くよといった印象を消費者に与えて売上げを伸ばそうとするような食品も実際に非常に多いということを踏まえたと、現時点においては、このような表現で注意喚起をしているということに御理解をいただければと思います。

以上です。

○山本委員長 ありがとうございます。

それでは、山口管理官、お願いいたします。

○警察庁生活安全局山口生活経済対策管理官 まず他省庁との連携の関係でございますけれども、先ほど来申し上げますように、様々な情報共有をいただいているところでございます。そうした中で、相談の現況という話も当然含まれてくる話でありまして、相談の傾向や内容、どういったものが増えているというような話、傾向に含まれるのかもしれませんが、そういった情報共有は関係省庁との間で行っているというところでございます。数が何件であるみたいなものの共有というよりは、むしろ増えているとか減っているとか、こういったものが多いですねというような、いわゆる情報共有ということになるのかなと考えています。

それから、#9110に関するお尋ねがございましたけれども、こちらに関しても国民の皆様に広く認知していただけるような形で様々な広報活動に取り組んでいるところでございます。例えばで、申し上げますと、消費者庁さんが様々な注意喚起みたいなものをプレスリリースされるときに、プレスリリースされた案件に関しての相談先というところで#9110のようなものを掲載していただいたり、今回についても、例えば持続化給付金の関係で、中小企業庁が出されている持続化給付金を装った詐欺に御注意くださいというような広報チラシにも、持続化給付金のコールセンターに加えて、最寄りの警察署か#9110までというような形で明記してもらっているということでございます。そういった関係省庁の施策の中でも問合せ先の#9110という形で取り上げていただくということの中で少しでも国民の皆様に広く認知していただけるように取組を行っているところでございます。

以上でございます。

○山本委員長 ありがとうございます。

以上ですね。

御説明いただき、また、御回答いただきましてどうもありがとうございました。

消費者庁、警察庁におかれましては、様々な取組をしておられると理解いたしました。本日、委員からいろいろ御意見がございましたけれども、消費者に対していかに実効的に情報を届けるかということ、それから、消費者からいかに情報を届けていただけるようにするかという点、そして、情報の分析といったことも含めた関係省庁の間の連携の重要性といったことが指摘されたかと思えます。消費者庁、警察庁におかれましてそれぞれ目下取り組んでおられることと思えますけれども、今後、更にいろいろ新たな手口等も出てく

る可能性がございますので、引き続き十分注意喚起及び取締りの強化のほど、お願いしたいと思っております。

消費者委員会といたしましても、本日のヒアリング結果も含め、引き続き関係行政機関の対応や取組状況を精査し、必要に応じて調査審議を行ってまいりたいと思っております。

消費者庁、警察庁におかれましては、お忙しいところ、審議に御協力いただきまして、誠にありがとうございました。

(消費者庁、警察庁退室)

### 《3. フィッシング問題への取組に関する意見案について》

○山本委員長 次の議題ですが、「フィッシング問題への取組に関する意見案について」です。

これまで何度か議論してまいりましたけれども、委員の皆様のお意見を踏まえて、事務局に意見案を取りまとめていただいたところです。

それでは、事務局より10分程度で御説明をお願いいたします。

○友行企画官 それでは、本件につきましてでございますけれども、11月5日の本会議におきまして、関係行政機関や関係団体などからヒアリングを行っていただきました。それらを踏まえまして、意見案を資料2のとおりに取りまとめております。

内容の詳細につきましては、事務局担当者より説明させていただきます。

○事務局担当者 それでは、意見案につきまして、お手元の資料2に沿って御説明いたします。

構成といたしましては、意見案本文に別紙1～3のグラフをつけた形になっております。

まず1ページ目でございますけれども、「第1 背景」で意見を発出するに至った背景をまとめております。

最初の段落、前提といたしまして、フィッシングとは何かということでございますが、金融機関やECサイト等、認知度の高い企業やブランドを装ったメールやSMSを送り、ログインIDやパスワードなどの個人情報を詐取する行為でございます。こういったフィッシングや、これによって詐取した個人情報を利用したと思われるインターネットバンキングに係る不正送金事犯が増加しているということでございます。

具体的には、まず別紙1のグラフを御覧いただきまして、こちらはフィッシング対策協議会が公表したフィッシング報告件数でございます。グラフが右肩上がりとなっております。今年9月、10月につきましては1月当たり3万件近くになっております。

別紙2を御覧いただきまして、こちらはPIO-NET上の相談内容に「フィッシング」という文言が含まれる事例を消費者委員会が独自に集計した件数でございます。こちらでも多少上下しながらではありますが、増加傾向にあることが分かります。

また、別紙3を御覧いただきまして、こちらは先月5日の本会議で警察庁に御発表いた

だいたいの資料ですけれども、インターネットバンキングに係る不正送金事犯の発生件数と被害額は令和元年9月から急増しているということですので、右側のグラフ、真ん中辺りですが、平成30年に比べて令和元年の件数がかなり増えております。今年上半期だけでも前年上半期を大幅に上回っている状況でございます。

その被害の多くはフィッシングサイトへ誘導する手口によるものと考えられているということでもございました。

このような急増傾向について、ここで改めて関係行政機関による取組を一層強化していただきたいということで、このたび意見を発出するに至ったということでもございます。

意見案の2ページ目、第2の部分から関係省庁に対する意見の具体的な内容を記載してございます。大きく4つ挙げておりますけれども、1つは技術的対策の普及促進、2つ目として犯罪の取締り強化、3つ目として消費者への注意喚起の強化、4つ目として関係行政機関の連携強化ということでございます。

まず1つ目、第2の1でございますけれども、総務省に対する意見でございます。フィッシングメールの受信防止対策の普及促進とその効果検証をしていただきたいということでございます。柱書き、広くフィッシングメール受信の防止のためにも有効な技術を普及していただきたいということですが、「特に」というところでア、イの部分ですが、具体的に有効な技術の一つとされておりますのがアの送信ドメイン認証技術とイの迷惑メールフィルターということで挙げております。

送信ドメイン認証技術につきましては、ドメイン名、アットマーク以下の部分ですが、その正当性、メールの送信者がなりすましかどうかを確認するための技術でございます。事業者側での導入がこの技術については必要になるということもございますので、普及促進をしていただきたいということでございます。

他方、迷惑メールフィルターにつきましては、メールの内容等から迷惑メールをふるい分ける機能ですが、消費者側で設定する必要もございますので、その機能や効果、メリット、デメリットも含めて消費者に対して啓発を強化していただきたいということでございます。

それから、3ページ目に参りまして、2のところ、2つ目は警察庁に対する意見でございます。不正アクセス禁止法違反や不正送金事犯等の取締りを強化していただきたいということで記載してございます。

3に参りまして、3つ目として、今回の意見の発出先、全ての省庁、警察庁、総務省、経済産業省、消費者庁ですが、意見として、消費者への注意喚起を強化していただきたいということでございます。昨今、フィッシングの手口が非常に巧妙化しております、変化のスピードも速いことから、迅速な注意喚起をお願いしたいということでございます。

また、消費者側で講じるべき対策について、改めて周知啓発を強化していただきたいということですので、例えば①～④にありますけれども、不審なメールに記載されているURL

はクリックせずに、公式アプリ等からアクセスすること。少しでも不審に感じた場合は、IDやパスワード等を入力しないということ。被害に遭った際には188や警察相談電話などに相談することです。

最後に4のところ、本件は複数の行政機関やその他の機関が取り組んでおられますことから、横のつながり、連携を強化していただきたいということですので。

説明は以上になります。

○山本委員長 ありがとうございます。

それでは、御質問、御意見のある方はお願いいたします。いかがでしょうか。

生駒委員、お願いします。

○生駒委員 御説明ありがとうございました。

大量にフィッシングメールが届くようなことが今起きていると思うのですが、受け手の消費者の側からして、受け取ったときにそれをどこかに報告できるような仕組みがあると、2度目が送られてこないのではないかと思います。今のところは消去して捨ててしまう以外、とにかく触らないでということだと思えるのですが、どこかに報告させていただいて、それを基にまた注意喚起をしていただけるような流れはあるのでしょうか。以前、協会の方にお聞きしたときには、そのようなケースもあるようなことはお聞きしていたのですが、今把握されている中で御説明いただける範囲で結構ですが、よろしくをお願いします。

○山本委員長 それでは、お願いします。

○事務局担当者 メール事業者にもよると思えるのですが、表示の中で、フィッシング詐欺であるということでボタンが設置されている事業者もあるかと思えます。そのほか、フィッシング対策協議会でしたら、電話によるのですけれども報告するという制度が整っている状況でございます。

○生駒委員 そのボタンを設置している業者さんはまだ少ないと思えるのですが、例えば転送という形でどこかのメールに送ると全部情報として蓄積されて、更なる被害を防げるようなことがもしあればと思ったものですから、そういう対策は取られているのか知りたかったのですが、今はない感じですか。

○事務局担当者 一般的に普及しているというものはそれほどないかと思えます。

○山本委員長 どうぞ。

○友行企画官 今の御説明に若干補足いたしまして、総務省さんから来ていただいてヒアリングしたときに、迷惑メール相談センターというところがあるという御説明もございました。そういうところは一般の方からの電話相談や情報提供なども受け付けているようなところですので、そういったところに御相談するという手も今事務局担当者から説明があった他にあるかなと思います。

○山本委員長 ありがとうございます。

それでは、大石委員、新川委員の順にお願いします。

大石委員、お願いします。

○大石委員 大石です。お願いいたします。

このまとめについては、方向性としては賛成いたしますし、是非早急に進めていただきたいと思いますが、1つ、直接消費者が携帯電話を購入する販売店での消費者への普及啓発がきちんと行われるのかどうか、ということが気になっております。消費者がフィルタリングの設定や、実際にフィッシングに対応するためのセキュリティに関する設定について直接話を聞くのは、やはり一番身近な携帯電話の販売店だと思っております。ところが、携帯電話の販売店はキャリアさんと直接つながっているわけではなくて、販売店のトップは全く別会社で、販売店だけの団体などを持っています。今回、キャリア直属の販売店であれば総務省さんからの意向が届くのかもしれませんが、多くの販売店さんには今回の通達や意向が届きにくいという現実があると思います。

その意味で、文言の中で総務省さんへの情報伝達の中の「等」という言葉の中に入るのかとは思いますが、消費者にそのような情報を一番伝えやすい携帯電話販売店への広報、周知も含めての内容であるということが、この報告の中には入っているということで共有いただけますと有り難いと思っておりますし、是非周知していただきたいと思っております。

以上です。

○山本委員長 ありがとうございます。

それでは、新川委員、お願いします。

○新川委員 新川です。ありがとうございました。

今の山本委員のお話の続きなのですが、今回各省庁、それから関係団体の連携を言っていると思いますので、今回の意見書の発出についてはこのとおりで結構だと思っております。

ただ、当委員会としてやはり考えるべきは、この関係団体等の範囲というのが、特定の団体が想定されているようなケースが多々ございますので、むしろ、ただいま山本委員からもございましたけれども、利害関係のある団体はもっと幅広くあるのではないかと考えております。製造や技術に関わる業界、あるいは流通や小売に関わるような業界、更には消費者団体、また、それも国内だけではなく、国外も含めて考えなければならないのではないかと考えております。フィッシングの問題に関わる対策というのは世界的な課題でもございますので、そうした観点からの関係団体といったものの範囲をしっかりと見定めて、しかし、的確に対応できるような連携を組み立てていただきたいという意見を申し上げておきたいと思っております。

以上です。

○山本委員長 ありがとうございます。

そのほか、いかがでしょうか。よろしいでしょうか。

ただいま幾つかの御指摘をいただきました。山本委員からは特に意見の中の2ページの迷惑メールフィルターの啓発強化という点に関して、正にサービスプロバイダー等の関係

事業者等ということなのですから、実際に消費者に接する販売店も含めて考えていただきたいという御指摘がございました。

生駒委員からは、3ページの消費者への注意喚起の一層の強化という中でフィッシングの被害に遭った場合に通報するということが書かれておりますけれども、先ほどの御説明のように、現在でも既にいろいろな窓口等あるわけですが、被害に遭ったというか、フィッシングを発見した場合にということだと思っておりますけれども、そういった場合に通報していただくことをお願いしたいというお話がございました。

それから、新川委員からは、最後の4の関係行政機関の連携強化の中に「民間団体等も」と書かれているのですけれども、民間団体を幅広く考えていただきたいという御指摘がございました。

木村委員から御発言の希望があるということですが、木村委員、お願いします。

○木村委員 木村です。お時間がないところ、申し訳ありません。手短に。

この意見書の内容については賛同いたしますし、是非早く対策をと思っているところなのですけれども、特に消費者に対する注意喚起の強化というところで、不審なメールと分からない、不審かどうか分からないというところがすごく問題だと思うのです。ですから、その注意喚起を強化するという3ページ目の3の(1)なのですけれども、そのところを是非委員長会見でも強化してくださいと伝えていただければ有り難いと思います。本当に未然防止が大事だと思います。よろしくお願いします。

○山本委員長 ありがとうございます。私から強くそのことは申し上げたいと思います。

そのほか、いかがでしょうか。よろしいでしょうか。

それでは、フィッシング問題への取組に関する意見案につきまして皆様の御了解をいただいたと思いますので、これをもって当委員会の意見とし、関係行政機関宛てに送付したいと思います。よろしいでしょうか。

(首肯する委員あり)

○山本委員長 ありがとうございます。

それでは、委員の皆様におかれましては、これまで意見の取りまとめに御尽力いただきまして誠にありがとうございました。

---

#### 《4. 閉会》

○山本委員長 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説明をお願いいたします。

○太田参事官 本日も熱心に御議論いただきまして、ありがとうございました。

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

せいたします。

以上でございます。

○山本委員長 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、お集まりいただきましてありがとうございました。