

消費者委員会本会議（第454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454回） 議事次第

1. 日時 令和7年2月28日（金） 9時57分～13時24分
2. 場所 消費者委員会会議室及びテレビ会議
3. 出席者

鳩山内閣府副大臣

（委員）

【会議室】 鹿野委員長、黒木委員長代理、中田委員

【テレビ会議】 今村委員、小野委員、柿沼委員

（説明者）

消費者庁 消費者教育推進課 食品ロス削減推進室 田中室長

公益社団法人日本ペストコントロール協会 酒井副会長

公益社団法人日本ペストコントロール協会 星野専務理事

公益社団法人日本ペストコントロール協会 茂手木事務局長

全国管工事業協同組合連合会 東京都管工事工業協同組合 五十嵐理事長

全国管工事業協同組合連合会 東京都管工事工業協同組合 新家副理事長

全国管工事業協同組合連合会 東京都管工事工業協同組合

理事兼メンテナンスセンター部会長 川口様

全国管工事業協同組合連合会 東京都管工事工業協同組合

理事兼メンテナンスセンター委員長 永島様

シェアリングテクノロジー株式会社 森吉代表取締役CEO

シェアリングテクノロジー株式会社 矢野管理部部長

（事務局）

小林事務局長、後藤審議官、友行参事官

4. 議事

(1) 開 会

(2) 新政務御挨拶

(3) 「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針」の変更について

(4) レスキューサービスに関する消費者問題について

(5) 閉 会

《1. 開会》

○鹿野委員長 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、第454回「消費者委員会本会議」を開催いたします。

本日は、黒木委員長代理、中田委員、そして私、鹿野が会議室にて出席しており、今村委員、小野委員、柿沼委員、星野委員が、テレビ会議システムにて御出席です。

大澤委員、原田委員、山本委員は、本日所用のため御欠席と伺っております。

なお、小野委員と柿沼委員は少し遅れての御参加と伺っております。

《2. 新政務御挨拶》

○鹿野委員長 本日は、鳩山内閣府副大臣にお越しいただいております。お忙しいところ誠にありがとうございます。

それでは、鳩山内閣府副大臣より御挨拶を頂戴したいと思います。よろしく申し上げます。

○鳩山内閣府副大臣 内閣府副大臣として消費者行政を担当しております鳩山二郎でございます。

国会日程等により御挨拶が遅くなったこと、まずはおわびを申し上げたいと思っております。

消費者委員会では、高齢化やデジタル化等の進展に伴って複雑化・多様化する消費者問題への対応から、消費生活に極めて身近な案件まで多様な御議論をいただいていると承知をいたしております。委員の皆様におかれましては、消費者問題に関する豊富な御見識を基に御議論いただき、これらの課題解決に向けた忌憚のない御意見を賜りますよう、よろしくお願いを申し上げて私の御挨拶といたします。

よろしくお願いをいたします。ありがとうございました。

○鹿野委員長 ありがとうございました。

鳩山内閣府副大臣におかれましては、この後の公務のためここで退席されます。お忙しいところありがとうございました。

○鳩山内閣府副大臣 ありがとうございました。

(鳩山内閣府副大臣退室)

《3. 「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針」の変更について》

○鹿野委員長 それでは、改めまして、本日の会議の進め方等について、事務局より御説明をお願いします。

○友行参事官 本日もテレビ会議システムを活用して進行いたします。

配付資料は、議事次第に記載のとおりでございます。もしお手元の資料に不足などがございましたら、事務局までお申し出くださいますようお願いいたします。

以上でございます。

○鹿野委員長 ありがとうございます。

本日最初の議題は「『食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針』の変更について」でございます。

令和元年に成立した食品ロスの削減の推進に関する法律に基づき、食品ロスの削減に関する施策の総合的な推進を図るため、翌年3月に「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針」が閣議決定されました。基本方針の策定に当たり、消費者委員会では、令和2年2月の第316回本会議において、消費者庁から検討状況について御説明をいただき、意見交換を行ったという経緯がございます。

基本方針では、法施行後おおむね5年をめどに見直しについて検討するとされているところ、現在、消費者庁において、食品ロスの更なる削減の取組が進むよう、基本方針の変更について検討を進められていると伺っております。

そこで、本日は、消費者庁より、現在までの検討状況等について御報告をいただき、意見交換を行いたいと思います。

本日は、消費者庁消費者教育推進課食品ロス削減推進室の田中室長に、会議室にて御出席いただいております。お忙しいところありがとうございます。

それでは、田中室長から20分程度で御説明をお願いいたします。

○消費者庁消費者教育推進課食品ロス削減推進室田中室長 ありがとうございます。

消費者庁、田中でございます。

まず初めに、皆様には食品ロスをめぐる事情について御説明をさせていただければと思っております。本日は、このようなお話をさせていただく機会、御説明をさせていただく機会をいただきまして、誠にありがとうございます。

まず、お手元の資料1-1を御準備いただければと思います。

日本におきましては、まだ食べられるにもかかわらず廃棄される食品ロスの量は、最新の2022年度、令和4年度の数字で、年間472万トン発生しております。この472万トンのうち、事業系が236万トン、家庭系も236万トンとなっております。この食品ロスを削減するためには、右の円グラフにありますように、事業系、家庭系双方において、それぞれの発生要因に応じた多岐にわたる対策を講じる必要があるということになっております。

続きまして、2ページ目を御覧いただければと思います。

472万トンという食品ロス量を経済損失及び温室効果ガス排出量に置き換えた推計を示

したものとなっております。経済損失といたしましては4兆円、温室効果ガス排出量といたしましては1,046万トンCO2にも及んでおりまして、食品ロスを経済的にも環境負荷にも大きな影響を与えているということがこの数字からも見てとれる状況となっております。

続きまして、3ページ目を御覧いただければと思います。

食品ロスの問題は、世界的にも大きな課題の一つとなっております。2015年に国連で採択をされましたSDGsでも、目標の12「持続可能な生産消費形態を確保する」、これを「つくる責任 つかう責任」と言っておりますけれども、そのうちの12.3におきまして、2030年までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させるという目標が設定をされております。

続きまして、1ページ飛びまして5ページを御覧いただければと思います。

このSDGsの目標を受けまして、日本でも令和元年に制定をされました食品ロス削減推進法に基づきまして、令和2年の3月に閣議決定をされた第1次の食品ロス削減の推進に関する基本的な方針におきまして、2030年度に2000年度比で家庭系、事業系共に半減できるよう、食品ロスの削減の取組を推進することとして、政府一体となってこれまで取り組んでまいりました。この基本方針の目標の見直しにつきましても、本日は御説明をさせていただきたいと思っております。

続きまして、本日の議題となります「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針」の変更案について、個別具体的に御説明をさせていただきたいと思っております。

資料1-2の1ページ目を御覧いただければと思います。

今回の基本方針の変更は、第1次基本方針が令和2年3月に閣議決定されてから5年が経過し、様々な社会情勢が変化していることを踏まえまして、更なる削減の取組が進むよう、新規項目の追加や施策の拡充を行うものとなっております。

まず、上段の食品ロス削減の目標の欄を御覧いただければと思います。大きな変更点といたしまして、2030年度までの事業系の削減目標の変更がございます。第1次基本方針におきましては、事業系については、食品循環資源の再生利用等の促進に関する基本方針に基づきまして、また、家庭系につきましましては、循環型社会形成推進基本計画に基づきまして、事業系、家庭系ともに2000年度比で2030年度までに食品ロス量を半減させることを目標としてまいりました。

事業系につきましましては、2022年度に8年前倒しということによって目標を達成したことを踏まえまして、新たに60%減という目標を設定することとしてございます。これにつきましましては現在、関係委員会で審議が進められておりますけれども、本基本方針におきましてもこの目標を目指すこととして示させていただいております。

その他の目標といたしまして、家庭系につきましましては、第五次循環型社会形成推進基本計画に基づきまして、50%減の目標を維持しつつも、2030年度を待たず早期達成を目指すこととしております。

また、食品ロス問題の認知度の目標につきましても、2024年度の認知度が74.9%である

ことを踏まえまして、80%を維持することとしてございます。

続きまして、下段の食品ロスの削減の推進に関する基本的施策の欄を御覧いただければと思います。

今回の基本方針の主な変更点といたしましては、2023年12月に食品ロス削減推進会議で取りまとめ、2024年2月に本会議でも御報告をさせていただきました削減目標の達成に向けた施策パッケージの内容と、2024年7月に開催をされました推進会議の総理指示の内容を反映すべく、国の施策を中心に、新規項目の追加や施策の拡充を行っております。

まず、「(1) 教育及び学習の振興、普及啓発等」の欄を御覧いただければと思います。

新規項目といたしまして、食品ロス削減、食品寄附促進、食品アクセス確保という3つの施策を行政の縦割りに陥ることなく、ワンボイスで一元的に情報発信をしていく「食の環(わ)プロジェクト」について記載を新たにしております。この取組は、普及啓発等に当たり関係府省庁が連携して取り組むこととして記載をさせていただいております。

次に、消費者の自己責任を前提とした食べ残し持ち帰りの周知を図るための「食べ残し持ち帰り促進ガイドライン」の活用ということを記載させていただいております。

本ガイドラインは、持ち帰りに伴う民事的・衛生的な責任を高いハードルとして感じる事業者の方が相当数いるということ踏まえまして、民事上または衛生上留意すべき事項を消費者庁及び厚生労働省でそれぞれ整理をし、事業者及び消費者双方の協力と理解の下で、食べ残し持ち帰りの促進を図ることを目的といたしまして、昨年12月に策定をいたしました。基本方針には、本ガイドラインの周知について記載をしております。

続きまして、環境省の取組として脱炭素につながる新たな国民運動である「デコ活」あるいは持ち帰り運動であるmottECOの普及促進を記載いたしております。

1つ飛ばしまして、地域等において食品ロスの削減を担う人材を育成する食品ロス削減推進サポーターを記載いたしました。第1次基本方針の人材育成の趣旨を踏まえましてスタートした制度となっております。現在、約3,200人のサポーターの方々が全国で御活躍いただいている状況でございます。

続きまして、未就学児を対象とした食育等を進めるため、保育所、幼稚園等への栄養士あるいは管理栄養士や栄養教諭の配置というところを記載させていただいております。

次に、食品ロス削減に関する国際貢献の観点から、日本が国際社会をリードできるよう、日本の先駆的な取組の国際展開を図っていくということも記載をさせていただいております。

続きまして、「(2) 食品関連事業者の取組に対する支援」の欄を御覧いただければと思います。

まず新規項目といたしまして、農林水産省が主催をしております「食品廃棄物等の発生抑制に向けた取組の情報連絡会」を通じまして、納品期限や賞味期限に関する商慣習の見直しの推進を図っていくということ新たに記載させていただいております。

続きまして、事業者に対する「食べ残し持ち帰り促進ガイドライン」の周知、あるいは

mottECOの導入事例の周知を記載させていただいております。

次に、食品ロス削減に関する「食品期限表示の設定のためのガイドライン」の改正内容の周知及び取組の促進を記載しております。同ガイドラインにつきましては、現在、専門家会合におきまして検討を行っております、パブリック・コメントを経て年度内に取りまとめを見込んでおりますが、主な見直しの方向性といたしましては、期限設定に用いる安全係数、これは今、現在余裕を持って0.8程度の数字を掛けるものとして、国のほうで一定程度目安を示しておりますけれども、食品特性に応じて、1に近い適切な設定を行うよう、あるいは賞味期限をしっかりと延長するよう、そういったことを促していくガイドラインの見直しを今現在行っているところであります。

続きまして、企業における発生抑制等の具体的な取組内容が公表される仕組みの検討、あるいはICT、AI等の新技術の活用といったDXの推進による食品ロス削減あるいは食品寄附の促進について記載をいたしております。

続きまして、「(4) 実態調査及び調査・研究の推進」の欄を御覧いただければと思います。

新規項目といたしまして、民間事業者が備蓄をしている災害時用の備蓄食料の廃棄量の実態を把握するとともに、それらが廃棄ではなくフードバンクへの寄附に回るような有効な活用について検討するという内容を新たに記載させていただいております。

また、拡充項目といたしまして、食品ロス発生量の経済損失及び環境負荷について、継続的に推計を実施することを記載いたしました。この推計につきましては、先ほど御説明をさせていただいたとおり、経済損失約4兆円、温室効果ガス排出量約1,046万トン-CO₂という数字を公表させていただいております。

続きまして、「(6) 未利用食品等を提供するための活動（食品寄附）の支援等」の欄を御覧いただければと思います。

新規項目といたしまして、食品寄附活動の信頼性を向上するための「食品寄附ガイドライン」の普及啓発を記載いたしております。本ガイドラインは、フードバンクやこども食堂などの食品寄附を行う支援組織の信頼性を向上し、食品の寄附促進を図ることを目的といたしまして、関係者による官民協議会におきまして昨年12月に策定をいたしました。

内容といたしましては、食中毒等の事故を防止するための品質、衛生に関する安全管理、あるいは横流し防止のためのトレーサビリティ確保、事故時の対応として保険への加入を求めるなど、食品寄附者の懸念を払拭し、食品寄附の信頼性向上に必要な事項を具体的に記載するとともに、本ガイドラインの使い方にも配慮して、必要事項等を整理したチェックリストなども備えている状況となっております。

次に、同ガイドラインに基づき、一定の管理責任を果たすことができるフードバンク等を特定するための仕組みを構築するという内容を記載させていただいております。

また、食品寄附に対する社会全体のコンセンサスの醸成等を踏まえまして、食品寄附に伴って生じる民事責任の在り方について、最終受益者の被害救済にも配慮した法的措置を

講ずることを目指すということを記載させていただいております。

さらに、損金算入など食品寄附の税制上の取扱いの周知、あるいは企業版ふるさと納税の活用、フードバンク等への支援強化といったことを記載させていただいております。

最後に、資料の2ページ目を御覧いただければと思います。

下段の部分になりますけれども、第1次の基本方針に示される消費者、農林漁業者・食品関連事業者あるいは国・地方公共団体に求められる役割と行動につきましては、第2次基本方針におきましても踏襲をさせていただくこととしてございます。

例えば左の消費者につきましては、「日々の生活の中でできることを一人一人が考え、行動に移す」ということをテーマといたしまして、個別具体的に例えば買物前に食材をチェックする、冷蔵庫の在庫管理あるいは宴会時の3010運動などを記載させていただいております。

事業者につきましては、「事業活動による食品ロスを把握し、商慣習を含め見直しに取り組む」ということをテーマといたしまして、未利用の農林水産物の有効活用、3分の1ルール等の商慣習の見直し、季節商品の予約販売、値引き販売あるいは外食の小盛りメニューの導入といったことを個別具体的に記載をさせていただいております。

国・地方公共団体におきましては、消費者の普及啓発、事業者への取組支援、表彰制度の実施などを記載させていただいております。

これら取組につきましては大きく変わるものではございませんので、引き続きしっかりと推進をしてまいりたいと考えてございます。

本日御審議をいただきます「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針」の変更案につきましては、昨年12月に開催されました食品ロス削減推進会議におきまして変更素案を作成した後に、パブリック・コメントによる意見募集を行いました。その意見につきましては、44件いただいております。資料1-5に記載をさせていただいておりますけれども、主な意見といたしまして、事業系食品ロスの削減が進んだ理由を記載すべきということで、納品期限の緩和や賞味期限の延長など、食品関連事業者をはじめとする関係者及び消費者の不断の取組があったということを新たに追記させていただいております。

今後の予定といたしましては、3月中旬に開催予定の食品ロス削減推進会議で最終的な審議を行いまして、同下旬に閣議決定をする運びと考えてございます。

以上、私からの御報告とさせていただきます。ありがとうございました。

○鹿野委員長 御説明ありがとうございました。

それでは、質疑応答と意見交換をお願いします。時間は40分程度を予定しております。いかがでしょうか。

今村委員、お願いします。

○今村委員 今村です。

御丁寧な説明ありがとうございました。

私の懸念事項としては、自分自身が保健所長などもしていたこともあって、食品衛生法

上の懸念がどのようになっているかということで、教えてもらいたいと思います。

今回、食品寄附ガイドラインと持ち帰りのガイドラインができたということは素晴らしいことだと思います。その中で、かねてから懸案になっていたことの状況を確認させてもらいたいのですけれども、食品寄附のガイドラインの際に、表示の義務の緩和の話があったと思いますが、そこら辺の整理は食品寄附ガイドラインのところではどうなったかということと、食品寄附の際の免責についても、善きソマリア人の法の話がありましたけれども、どの程度まで免責の話が進んだのかということをごひ教えてもらいたいと思います。

もう一つ、持ち帰りのガイドラインのほうで、これができたことでかなり広い範囲のものを持ち帰りが可能になったのではないかなと思いますけれども、それでも加熱したものをできるだけ持ち帰ってもらうということですが、加熱したものでも、お店で3～5時間作り置きしておけば、これはかなり食中毒のリスクが上がるものなので、お店でそのまま食べれば食中毒はまず起きないでしょうけれども、そこから2時間とか持ち帰ると一気にリスクが上がる食品は結構あると思うのですが、そのところの整理をどうされたか、その2点、今の状況を教えてもらえればと思います。

○鹿野委員長 それでは、田中室長、お願いします。

○消費者庁消費者教育推進課食品ロス削減推進室田中室長 今村委員、ありがとうございます。

1点目、食品寄附のガイドラインの関係でお答えをさせていただければと思います。

まず表示義務の特例というお話ですが、これは2023年12月に取りまとめました施策パッケージにおきまして、まず一定の管理責任を果たすことができる食品寄附関係者がその旨を何らかの形で国へ届出等を行った場合には、期限表示、アレルギーなどの食品安全情報の伝達手法について、包装上のラベル以外の手法を認める法的措置を検討するというを書かせていただいております。

こちらにつきましては、食品寄附ガイドラインの中では特段の言及をしておりません。なぜかといいますと、この特例措置を設けるためには、当然ながら食品表示基準の改正が必要となってまいります。この食品表示基準の改正の検討ということにつきましては、今現在も検討を進めている状況にございまして、この改正ということであれば、当然ながら必要な審議を経る必要がございます。そういった意味でも、まず現行の食品寄附ガイドラインの中では、この特例措置については特段触れていないという状況にございます。

これは将来的に食品の寄附を促進するということです。今現在、フードバンク等におきましては、表示がないものはなかなか扱えない状況にあります。これにつきましては、アレルギーに関しての情報があっても、個別の食品に一つ一つまた改めて表示をして配るということはなかなか現場では難しいという状況を受けまして、特にフードバンク等の現場の意見を踏まえて記載されたものとなっておりますけれども、これについては当然ながら衛生事項についての伝達手法についてしっかりと議論をする必要性がございますので、ここにつきましては食品表示基準の見直しの中でしっかりと御議論をしていただき、そ

れを今後また継続して行うということですので、その検討については次年度以降ということになるかと思っております。

また、免責制度につきましては、一昨年、法制も検討いたしましたけれども、法制化には至らなかったという状況がございます。これにつきましては、先般の施策パッケージの取組の御報告の時にもさせていただいたとおりとなっておりますけれども、この検討につきましては、先ほども御説明をさせていただきましたが、新たな基本方針の中でも、法制化を目指すということで書かせていただいておりますので、ここは引き続き課題としてしっかり取り組んでいくということになっております。

ちなみに、免責につきましても、引き続き検討ということですので、食品寄附ガイドラインの中では特段触れていない状況でございます。

続きまして、食べ残し持ち帰りガイドラインにつきましては、衛生事項につきましては厚生労働省としっかりと協議をした上で策定をさせていただきました。まずはしっかり食べきっていただくことを前提とした上で、やむを得ず食べ残してしまったものを安全に持ち帰っていただくことを前提としたガイドラインとなっております。これは民事的整理といたしましては、持ち帰る行為は飲食店側と持ち帰る顧客側の新たな合意であるという整理をいたしまして、その合意においては、飲食店側にはそれを安全に持ち帰らせるための一定の注意を行う義務があるということをガイドラインで整理をさせていただいております。

その注意ということにつきましては、当然、食中毒のリスクのあるものは持ち帰らせないというような判断もその合意の中には入ってまいります。ですので、今、先生からお示しのあったような御懸念、これは持ち帰ることによって一定程度食中毒が生じてしまうというおそれのあるものについては、HACCPの概念に基づいて飲食店側もしっかり考えるようにということを書かせていただいておりますけれども、そういうリスクのあるものについては持ち帰らせないという判断をしっかりと飲食店側のほうで行うということになってございます。

また、それをいつまでに消費すべきか、再加熱が必要なのか、保冷剤をつけて持ち帰らせるのか、そういった個別判断はしっかりと安全性の観点から飲食店側が判断をした上で、しっかり配慮した上で持ち帰らせる。持ち帰った後それをしっかり守るということについては、消費者の自己責任ということで書かせていただいております。そういった注意義務をしっかりと守っていただくようにということで、ガイドラインには、事業者のみならず消費者も守るべき事項をしっかりと明示させていただいているということになっておりますので、ここはしっかりと飲食店側も判断した上で、そういったリスクを回避して、食べ残し持ち帰り促進を図っていただきたいという趣旨でガイドラインをつくらせていただいております。

以上です。

○鹿野委員長 ありがとうございます。

今村委員、追加でございますか。

○今村委員 ありがとうございます。

食品寄附ガイドラインについて、食品安全上の問題は、今までの法規が大きくは変わっていないと理解をいたしました。

持ち帰りのガイドラインについては、お店の判断というのがありますけれども、ある程度持って帰った人の責任ということを確認にする。それに当たっての説明責任を持ち帰ってもらうお店側に向けたということで、そこを落としどころにしたと理解いたしました。

今後、食品ロスは減らしていくべき問題だと考えていますので、ぜひ安全を損なわないように対策を進めていただければと思います。

今村からは以上です。

○消費者庁消費者教育推進課食品ロス削減推進室田中室長 ありがとうございます。

○鹿野委員長 ありがとうございます。

ほかにいかがでしょうか。

中田委員、お願いします。

○中田委員 田中室長、御説明ありがとうございます。

私からはコメントでお伝えさせていただきたいと思います。

食品ロス削減を推進するために、消費者教育や啓蒙にも御注力いただいたり、具体的な施策も本日御説明いただいて、今後の効果が非常に期待される場所ですが、食品ロス削減には、消費者の意識だけではなく行動としてのライフスタイルの転換が不可欠で、消費者のライフスタイルと日々の行動を変えることにつながるような、従来の慣習にとらわれない革新的な製品やサービスの導入も期待される場所だと感じております。

具体的には、生産段階における規格外や廃棄をできるだけなくすことや、非常に基本的なことなのですが、家庭での無駄な廃棄を出さずに食材を使い切ることにつながるような実効性のある取組は、コスト削減という観点から事業者にとっても意味があることであり、消費者にとっても歓迎できる取組だと思われまますので、サプライチェーン事業者も消費者も巻き込み、一体となった創造力に富んだ施策を進めていただきたいと思います。もし現時点でこのような行動変容を促すような施策が既に取られているようであれば、御紹介いただきたいと思います。

2点目としては、先ほどの今村委員の御発言にもありましたが、私もフードバンクの活用は食品の削減では有効かつ非常に社会的意義があると考えております。食品寄附に関しては、支援強化と特例措置の検討という御説明をいただきましたが、フードバンクの運営者は非常に苦勞されていらっしゃると思いますので、彼らの活動強化を促進して、消費者が安心してフードバンクを活用できるような法令整備を次年度以降ということではありますがぜひ進めていただきたいと思います。

以上2点です。

○鹿野委員長 ありがとうございます。

コメントということでしたが、室長から何かございますか。

○消費者庁消費者教育推進課食品ロス削減推進室田中室長 ありがとうございます。

消費者の行動変容を変えつつ、事業者にもメリットのある取組の一つとして、「てまえどり」というような取組がございます。流行語大賞もいただきましたけれども、これは特にコンビニエンスストアのおにぎりとかサンドイッチといったその日にすぐ食べるものに関しては、手前から取っていただくというものである。そういった消費者の行動を変えていただくことによって、お店側、特に小売業のロスを大きく削減できる。これはかなり消費者の方々にも浸透して、かつ、事業者側にも廃棄を減らすメリットがあったというようなことが一つ最近のトピックスとしてはございました。

こういった消費者の行動に刺さるような啓発ということを我々もしっかり考えていきたいと思っておりますけれども、一方で、家庭系に関しまして、今、236万トンの食品ロスのうち、直接廃棄といたしまして、未開封のまま捨てられるものが102万トンあります。これに関しましては、いわゆるうっかり期限を切らしてしまうことによってそのまま手つかずで捨てられてしまうといったものが非常に多くあるということで、これについてはまさに消費者のマインドを変えていただく必要が大いにあります。

もう一つは、いわゆる食べ残しも家庭では多く発生をしております、これも約100万トンあるということですので、直接廃棄と食べ残しが家庭でのロスの大半を占めてございます。これについては、買いすぎない、作りすぎないというようなところを消費者の方々に呼びかけをしているのですが、なかなかここがストレートに伝わらない状況がございます。特に食品ロスの問題を認知しつつ、かつ、行動に移しているかどうかということで、その認知度が一番低いのが20代、30代ということになっておりますので、若い世代にいかんそれを伝えていくかということも我々は課題と思っております、それを今、施策の中心として考えているところでございます。これについては先生からの御意見も踏まえまして、様々な施策をまた考えていきたいと思っております。

続きまして、フードバンクに関しましては、一昨年12月の施策パッケージで、フードバンクに食品事業者が寄附を本来できるであろうものが24万トンあるという推計が出てございます。これが今、寄附に回らず廃棄に回っている。一方で、今、フードバンクは270団体ほどございますけれども、全体での取扱いは僅か1万トンということですので、潜在的には20倍以上あるものをいかにフードバンクに流していくかということを施策の一つとして考えていかなければならないというのが一昨年の施策パッケージの大きなテーマとして挙げられておまして、それを今回の基本方針で、ガイドラインを中心にフードバンクの信頼性を向上して、中核フードバンク団体を育てて、食品寄附量を増やしていくことによって、かなりの困窮者の方が救えるのではないかとすることも期待しつつ、この施策をしっかり発展させていきたいとも思っております。

個別具体に先ほどの(6)で未利用食品、特にこの食品寄附をしっかりと促進していく施策を、今回、基本方針にかなり盛り込ませていただきましたので、ここをしっかりとやって

いきたいと思っています。

ありがとうございます。

○鹿野委員長 ありがとうございます。

中田委員。

○中田委員 御説明ありがとうございます。

一番最初の「てまえどり」は、私もコンビニエンスストアで表示を見ました。事業者と一体となって進めていただき、それを見て私も手前から取るということを思い出させていただいたキャンペーンではないかと思います。非常に広まったとおっしゃられましたが、ネーミングの妙があったということで、少し遊び心もあるような啓蒙の仕方は消費者に響くのではないかと改めて感じました。

あとはフードバンクに寄附できる食料が24万トンあるうちの1万トンまでしか活用されていないということではありますが、この数字に驚いたのですが、これから御検討いただくということではありますが、諸外国ではフードバンクの活用はより進んでいると思いますので、そこも参考にしながら御検討を進めていただきたいと思います。

○鹿野委員長 ほかはいかがでしょうか。

黒木委員長代理、お願いします。

○黒木委員長代理 ありがとうございます。

これは非常に重要な施策だと思っています。まず、食べ残し持ち帰り促進ガイドラインには定型約款という言葉まで入っていて、確かにこれは定型約款を利用する場面だと思えます。ガイドラインの最後の別添2に条項例が載っていて、法律家としては興味深く読ませてもらいました。

第A条はそうだろうなと思います。第B条あたりから権利義務に関する内容が出てきていて、「飲食物の容器の移し替えはお客様自身で行ってください」というような記載があり、説明をするということや、譲渡先の方にも説明してくださいということが書かれています。第C条には確認条項があって、「お客様が当店で提供された食事を食べ切れずにお持ち帰りされる場合、お持ち帰りの際、またはお持ち帰り後のお客様の行為に起因する食中毒等の事故については当店では責任を負いかねますので御了承ください」という条項例が入っています。

これがどうなのかという点については、弁護士会に持ち帰ると、いろいろな意見が出てくるだろうと思います。要するに全部免責条項になっているのかどうかということですが、「お持ち帰りの際、またはお持ち帰り後のお客様の行為に起因する食中毒等の事故」と書いてあるので、一種の例外で、そういう場合は責任を持たない。それ以外の場合は店が責任を持つということなのだろうと読めますが、現実に落とし込んだときにどうなるのか、この辺りの区分けは難しいところです。

また、容器は「当店の指定する容器」となっているので、お持ち帰りにコストがかかります。例えば「200円出してこの容器を買ってください」ということを考えているのかなど、

お持ち帰りガイドラインの条項に落とし込んだときのイメージをもう少し教えていただけるとありがたいです。これが1点目です。

2点目は食品寄附ガイドラインについてです。ここではいろいろな関係者が登場しています。食品寄附者は分かりますが、中間支援組織としてフードバンクやファシリテーターあり、直接支援組織としてフードパントリーや子ども食堂などの形でさまざまな関係者が関わっています。これについて現在、消費者庁あるいは厚生労働省あたりで、どういった組織がこの定義に含まれてるのはどれくらいの事業者なのか、その数を把握されていて、彼らの食品に関するリテラシーがどの程度なのかということが気になります。食中毒を防ぐためには、これらの人たちのフードリテラシーが非常に高くないといけないと思うので、このガイドラインの適用対象となる特に中間と直接支援組織についてどの程度把握されていて、今後どのようなフォローアップをされていくのかを教えてください。

最後に一番興味があるのは、食品表示基準の設定のためのガイドラインです。これについては2月4日に検討会があった後、まだ会議が開かれていません。そこでは一応「食品表示設定のためのガイドラインの見直し検討会の取りまとめ（案）」が出ていますが、まだこれは確定していません。この取りまとめ（案）の「案」が取れて、いつ頃正式版が出るのかというタイムスケジュールだけでも教えてください。

以上3点です。

○消費者庁消費者教育推進課食品ロス削減推進室田中室長 ありがとうございます。

まず、食品の食べ残しの持ち帰りに関しまして、冒頭、容器のお話をいただきました。これについては厚生労働省と検討していく中で、容器そのものが衛生的でないといけないということからすると、これは店側が用意すべきというところで整理をさせていただいたところがございます。当然ながら容器代がかかってまいりますけれども、これはお店が吸収できるのか、あるいは料金を頂くのかということはお店側の判断になるかと思っておりますけれども、それでもやはりお店側がしっかりと衛生的なものを用意していただいて、安全に持ち帰っていただくということを前提として書かせていただいております。

免責のお話をいただきました。全部免責のお話は、消費者契約法の観点から当然無効ということですので、ここで書かせていただいている趣旨といたしましては、例えばお店側が提供した食材があらかじめ汚染をされていたということであれば、従来の食品衛生法上の観点から責任は逃れられません。ただ、一方で、お客様が持ち帰った後の取扱いが不適、いわゆる指示に従わずに放置をしてしまって、菌が増殖をして、事故が起きた場合には、お客様側の責任として責任は負いかねますということで、今回ガイドラインの中には製造物責任のお話も書かせていただいておりますけれども、一応そこは明確に整理をしています。

ただ、もし事故が起きた場合は、その判断は最終的には保健所が入ってきた形で、どちら側に問題があったのかということとは一定程度調査せざるを得ない状況があるのですが、ただ、かなりこういった事前の合意を交わすことによって、定型約款を取り交わすこ

とによって、お店側の民事的リスクはかなり軽減できるだろうという趣旨で書かせていただいております。

続きまして、寄附の関係者はステークホルダーによってかなり難しい状況がございまして、まずフードバンクの活動状況というのは、今、農林水産省のほうで調査をしております、全国で270団体ぐらいが活動をしています。基本的には食品を取り扱いますけれども、食品衛生法上の何か許可業種になっているわけではないので、基本的に保健所の定期的な監査が入るといった状況にはございません。ですので、いわゆる食品安全のリテラシーからしますと、今のところオーディットを受けるような状況にはなくて、それぞれの方々が、これまで国が示してきたガイドラインに沿ってボランティアにやっていたという状況がございまして。

ただ、今後は、フードバンクの信頼性が向上しないと民間企業側が安心して寄附できないという状況はアンケートから分かっておりますので、安全性も含めた内容が示されているガイドラインを一定程度守っている方々を認証するような取組を次年度以降進めていきたいと思っております。そういった形で、まずフードバンクの信頼性向上というところは対応していきたいと思っております。

次に、直接支援団体として出てまいります子ども食堂は今、9,000~1万ぐらいあると言われておりますが、正確な数字はなかなか捉え切れておりません。所管する省庁もなかなか難しい状況がございまして、全体像は把握できておりませんが、民間調査では1万ぐらいあると言われております。

特にこういった支援を行っている団体からすると、学校区に1つということ、2万ぐらいを目指したいということですので、恐らくこれからも増えていくだろうと思っております。ただ、子ども食堂も、飲食店営業許可を取っているところもあれば、ボランティア活動として特にそういう営業許可なくやっているところもございまして。そういった意味で、飲食物を提供するというところで、リテラシーの問題は必ずついてまいりますので、こういったところは厚生労働省とかと連携もいたしまして、なるべく向上を図ってきたいという思いもあって、今回のガイドラインの中では、子ども食堂における衛生管理という部分をしっかり盛り込ませていただきました。今後、そういった様々な支援団体を通じて、このガイドラインの遵守を促していきたいと思っております。

もう一つ把握ができていないのがフードパントリーという、いわゆる提供を行っている団体の方で、ここは実は我々も統計の情報を持ってございません。地域の社会福祉協議会とか様々な任意のボランティア団体とかがフードパントリーという活動を行っておりますけれども、取りまとめるような団体もないというような状況がございまして、ここは把握はできていないのですけれども、ただ、そういった活動をされる方々が守るべき事項というのは十分把握はできておりますので、今回のガイドラインの中にはそこを明示的に書かせていただいたという状況がございまして。

最後、3点目ですけれども、期限表示ガイドラインの見直しにつきましては、3月末をめ

どに確定をするということで今、スケジュールが進んでございます。この前お示しした2月4日の検討会におきましては、まだまだ課題がございましたので、もう少し内容を精査した形で、今、最終案の取りまとめを頑張っているところでございます。3月末ということで御理解いただければと思います。

○黒木委員長代理 ありがとうございます。

とにかく基本的には3本のガイドラインでやっていくということだと理解しています。そういう意味では、一番興味があるのは食品期限表示基準のガイドラインなのですが、これはこれから検討されるということなので、いわゆるコンビニの商慣習といったところにもかなり関わってくるんじゃないかと思っています。そこはまた鋭意検討していただければと思います。大変よく分かりました。

ただ、寄附に関しては、全部の流通がまだ見えていないところも含めて課題がある中で、ガイドラインという形でも基準を示していただければ、社会の中に定着していただろうと思いますので、今後ともその取組をよろしくお願いします。

以上です。

○鹿野委員長 ありがとうございます。

ほかにいかがでしょうか。

本日、御欠席の方もいらっしゃるので、いつもよりは質疑応答の時間が短くなりましたが、出席されている委員からの質問等は以上ということで理解いたしました。

田中室長におかれましては、御説明、御回答をいただきありがとうございます。

本日委員から出された御意見に私の意見も若干加えて、簡単にまとめたと思います。

まず、全体に関わることでございますが、「食の環（わ）プロジェクト」についてでございます。消費者庁及び関係省庁において、食品ロスの削減、食品寄附の促進、食品アクセスの確保という3つの施策を包括する概念として、「食の環（わ）」ということを申し合わせ、「食の環（わ）プロジェクト」として、その一体的な発信、推進を図っていくという御計画について御説明いただいたところでございます。

これはとても重要な取組であると思われませんが、実効的なものにするためには、消費者に分かりやすくこれを伝えて、社会の共通認識を醸成するということが肝要であると思われれます。そのためにも、本日の御意見の中にもありましたが、政府が一方的にということだけでは限界があります。政府としても関係省庁がいろいろとございますし、その連携ももちろん大切であります。民間事業者や地方自治体などを巻き込んで、取組の好事例やロゴマークの利用実態等を目に見える形で共有していく、あるいは活動を広げていくということが大事であると思っておりますので、その点もよろしくお願いたします。

それから、今の点と一部重なるのですが、食品ロスの削減目標の達成に向けては、消費者の効果的な行動変容を促す取組も加速化することが重要です。この点で、消費者教育や広報啓発の更なる強化がまず必要と思われれますが、それに加えて、本日も関連する御指摘がありました。消費者のライフスタイルの転換につながるような新たな製品・サービス

の導入等も期待されるどころだと思います。そこで、例えば生産段階における規格外や未利用の廃棄をできるだけなくすことや、家庭での無駄な廃棄を出さずに食材を使い切るということにつながるような実効性のある取組を、サプライチェーンを構成する関係者等が一体となって広めていただくことが必要であると思ひますし、政府としてもそれをしっかりと後押ししていただきたいと思ひます。

それから、若干個別のところになりますけれども、食品の寄附に関して、本日、今村委員、中田委員、黒木委員長代理からいろいろと御指摘等がありました。食品寄附関係者の免責措置という論点については、最終受益者の被害救済にも十分配慮した上で、慎重に検討すべきだということをお委員会としても申し上げてきたところでございますが、そういうことも考慮していただいて、今回については特に免責については盛り込んでいないということでございます。

免責ということについては、今後の状況を見て、引き続き慎重に検討する必要があると思ひますが、まずは食品寄附について、今般策定された食品寄附ガイドラインに基づき、食品寄附に対する社会的信頼を高めるための環境整備が進むことに期待したいと思ひます。

それから、食品の期限表示ガイドラインの見直しについても、特に黒木委員長代理から御意見等がございました。この点、表示に対する消費者の理解や安全性の確保に十分留意していただくということがまず重要ですが、それを前提に、今、3月末というようなお話がありましたけれども、見直しが予定されているというその内容がとても気になるところでございますが、食品期限表示の設定のためのガイドラインに基づいて、商慣習の見直しを含めた実効性のある取組が進展することに期待したいと思ひます。また、中身によっては何かこちらでも申し上げることがあるかもしれませんけれども、現在のところではそういうことについて期待をしているところでございます。

続いて、外食持ち帰りについての御意見がありました。外食においては、その場で食べ切るということを基本原則としつつも、やむを得ず食べ残してしまったという場合には、料理を無駄にしない手段があるということをお消費者、外食事業者の双方が正しく理解することが重要であります。今般、食べ残し持ち帰り促進ガイドラインが策定されたということでございますが、このガイドラインによって関係者の意識の変化や行動変容を促進し、食べ残し持ち帰りが消費者と外食事業者双方の協力の下で、安全な形で促進されることに期待したいと思ひます。

本日、複数の委員から、安全性の重要性について御指摘がありました。特に冒頭、今村委員からも御指摘があったように、食品については、下手をすると人体に影響を与えるということにもなりかねませんので、安全な形での促進ということが重要です。これは、外食の持ち帰りだけではなく、各施策においてその安全性に十分留意していただきたいと思ひます。

次に、人材の育成や活用と、そのための財源確保についてでございます。今般の基本方針の変更を契機として、地域において食品ロス削減を担う人材である食品ロス削減推進サ

ポーターの育成・活用に向けた取組や、教育機関における栄養士、栄養教諭の配置に向けた財源措置が具体的に進展することを期待したいと思います。人数がこれだけ確保できたということについて御紹介いただきまして、そのこと自体は進んでいるのだなと受け止めてはいるのですが、それを更に進めていくためには財源的な措置が不可欠だと思いますので、その点についても期待したいと思います。

当委員会としても、今回の変更素案に盛り込まれた未利用食品等の提供、食べ残しの持ち帰り促進、食品廃棄物の削減促進等をはじめとする各種の施策によって、食品ロスの削減目標が早期に達成されるということを期待しております。事業者側では当初予定した以上に進んでいるということが確認できたけれども、消費者側についてはまだそこまでの数字が出ていないということで、当初予定した目標を維持するという点について、本日御説明があったところでございますけれども、消費者側も含めて目標が達成されること、あるいは消費者の行動変容というのは事業者と一体となって消費者に分かりやすいような取組をするということでその行動変容がもたらされるものと思いますので、そのような形で達成されることを期待したいと思います。

また、食品寄附に関しては、先ほども申しましたけれども、消費者の安全と被害救済に配慮した上で、食品寄附を安心して行うことができるようにするための措置の検討、法的な措置も場合によっては検討する必要があるのかもしれませんが、そういう検討状況についても引き続き当委員会として注視してまいりたいと思います。

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

どうぞ御退席ください。

(消費者庁退室)

《4. レスキューサービスに関する消費者問題について》

○鹿野委員長 お待たせしました。本日続いての議題は「レスキューサービスに関する消費者問題について」でございます。

本議題に関しては、前回、2月18日の第453回本会議において、消費者トラブルの現状や行政、業界団体による取組等を確認し、意見交換を実施いたしました。本日も前回に引き続き調査審議を実施したいと思います。

本日は、日本ペストコントロール協会及び全国管工事業協同組合連合会より、業界団体としての問題意識や取組についてご発表をいただき、また、水漏れ修理や害虫駆除等の消費者の困り事について、消費者から電話等による問合せを受け、その状況に応じて事業者とマッチングするという、いわゆるマッチングプラットフォームを運営していらっしゃる

シェアリングテクノロジー株式会社様よりマッチングプラットフォームとしての取組について御発表いただき、意見交換を行いたいと思います。

本日御出席いただいている方々について、こちらから御紹介をさせていただきます。

まず、公益社団法人日本ペストコントロール協会より、酒井副会長。

○公益社団法人日本ペストコントロール協会酒井副会長 どうぞよろしくお願いいたします。

○鹿野委員長 星野専務理事。

○公益社団法人日本ペストコントロール協会星野専務理事 星野といたします。よろしくお願いいたします。

○鹿野委員長 茂手木事務局長。

○公益社団法人日本ペストコントロール協会茂手木事務局長 茂手木です。よろしくお願いいたします。

○鹿野委員長 続きまして、全国管工事業協同組合連合会より、東京都管工事工業協同組合理事長の五十嵐様。

○全国管工事業協同組合連合会東京都管工事工業協同組合五十嵐理事長 五十嵐でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

○鹿野委員長 東京都管工事工業協同組合の副理事長でいらっしゃる新家様。

○全国管工事業協同組合連合会東京都管工事工業協同組合新家副理事長 新家です。よろしくお願いいたします。

○鹿野委員長 東京都管工事工業協同組合理事兼メンテナンスセンターの部会長でいらっしゃいます川口様。

○全国管工事業協同組合連合会東京都管工事工業協同組合理事兼メンテナンスセンター部会長川口様 川口です。よろしくお願いいたします。

○鹿野委員長 東京都管工事工業協同組合理事兼メンテナンスセンター委員長でいらっしゃる永島様。

○全国管工事業協同組合連合会東京都管工事工業協同組合理事兼メンテナンスセンター委員長永島様 永島でございます。よろしくお願いいたします。

○鹿野委員長 続きまして、シェアリングテクノロジー株式会社より森吉代表取締役CEOの森吉様。

○シェアリングテクノロジー株式会社森吉代表取締役CEO 森吉です。よろしくお願いいたします。

○鹿野委員長 管理部長でいらっしゃる矢野様。

○シェアリングテクノロジー株式会社矢野管理部部長 矢野です。よろしくお願いいたします。

○鹿野委員長 ただいま皆様のお名前を御紹介させていただきましたが、皆様には本日、会議室において御出席いただいております。本日は、お忙しいところ、誠にありがとうございます。

本日の進め方ですが、まず日本ペストコントロール協会、全国管工事業協同組合連合会の順で御発表いただき、そこでまず質疑応答、意見交換の時間を40分程度取らせていただきます。続いて、シェアリングテクノロジー株式会社様より御発表をいただき、質疑応答、意見交換の時間を20分程度取らせていただく予定にしております。よろしく願いいたします。

それでは最初に日本ペストコントロール協会、酒井様、星野様、茂手木様、お願いいたします。

○公益社団法人日本ペストコントロール協会酒井副会長 座ったままで失礼いたします。

公益社団法人日本ペストコントロール協会の副会長をしております酒井でございます。本日はどうぞよろしくお願いいたします。

我々、ペストコントロール協会といいますと、なかなか皆さんに御認識いただけていないのが事実かなと思います。ペストコントロールというのは、資料にもありますとおり、ペストというのはペスト菌とか過去言われた病名の由来ではあるのですが、いわゆる有害生物、不快なもの、害なものがペストという意味で、コントロールというのは、防除する、制御するというような意味合いで、不快なもの、害なもの、いわゆる害虫とかそういう生物を防除、制御、コントロールするというような形の名前で、ペストコントロール協会という名前がついております。

我々は、簡単に申せば害虫駆除の業者の集まりの協会であります。会員が1,000社ほどありますが、全国に北は北海道から南は沖縄まで会員が散りばめられておるわけです。そしてまた各都道府県にも都道府県協会がございまして、そこは連携団体として構成されております。どうしても都市部のほうが会員数は多いわけですが、地方でも少ないところでは5社ぐらいの会員数しかないような県協会もございまして、そのような形で必ず県協会独自の取組をさせていただいております。

地元の各都道府県の行政ともしっかりと連携を取って、いろいろな取組をさせていただいている。また、県民や各市民・町民からの問合せについてもいろいろな形で害虫の相談等を受け付けまして、それに応じて必要であれば協会員を派遣して施工というような形でやらせていただいております。

昨今は、害虫駆除のみならず、先般もございましたコロナの問題、こういったところでも、ウイルス対策の消毒作業をしております。全国的にも有名になった宿泊療養施設、ああいったところでも我々協会のメンバーが出動しておりますし、各都道府県においても、各県の宿泊療養施設の消毒や、いろいろな形での宿泊療養施設に必要な仕事としてもやらせていただいているわけでございます。

また、感染症の類いの菌やウイルスに対しての業務もやっておるわけですが、害虫からもう少し大きなものとなりますと、害獣の対策もやっていたりもしております。いわゆる昨今問題になっているのは、一般家庭の家屋内に侵入するハクビシンであるとか外来生物であるアライグマ、こういったものの捕獲といったものも我々ペストコントロー

ル協会の会員が各地元でやっていると、こんなような状況であります。

本当に小さなものは、目に見えないウイルス、菌から、大きなものは、いわゆる小動物もしくは中型の動物ぐらいのものまで、また、鳥害、いわゆる鳥の被害もあります。いわゆるドバトが生息していることによって、建物内に侵入して、糞を落として、その建物内、例えば倉庫といったところに置いてある商品を汚してしまう、汚染してしまう、こういったような被害から、鳥に対してどういうふうに制御していくか、巣を作らないようにするか、そこに止まったりしないようにするか、こんなこともやったりしております。ですから、飛んでいるものから、歩いているものから、地下に潜るものまで、いろいろな形でさせていただいているというのが我々の業であります。

そういった業者の集まりということで捉えていただければ結構かなと思いますので、また詳細については当協会の専務理事、または事務局長からこの後説明していただきますので、どうぞよろしくお願いたします。

○公益社団法人日本ペストコントロール協会星野専務理事 それでは、詳細につきましては私、星野のほうから御説明させていただきたいと思っております。

本日の資料2-1が当協会のお示ししている資料になりますので、よろしくお願いたします。

「レスキュートラブルに関する消費者問題 ペストコントロール（害虫・害獣駆除等）業界が抱える諸問題等について」ということでお話をさせていただこうと思っております。

1枚めくっていただきまして2ページ目、ペストコントロール協会の御紹介ということで、今、酒井副会長が少し長めの説明をさせていただきましたが、書くところということとここをここに書かせていただきまして、詳細は今、御説明したとおりです。

3ページに移りまして、公益社団法人日本ペストコントロール協会の概要でございます。

見ていただくとおり、昭和43年に設立して、その後、公益社団法人に移行してとか、日本ペストコントロール協会の流れを書かせていただいております。

会員数につきましては、全国47都道府県に県ペストコントロール協会を配置しております、そこに所属する会員は約967社ということでお示ししたとおりです。

そのほかに賛助会員として、関係する企業さんにも会員になっていただけている形の協会になっております。

沿革につきましては今申し上げましたように、昭和43年にできまして、現在に至っているところでございます。この辺は飛ばさせていただきます。

4ページに移りまして、当協会の事業概要ということで、大きく6つ項目を挙げさせていただいております、有害生物対策、感染症対策、技術者等の養成、普及啓発として無料副会長相談・イベントのバックアップ、書籍の出版・頒布、調査研究等の支援ということで、副会長のほうから害虫・害獣、感染症の説明につきまして申し上げたとおりでございます、それを細かく概要として書かせていただいております。

③の技術者等の養成ということで、適正な技術者を生むということも当協会に与えられたものでございますので、ペストコントロール技能師認証制度というものを設けて、また

はペストコントロール技能者に資する優良事業所の認定制度ということで、事業者に対しても優良であるという証明をするということで、業界全体を少し良い方に向けていきたいというのが考えてございます。

あとは普及啓発として無料害虫相談、6月4日は虫の日ということで、各県協会が虫の日のイベントということでやっております。この取組につきましては、各県協会独自にやっておりますので、必ずしも一定的なものではないですが、継続的にやっておりますので認知度は少し上がってきております。昨今、ネズミ、ゴキブリ等の問題もありますので、かなり意識を持って見に来ていただけるということもありますので、少しの成果は上がってきているのかと思います。

書籍の出版・頒布につきましては、本日、参考資料として「ペストコントロール」という機関誌を出してございまして、それを年4回発行させていただきまして、自治体や市町村、関係企業にお配りして見ていただいて、日本ペストコントロール協会という業務を理解していただく、またサポートしていただけるようお願いをしているところでございます。

調査研究等の支援ということで、ペストコントロール技術の向上や適正な対応方法に資するために、毎年ペストコントロールフォーラムというのを開きまして、関係の方にいろいろな論文を発表していただくとか、研究発表をしていただくということも併せて、ペストロジー学会というものを設けまして、その中で同じような発表をしていただいて、いろいろな研究成果を発表させていただいて、知っていただくということをしております。

5ページにつきましては、令和5年度、2023年4月～2024年3月31日までの相談の概要という表をまとめさせていただいております。

相談件数は5万4,185件ということで、これは下のグラフを見ていただければ分かりますが、年々増えているということです。特に近年は増加傾向であるということでございます。

種類別につきましては、第1位がハチ、スズメバチを含むということですが、これはかなり前からスズメバチが有意に立っている。そのほかにネズミ、この2つについては圧倒的に多いということです。ネズミにつきましては、新型コロナになりまして町なかにネズミが増えたということもございまして、東京で言いますと各区の方が駆除に入るとか、そういうことは新聞発表とかでもあると思いますので、そのサポートに回ったり、調査に同行させていただくということもやっております。

続きまして、6ページになります。

「ネット価格と全然違う！？害虫・害獣駆除のトラブルにご注意」ということで、これがまさに本日の業界の抱える諸問題の中の一つになっているのですが、特に若い年代でトラブルが急増しているという表になります。

図1がPIO-NETによる駆除サービスに関する相談件数ということで、2022年～23年にかけてがぐんと上がっているということが見てとれます。図2につきましては、契約当事者が若い方、10代、20代という方が多いということが考えてられております。前年同期の約2倍ということで、かなりトラブルに関わっている方が多いということがこの表で見ると分かり

ます。

7ページに行きますと、そのネットで依頼するということがありますが、価格が全然違うということがトラブルの増加している原因になります。年代別に見ますと10代、20代、30代で、20代が特に多く、50代の方も多いいということですが、この表で見ると20代の方が圧倒的に多い。

契約当事者別に見ると、男性と女性の比率で見るとやはり女性のほうが多いということになります。これはゴキブリが家に出たとかいうことで、ネットで安易に依頼してしまうみたいなことがありますので、そういう方々で言うと若い方、特に女性が多くなっているのではないかという傾向が見受けられます。

8ページをおめくりください。

今お話ししたものの延長上になりますが、害虫・害獣駆除に関するトラブル急増の考えられる要因ということで4点ほど挙げさせていただきまして、こういうことがあるのではないかということでまとめさせていただいています。

インターネットの普及、スマホ、パソコンを利用したインターネットの集客サイトが最も身近なものとなり、害虫・害獣駆除の相談先として選択する機会が増えるということが言われます。昔、私たちが若い頃にはそういうことがなかったので、ゴキブリでしたら何か物でたたいて潰してしまうということができたと思うのですが、そもそもゴキブリを見たことがないという若い方もたくさん増えていきますので、そうすると誰に相談していいかわからないということで、安易に使ってしまう。自分でやるとどうしていいかわからないから、安くやっているところに掛けて聞いてみようみたいなところから始まっているのだと思います。

実際、500円でできるかという、必ずしもそうではないと思うのですが、パニック状態になっているときになると、その費用でできるのであればちょっと声をかけてみようみたいなことが要因として挙げられるのではないかと考えています。

③④につきましては、縷々こういうことが書いてあって、特に冷静に対応することができないということで、若年層、高齢者層、女性が多いと。

あとは、来てしまったものについて作業内容が適正かどうかということも判断できずに、請求をされて納得したのか分かりませんが払ってしまうということで、トラブルが起きているということになります。

9ページ目に行きまして、害虫・害獣駆除の基礎知識、価格面なのですが、ここはそのとおりかなと思うのですが、ネズミ駆除に幾らかかるのですかと聞かれます。相場や基本価格の設定が困難なサービスだからこそ狙われると言うのですが、駆除のやり方によって金額はどうしても変わってきてしまうので、最初、この金額やりますよと言われたとしても、いろいろとサービス、サポートしていただくものを積み上げていくと、どうしてもお金がかかってしまうということになります。

その次のポツにあります、個々の状況で定価がないということで、当事者でない和高

額かどうか判断が難しいということなのですが、これはどれだけゴキブリ等が発生しているかによっても違いますし、家屋の形態も違いますし、一戸建てなのか、古いところなのか、マンションなのかということもありますので、それを区別していくとどうしても高くなってしまふということもあります。ですから、一定程度の定価ということをするのがなかなか難しい業種でもあるということがありますので、そこが当事者として判断することが難しい。

うちの協会の会員には、きちんと説明しろという話を申し上げておりますが、会員以外でもうちの業界で仕事をしている方がいますので、その方たちにサポートはできませんので、もしかしたら説明が不十分になっていて、こういう問題が起きているのではないかとということが考えられます。

例えばゴキブリ駆除でも様々な要件があるということで、今申し上げたようにこういうことが考えられる。一例として挙げていますので、これ以外でもあるのかもしれませんが、ただ、考えられるものを挙げるとこういうことになってしまう。それが高くなってしまっている原因ではないかと思えます。

10ページ目ですが、害虫駆除に関する基礎知識（駆除作業面）ですが、うちの協会員にはきちんと説明しろということになっていますが、これは最低限必要なものとして、必ず依頼を受けた方には説明するということでもあります。

ただ、一番最後の保証期間については、必ずしも設けられているものではないということなので、業者によってきちんとやっているところもありますし、そうでないところもあるので、そこは一律に入れるというのはなかなか難しい項目なので、ここは黒丸にさせていただきます。

悪徳業者の特徴ということで、こちらで考えられることを書いておりますが、1つは消費者の不安をあおるという行動がレスキュートラブルに対する消費者問題の一番の問題ということになります。

作業をするに当たっても定価がなく積み上がってしまうということで、すぐにやらなければいけませんよみたいなことを言われてしまうと、どうもどきどきしてしまって、納得してやらざるを得ないと。納得をしていなくてもやらざるを得ないとなってしまうと、トラブルになるケースがあるということになります。

11ページ、12ページにつきましてははトラブル事例ということで、これだけ挙げておりますが、これを一つ一つ説明しているとなかなか時間がかかってしまいますので、こういうことがあるということをお目通ししていただければありがたいです。

15ページに移らせていただきまして、どうすればいいのだということで、害虫・害獣駆除のトラブルに巻き込まれないためということを記載させていただいています。

まずはインターネット集客サイトで安易に業者を呼ばないでくださいと。ネットだけで住所や連絡先が不明な業者については避けていただくのが賢明ではないかと。

駆除業者の話をお安易に信じない。これはあおってくるということもありますので、そこ

は信じない。

パニックにつけ込まれるので、業者に連絡する前に一旦落ち着いて、できれば何かに相談する。身内がいいのか、友人がいいのか分かりませんが、自分だけで判断するということはやめたほうがいい。

独り暮らしの高齢者、学生、若者などに対する啓発活動ということで、ネット社会に生きていますので、若者についてはなかなか発生することはないのですが、少なからず啓発活動をしていかないとこういう問題は少なくなっていくということが考えられますので、これは継続してやっていきたいと。

あとは複数の業者から見積りを取って比較することも重要です。

日本ペストコントロール協会の会員かどうか、ネットの名簿で調べてみるというのも一つの手だと思います。必ずうちの協会の会員であれば、住所、連絡先は記載していますので、そこで確認ができますので、そこでトラブルに巻き込まれないための手だての一つになると思います。

あとはお住まいの近くにある日本ペストコントロール協会に確認をして、まず問い合わせてみるということをやっていただければと思います。

16ページ、17ページがペストコントロール協会の課題として、現在、日本ペストコントロール協会は、ペストコントロール業における公的資格や事業登録制度がない業界ですので、ここは少なからず早急に対応していかなければいけないと思っています。現在もそれができるように動いているところですが、なかなかこのハードルは高いと。公的資格や事業を登録が必要であれば、悪質な事業者は激減されるということになります。

諸外国にあっては一定程度の資格要件がありますが、日本ではないということなので、ペストコントロール協会の日本としては、他の先進国から比べると一歩後れてしまっているところがあるので、そこにたどり着くようにすれば悪徳業者は激減されるということが見込まれると考えております。

17ページ目はペストコントロール業界の課題として、教育や指導ができない、過剰な広告が目立ちやすい、カスタマーハラスメントの増加ということで、当業界に該当する事業者については零細企業を含めて5,000社ほどあると言われておりますが、実際会員となっているのは1,000社ほどしかないということですので、悪徳業者という表現が正しいかどうか分からないですけれども、会員以外の業者に指導することができない状況になりますので、そういうことにサポートができるようになれば少しは改善していくのかなと。会員になってくださいというお願いを進めていくのも重要なんでしょうけれども、なかなかできない。広告で言ったもん勝ち、早いもん勝ちみたいなPRをしているところもありますので、そこも今後改善する課題ではないか。ただ、取組をどうしていいかというのはなかなか現時点ですぐにお答えができるものではないのですが、継続的にやっていく必要はあると考えております。

カスタマーハラスメントの増加ということで、各地区協会では無料相談をやっておりま

すので、そこできちんと説明をしていただけるようにしています。ただ、会員以外の業者のトラブルでは、恫喝をされるとか、脅されるという話も聞いていますので、そこについても何か手だてをしていかなければいけないかなというのが業界の課題となっております。

駆け足でお話を説明するしかなかったのですが、一応そういうことでございます。

最後に冒頭言いました参考資料として、ペストコントロール10月号で冊子の該当する部分を示しております。「害虫獣の駆除トラブルにご注意！」ということでやっております。

悪質なペストコントロール事業者に注意ということで、インタビュー記事を出しております、うちの協会の副会長がここに出ておまして、各協会、自治体とかにお配りしているものですので、こういうところに注意してくださいということにしています。

この冊子の8と書いてあるページのところに、国民生活センターの報道発表資料ということで、一応ここでもいろいろなサポートをしまして、向こうにも御相談があったことについて、日本ペストコントロール協会としてお答えさせていただくようなことで、相談事例ということを書かせていただいているものを出しておりますので、これを全部御説明するのは難しいのですが、お時間があるときに見ていただいて、日本ペストコントロール協会がこの問題についての対応についてはここまでやっているということと、それを御承知いただければと思っております。

私のほうからは説明を終了させていただきます。

あと、補足説明がもしあればお願いします。

○公益社団法人日本ペストコントロール協会茂手木事務局長 ペストコントロール協会の茂手木です。

今、星野から説明したとおり、我々の組織率が5,000社のうち1,000社ぐらいというところで、もちろん当協会の会員以外の方もしっかりやっつけやっつけしている事業者の方は数多くいらっしゃいます。我々の協会員でないと駄目だと言うつもりは毛頭ございません。

ただ、前回の委員会でもそうでしたけれども、トラブルがある事例のほとんどが、その後連絡がつかないとか、住所が分からないとか、電話が繋がらないというのがほとんどなのです。我々についてもほとんどです。そこを是正するためには、オーダーするのにネットだと出ていなかったりするのです。ホームページなんかすぐ変えられますし、そこはちゃんと身元のしっかりした、言い方はあれかもしれないですけども、逃げ隠れできないところのほうがいいだろうというところはあります。そういった意味では、ちゃんと公開している、もちろん会員だろうが、我々の会員でない方でもそうなのですけれども、ちゃんと身元がはっきりしたところにオーダーするのがまず一番。

それと資料の15ページにもありますけれども、47の都道府県にペストコントロール協会がございまして、そういったところに相談して紹介してもらおうとか、要するに第三者を一回かませるといふところなんです。直接ではなくて、ちゃんとした身元の分かるところで紹介してもらって、すると歯止めが利くということもあつたりもします。何かあつたときに、紹介した責任が負えるところに一回入ってもらおうということも手だてのうちの一つ。

要するに身元のはっきりしたところをちゃんと最後まで選ぶ。あとは先ほどの見積りですね。幾つか取ってくださいと申し上げました。引っ越しのときとかも見積りを幾つか取りますよね。そういった形で見積りをたくさん取るのがなかなか悪いなという消費者の方もいるのですが、そこを悪く思わないで取っていただいて、ちゃんと比較いただくというのが一番肝要かなと思っております。

以上です。

○鹿野委員長 御説明ありがとうございました。

それでは、続きまして、全国管工事業協同組合連合会の五十嵐様、新家様、川口様、永島様から御説明をいただきたいと思っております。よろしく申し上げます。

○全国管工事業協同組合連合会東京都管工事工業協同組合五十嵐理事長 全国管工事業協同組合連合会副会長の五十嵐でございます。また、同時に東京都管工事工業協同組合理事長も務めております。

昨今、レスキュー商社と言われます水道関係、水回りのトラブルの悪質業者が、大都市圏を中心に頻発しております、ある意味、深刻な社会問題となっております。後ほど詳しく説明させていただきますけれども、まずは全国管工事業協同組合連合会とは、全国、北海道から沖縄まで1万4,257社が加盟しております。上下水道のインフラ整備を支えている事業体でございます。

また、我々東京都管工事工業協同組合では、東京都23区内に約1,000社の事業者が加入し同様にインフラ整備に携わっております。その中で、我々東京都の管工事工業協同組合としましては、総合設備メンテナンスセンターという部署がございます。これは東京都水道局、並びに下水道局から付託を受けまして、24時間365日あらゆる水のトラブルに対応させていただいております。昨今、トイレの詰まりとか、洗面所の詰まり、お風呂の詰まり、また給水関係、屋内・屋外に限らず、漏水修繕工事などに悪質業者が群がりまして、大変な被害を受けております。

昨年も、麻布警察署、赤坂警察署、碑文谷警察署から捜査依頼を受けまして、犯人検挙のためのお手伝いはさせていただいておりますけれども、手口が巧妙化しております、逮捕に至るまでというのは必ず難しい問題がありまして、警視庁もかなり頭を痛めているところなのです。一番大きいのが、被害に遭われるのは高齢者が多いのです。我々から見ますと信じられない、1件当たり二百数十万円の詐欺に遭ったとか、そういう話も年中発生しております、何としてもこれを未然に防止したいということで、我々も東京弁護士会にもいろいろ相談しているのですけれども、なかなか検挙までは至らない。また、検挙しても、証拠をもとに立件するにはかなり難しい問題がありまして、一番が未然に防止する、そういう被害にかからないということが一番でございます、我々も全国の消費者センターあるいは23区内の消費生活センター、また相談員の皆さんにもいろいろヒアリングして、できるだけ未然に防止するべく活動しております。

これから詳しく担当のほうから説明をさせていただきますけれども、ぜひこの問題につ

いては自治体に限らず国を挙げて全国民にお知らせして、それを未然に防ぐということを目指していただければと思いますので、どうぞよろしく願いいたします。

○全国管工事業協同組合連合会東京都管工事工業協同組合理事兼メンテナンスセンター委員長永島様 お時間がそんなにないので、まず資料を5部用意しまして、まとめてこなくて申し訳ありません。見づらいのでポイントだけ御説明をさせていただきたいと思います。

お手元の資料2-5の1枚物、世田谷区の消費生活センターさんのせたがや消費生活だよりというものに執筆したのですが、ポイントを絞って入れています。

まず、水回りのトラブルは突然訪れます。予想していないときに訪れますので、その時点でパニックになってしまう。先ほどペストコントロール協会さんからもありましたけれども、急に虫が現れてパニックになって、どこに頼んだらいいか分からないということで、常日頃から、水回りで何かあったらここに頼もう、知り合いの水道業者に頼もうということで事前に準備をされている方がほぼいらっしゃらないのです。トラブルが起きたときにどうするかというと、昔は新聞の広告とかチラシとかが多かったのですが、今はインターネットからのアクセスがすごく多い。特にスマホからが多いという実情がございます。

また、インターネット広告の話も後ほどしますが、価格表示で、基本料金が250円とか、ウェブで3,000円割引しますとかというような表示が多く、当初の基本料が安ければ全部安いだらうと錯覚させて、お客様を誘引し、被害が拡大しています。

次に資料2-4ですが、消費者センターで2021年から消費者講座というものを実施させていただいています。国民生活センターさんや、全国消費生活相談員協会さんと協力し、悪質業者には注意してくださいという注意喚起、また急なトラブルが起こったときに自分でどう直したらいいのか、どうしたらいいのかということを地道に講座を開いて一般消費者向けに活動しているということでございます。

そこで使っている資料が一番分厚い資料2-6で、通常2時間ぐらいのコースで講義するのですがポイントだけ絞っていきたくと思います。まず、資料2-6の8ページを御覧になってください。一般の消費者様向けの消費者講座でやっているのだから分かりやすく作っています。とんかつ定食1,500円、一般的な価格です。今はちょっと値段が上がっていますけれども、右側はとんかつ定食9,500円という風にあります。右側は丁寧に内訳をとんかつ4,000円、キャベツ2,000円、ライス1,000円というような表示がされており、一般の方が見たらかなり高いねというのがすぐに分かります。2つメニューが並んでいて、右側の高額な方を頼む人はいらっしゃらないと思うのです。身近で最近野菜の単価が高騰していますが、それでもさすがにキャベツ2,000円は高いねというのは判断できます。

次のページをめくっていただいて9ページになりますが、トイレの排水詰まりの場合に、大体どの業者も使うローポンプという赤いスポイトが大きくなったような機械というか器具があります。これに空気を吸い込んで、圧力を与えて、引っ張って、配管の中の詰まりを取るという器具でございますが、左側の①ローポンプは、料金帯というのは、先ほどのペストコントロールさんでもありましたけれども、建物の構造とか築年数とか配管の状

況とかで対応が変わってくるので、定価ということではありません。これは一般のいわゆる普通の業者、悪質業者と比べて優良業者がやったときの金額を左側に入れてあります。

右側が、これは実際に悪質業者の契約書の料金をそのまま入れてあります。例えばローポンプを右側の悪質業者も使用していますがこれは同じ値段で8,000円です。緑色の字の便器脱着というのがあると思います。通常、一般の方はトイレの床をきれいにしたいので便器を外して掃除しようという方はほとんどいらっしゃらないので、便器を外すという感覚、幾らになるのだろうという費用は全く見当がつかないのではないかと思います。通常、トイレの詰まりであれば、紙が詰まったりとか、水が詰まったり、異物が詰まったりということで、大体ローポンプという器具を使いますが概ね9割ぐらいは直ります。それでも直らない、例えば便器の中に携帯電話を落としてしまったとか、何かの固形物を落としてしまって便器の中に挟まってしまって取れないというのは、幾ら圧力を与えても便器内に引っかかってしまって取れないのです。引っかかったものに、更に紙とか便が絡まって詰まってしまった場合はどうするかというと、便器を脱着します。洋式の便器が今、多いですけども、脱着して、ひっくり返して、詰まったものを取って、詰まりを直すというのは大体便器脱着で解決しますが、左側の通常業者であれば、大体は2万5,000円程度の価格帯です。ただ、右側の悪質業者になると、便器脱、外すだけで7万5,000円、便器をつけるだけで9万円というような金額になってきます。

次にトーラーというのは、左下にワイヤーの先につけるくるくる回っているねじみみたいなものがありますけれども、それをつけて配管の中をくるくる回して行って通していくのです。配管の中に詰まっているものを破壊しながら通していくという道具で、これも一般の水道屋さんが持っているものなのですけれども、通常ですと2万5,000円程度、ところが右側の悪質業者だと、⑤⑥床下排水管内機械式通管作業、床下排水管内異物粉碎、すごく難しい単語を使って、通常ですと2万5,000円程度なのにそれが14万と18万8,000円という価格になっています。

高圧洗浄というのも、右側の青い機械、40～50キロぐらい重量がありポータルで運ぶものなのですけれども、これもよく悪質業者がやっています。通常ですと4万5,000円ぐらい、建物の築年数とかによっては変わりますが、これが右側の悪質業者ですと床下排水管内異物除去11万円、洗浄作業13万円というような金額を提示してくるのです。

これを一般消費者が御覧になったときに、先ほどのとんかつと違いまして、料金相場が分からないのです。呼んで来たときに、実はローポンプで詰まりが直っている。直っていれば業者はすぐ自分で分かるのですが、お客様には、詰まりは直っていない、配管の奥が詰まっている、脱着しなくてはいけない、このまま放っておいたら大変なことになる。爆発なんかするわけないのであるけれども爆発するなどと不安を煽って、今日中に直さないとなどと不安を煽ります。このときは合計86万6,000円（税別）の請求金額になっています。

そして悪質事業者はその場でお金を回収しようとしします。お金を請求書払いにしますと、当然頼んだ方がお友達とかご家族に相談をする。こんな高いはずないだろうという話にな

るので、値段を結局値引きしてでも、その場でお金をもらってくるというようなケースが多くございます。

通常の業者ですと、大体トイレの詰まりはせいぜい夜間に行っても1万5,000円とか2万円、高くても2万円程度ぐらいで終わる業者が多いと思うのですが、1発10万円以上取ってこいというような業者がすごく多いです。

これが悪質業者の実態でございますが、次に、同じページの14ページに書いています注意を要する広告表現例とあります。これも実際にネットに出ているものですが、ポスティングとかマグネット、今減ってきていますけれども5,000円オフとか3,000円オフとか、インターネットのほうは基本料金150円とか、あり得ない金額を表示しています。車で道具と機械を積んで技術者が訪問して、基本料金150円は常識ではおかしいのですが、トラブルでパニック状態の消費者が、基本料金が150円ということはトータルの支払いも安いだろうと錯覚させられて悪質事業者へ引っかかってしまうケースが多いのかなと思います。

昔は、悪質業者は押し売りみたいな感じで、お客様のお宅訪問し、トイレが詰まって交換しないと詰まりは直らないなどといってトイレにずっと座り込み、交換するまで帰らないというような強引な業者が多かったのですが、今は悪質業者はすごく洗練されています。きちんとした格好をしてきて、事前に見積書を出して、契約書を出して、完了後のサインまでもらってと、すごく良い人に見えるのです。引っかかったお客さんに聞いても、値段は高かったけれどもすごく良い人だったというような声が多く、非常に巧妙に悪質業者はやってきていると思います。

時間の関係もあるので、資料の15ページ、日本の広告費の推移と内訳（2023年）とありますけれども、実は電通で昨日、新しく更新をされています。間に合わなかったので2023年の資料を使っていますけれども、全体としては広告費が伸びています。前年に比べて、2023年ですと7兆3,167億円と左上のグラフにありますけれども、平成24年が7兆6,730億円ということで104%アップ、右側のインターネット広告もまた更に伸びていまして、3兆3,330億円から2024年は3兆6,500億円ということで110%弱伸びてきています。こういう状況ですので、日本の広告費の中でインターネット広告のシェアは2023年は45%、2024年は47.6%あるので、インターネットをいかにコントロールするかということが消費者被害を減らしていくポイントになるかなというように考えております。

時間が残り少ないのですが、私どもが考えている今現在の状況なのでありますが、今のインターネットの環境というのは緩い規制がありますが、いわゆる無法地帯化しており悪質事業者が野放しになっている状態ではないでしょうか。様々な消費者被害の事件や何かきっかけを作っているのではないかと。よくテレビのニュースになるロマンス詐欺とか、タスク副業とか、援交とか、闇バイト、匿流、オンラインカジノとか、点検商法の人材募集とか、全てネットがきっかけとなっているのではないかと考えています。

以前、大手の検索サイトの幹部との会議当日にトイレ詰まりというキーワードを検索サイトで調べ、掲載のトップに出てくる広告主を信用調査をかけて調べたところ、実態は水

道業者ではなくて、資本金が11万円、職種は経営コンサル業、住所は2か所に拠点があるのですが、2か所ともレンタルオフィスで実体がまるでありませぬ。ところが、広告代理店の人間に聞くとこの広告主は年間で1億円以上の広告を出しているというのです。資本金11万円で水道業の実体がない会社が年間1億円以上の広告を出せている。1億円以上の広告を出せるということは、それだけ消費者からぼったくりをしないと広告費を払えないということにもなります。要はプラットフォーム事業者が悪質事業者の広告掲載を排除できずに結局は野放しになっているのではないかと考えております。

今後としましては、プラットフォーム事業者、大手の検索エンジン、SNSなども含めて、いかに規制をかけていけるか。悪質事業者の広告を防止するために、いわゆる広告掲載基準というのが実際ほとんど機能していません。広告掲載基準を厳格化して、きちんと策定をして、公表させることが重要かなと思います。

あとは、いわゆる広告を出される方、たくさんいますけれども、営業実態とか、反社会性があるかないかというチェックも、本来はプラットフォーム事業者が責任を持ってやらなければいけない。そこに責任が全く感じられないと思われませぬ。

加えて、違法性が高い広告が出てしまったときに、広告掲載をストップできる機能というのでも必要で、以前の大手検索サイトとの会議の際には、広告掲載基準で個人の免許証とか営業実態を確認すべきとか、ある程度の苦情が発生した場合は広告を停止するという掲載基準が2年ぐらい前にできたのです。ただ、実際にどれだけ広告が停止されているかは公表されていないので、その辺をきちんとやっていければなと思います。

課題としましては、大手検索エンジンとかSNSなどのプラットフォーム事業者は広告費による売上げが全体の8割とか9割とかを占めているため、悪質事業者を規制してしまうと確実に数パーセントの売上減になってしまふ。悪質事業者はプラットホーム事業者にとりまして、見方を変えれば、優良顧客であり、お得意様の部分もあるので、そこをどれだけ抑えていけるかということが非常に重要かなと考えています。

外資系の手前など、トヨタの売上・利益を大幅に超えていることもあり、1企業とか1団体が単独で交渉をしても交渉力には限界があるので、国として外資のプラットフォーム事業者へ罰金をかけるとか、規制をかけるとかというようなことを検討していただかないと、いたちごっこで消費者被害は減少していかないのではないかなというように考えています。

あとは私どもの業界として、有資格者がいるのですけれども、指定店の規制が緩和されてから後に全国に悪質業者が広がってきているという側面もありますので、その辺も今後御検討いただければと思います。

長い時間申し訳ございませぬでした。ありがとうございました。

○鹿野委員長 御説明ありがとうございました。

これより質疑応答と意見交換を行いたいと思います。いかがでしょうか。

中田委員、お願いします。

○中田委員 非常に学びの多い御説明をいただき、ありがとうございました。

最初に日本ペストコントロール協会さんに3点質問させていただきたいと思います。

まず、有害生物を駆除されるペストコントロール協会様の団体の存在や活動内容、そして、昭和43年に設立されていて、とても長い歴史があることを私、不勉強ながら今日初めてお話伺いし知ったところであります。協会は消費者に寄り添った活動をされていると感じたのですが、もしかしたら多くの消費者の方も協会の活動や所属されている約1,000社の事業者にお世話になれることに気づいていない方も多いと思いますが、これだけ社会的に意義のある活動をされている協会だと思うのですが、私たちがペストコントロール協会さんに相談したいなと思った場合は、どのような方法でリーチすればよいのかということをお話させていただきたいと思います。

団体名のペストコントロール協会をネットで検索するということになると、その場合、団体の認知度がある程度ないとそこまで行き着かないということもあると思います。認知度は現状どのぐらいで、認知度向上施策等をどのぐらいされているのかということをお伺いしたいと思います。行政と連携されているということで、行政に相談したらペストコントロール協会に登録されている安心して依頼できる事業者さんを紹介してもらえるのか、その辺りをまず1点お伺いしたいと思います。

2点目は、協会では安全・安心のペストコントロールを提供するために、独自に従事者の身分を証明するペストコントロール技能士認証制度とペストコントロール技術者認証制度及び優良事業者認定制度資格制度を設けていらっしゃるということですが、資格制度や認証制度の更新はどのようにされているのか。一回資格を取ると資格はそのままずっと継続されるのか、その後の教育はされているのかということと、この認証制度の効果をどのように評価されているのか、検証されているのかということをお伺いしたいと思います。また、この制度が消費者に具体的にどのようなメリットをもたらしているのかという情報がございましたら御教示いただきたいと思います。

3点目は、一方で、先進国でペストコントロール業に何ら規制がなく野放しなのは日本ぐらいという一文が衝撃的だったのですが、資料16ページで、諸外国では制御制度がある中、ペストコントロール協会では50年以上法制化を求めているが、事業者の法制化が実現されていないということなのですが、協会の皆様はかなり忍耐強いなと感じたわけなのですが、これまで協会として行政に対してどのようなアクションや働きかけをされてきたが、何が規制策定の検討を阻害しているのかということについてまず伺いしたいと思います。

○鹿野委員長 ありがとうございます。

中田委員からとても重要な御質問があったのですが、オンライン御参加の小野委員はその後御用事があるということで、小野委員の御質問をまずお聞きして、それでまとめてお答えいただくということによろしいでしょうか。

それでは、小野委員、お願いします。

○小野委員 小野でございます。

お話を伺ったコメントといいますか受け止め方と、それから質問を1つさせていただ

きます。

まず、ペストコントロール協会様の資料2-1では、16ページに、中田委員とも重なるのですけれども、日本ではペストコントロール業の公的制度がないというのは、私も衝撃を持って受け止めました。

また、17ページですけれども、業者への教育や指導ができないというのは本当そのとおりだなと思いました。といたしますのは、5,000ほどの業者のうち、協会にはその5分の1、1,000社弱の加盟ということで、何かを社会的に変えていかないといけないときには、こういった公的な制度の拡充というのが求められると思いました。

それから、全国管工事業協同組合連合会様のお話では、私の専門が消費者教育ということでございますので、資料2-5の世田谷区の消費生活センターだよりの2ページは大変簡潔にまとまっております、私は高校の家庭科の教科書を書かせていただいたりもしているのですが、未来を担う高校生に伝えていかなければいけないなと思いました。

さらに資料2-6の9ページですが、商品やサービスをどう比較をして意思決定をするかというときの教材として、大変有効なものだなと思いました。

以上を受けましてお尋ねをしたいのは、こういった取組について、業界団体様として、その状況が例えば地域によってばらばらである、あるいは全くそういったことはほかでは聞かないなど、その取組の状況についての地域格差といったものがありましたらぜひ教えていただきたいと思います。

長くなりましたけれども、私の受け止めと、それからその取組の濃淡といたしますか状況についてお知らせをいただければと思います。

以上です。

○鹿野委員長 ありがとうございます。

それでは、先ほどの中田委員からの御質問を含めて、まずはペストコントロール協会様から御対応をお願いします。

○公益社団法人日本ペストコントロール協会茂手木事務局長 まず、中田委員から3点質問をいただきました。

まず1点目、協会へのアクセスです。例えば消費者の方とかが、なかなか私どもの力不足も大きいところもございまして、ペストコントロールという名前が長いのですけれども、なかなか不器用で周知に至っていないと。結構名前が悪いのかなというところもあります。ペストと言うと皆さんちょっと引かれて、別にガソリンスタンドみたいな和製英語ではないのですけれども、海外では国際的に通じる、例えばアメリカでもペストコントロールとちゃんと州法とかでちゃんと入っている中で、どうしても日本の方、ペストというのは響きが悪いので、なかなか取っつきにくいということもあるのです。

まず、アクセスなのですけれども、今はホームページの検索だとかしか、もちろん先ほど言ったような機関誌とかパンフレットとかたくさん作ってはいるのです。いろいろな保健所にもお願いしたりとか、置いてはいるのですけれども、それが一般の人が普段足を運

んだり、目に留まる場所にあるかという点、そこまでできていない。

先ほど資料について、機関誌なんかもホームページの公開も全部していますし、誰でも読めるような注意喚起にもなっているのですが、ただ、そこに来るまでがなかなか寄せられないので、私どもとしてもそこはどうすればいいのだろう。

もちろん例えば前回もありましたけれども、ACみたいなCMみたいな話が第1回の委員会でもございました。そういったものができれば、継続して例えばCMが打てて、啓発ができて、周知ができてというのはもちろん理想なのですが、私どもの資料の17ページにもあるように、なかなか私どもの体力ではインターネットのSEOだとかいったことも、昔ちょっとやった時期もあるのですが、結局費用が先ほどほかの団体さんも言っていましたけれども、1億とか到底かなわないです。要するに真っ当な仕事をしているとそれだけの利益は得られないです。我々の会費も非常に月に何千円という安いものですし、そういった中でいろいろな講習会を運営したりとかしていると、業界としても広告を打てるまでの資力がないということがあります。なので、その広告がしたいのだけれどもできないというのは、そのPRができていない。したいのだけれども、要は元手がない。現状はアクセスはホームページだと。

あとは2つ目の質問にも絡みますけれども、保健所には結構連携をしております、例えば埼玉とか幾つかの保健所は、大体保健所に皆さん連絡が行くのです。去年とかもトコジラミとかはやった。聞いたことがあるかもしれませんが。フランスではやったとか、電車の中で日本でもいたとか、そういったことであって皆さんが心配になって、これはトコジラミじゃないかなとなると、大体皆さん保健所に連絡されたりということが多い。保健所に連絡されると、結構ペストコントロール協会に回すというか、そういった形になっているところが実は多くて、昔のように保健所に人のリソースがないものですから、昔はいたのですけれども、伝染病予防法、それが平成の途中で感染症法になって、法律が変わってしまったものですから、保健所にも人的、あと費用の予算がつかない。昔は町内でネズミの餌とかをまいていた頃もあって、今はああいう予算は一切つけません。ああいったところを受け皿として、我々の業界になっているというところで、保健所に来れば結構うちの業界に流れてくるというところもあるのですけれども、そのぐらいです。あとはなかなか皆さんに周知できる手だてがない。なので、ぜひそこら辺は御助力を行政のほうにも、国のほうにも願いたいというところが一つ。

2番目が制度の効果です。資格制度とか優良事業所制度、こちらも資格の名簿ですとか、個人の番号とか、氏名とか、優良事業所も会社名とかをホームページで公開をしています。よく市民の方とか、行政の方とか、どういうところを基準に選んだらいいですかという質問があります。当然、私ども会員とかから、更に資格だとか優良の制度を取るということは、それだけ前向きにやろうと。要するにしっかりしているというところの証左でもありますので、そういったところで見てくださいということで説明はさせていただいている。

実際のアクセス数もそのページは非常に多いです。資格の制度とか優良事業所制度とい

うのは、アクセス、見ていらっしゃる方が多いので、その後、電話しているかとかどうだというのはないのですけれども、そこがある程度の判断基準にはなっているのかなと。一般の方のアクセスが多いので、それを知っているのが皆さん結構取ったりというモチベーションにもなりますし、効果、メリット、合わせた話になりますけれども、そこは効果の面と表裏一体なものですから、私どもの取っている方については、そういったPR効果があるからもちろん取る、差別化で取る。一般の方々については、保健所だとか皆さんにはこういった制度がありますということで、そういったところを指標にしてくださいと。もちろんそれ以外の方が良くないというわけでは全くないのですけれども、差別、区別という意味では、ある程度の指標にはなるだろうとは思っております。

3点目の質問をもう一回お願いします。

○中田委員 3番目は、国内での法制度が整っていないことに対して、何が要因だと考えていらっしゃるのかということをお伺いください。

○公益社団法人日本ペストコントロール協会 茂手木事務局長 今、資料16ページにあるとおり、我が国では建築物衛生法というものしかない。3,000平米以上の不特定多数が入るものしかなくて、しかもそれは登録ができるというだけで、登録している業者に頼まなくてもいいという、非常に言葉は悪いのですけれども、ざる法みたいな感じです。それしかなくて、諸外国、アメリカにしろ、EUにしろ、近くの中国にしろ、韓国にしろ、免許なり、免許に行かなくても登録なりというのはもう当たり前の世界で、生活環境中、皆さんがお住まいの環境中で、殺虫剤という化学物質、虫が死ぬので安全ではないものがあるわけなのです。毒なので、それはそうなのです。それを撒くということに対して資格も規制も何もないというのが日本ぐらいで、おかしいだろうとしょっちゅう海外の人には言われていますが、ただ、ないというのが現状です。

これについては、省庁をまたがっているのです。我々、殺虫剤の審議とかそこら辺の法制は厚生労働省なのですけれども、片や、一方で農薬なんかは農水ですし、例えばデング熱のときも我々は渋谷の代々木公園を封鎖して駆除とかもしましたけれども、あのとき、蚊が媒介するのです。同じ虫とかでも建物に入ると厚労省なのです。公園へ行くと環境省なのです。認可とかが全然違ってきている。さらに道路まで言い出すと、ここの側溝にいるのだけれども、それは渋谷区だと。環境省に言っても、側溝にいるのだけれどもまいてもいいかと。駄目だと。それは都だという話、本当に縦割りの世界で、法的なものも、同じ薬剤で同じ有効成分なのですけれども、農薬だったり、それぞれに登録をしなければいけない。シロアリだったら、シロアリの薬は基準が違ふとかいうことがありまして、省庁にまたがっているものですから、その弊害で、我々の体力では全てを相手にしてということがなかなか難しいというのは正直ベースのところなのです。

海外、アメリカなんかでは、EPAという環境のところが一元管理していますので、薬剤にしろ、法制化にしろ、一元管理しているので、もうスムーズにやっている。韓国なり中国なりもそうです。壁というのはそこかなとは思っています。

小野先生に対してもこんな感じなのかなと思います。

○中田委員 1点だけ短くコメントさせてください。御説明ありがとうございます。

1点目の認知度施策、ぜひ強化していただきたいと思う中で、広告ではなくても、広告はコストがかかりますけれども、今日伺ったお話自体も私たち消費者にとって貴重な価値のある情報なので、今日マスコミの方が傍聴に入っているかどうか分かりませんが、メディアの方に書いていただくというような施策は予算をかけずにできるので、ぜひ情報発信を強化していただきたいと思います。ありがとうございます。

○鹿野委員長 お願いします。

○公益社団法人日本ペストコントロール協会酒井副会長 ありがとうございます。

ちょっと補足ですけれども、今ほどの認知度の向上については、我々協会内でも非常に課題として取り上げられております。先般、若手のこれから我々のペストコントロールというものを未来に向けてどういうふうにつくっていくか、そういうような会合を開きました。その中でも一番皆がアンケートで希望していることは、認知度の向上だと。我々の業界をぜひ知ってほしいと。けれども、先ほど言ったようなインターネットの広告云々とか、いろいろなテレビ媒体とか、いろいろなCM云々についても費用がかかると。協会としては、会費が本当に安い中でやっている部分もあるものですから、なかなかそれが実現できない。

ただ、我々、日本ペストコントロール協会として、令和6年の4月1日に日本標準産業分類にペストコントロールという用語が入った。これは我々にとっては一つ大きな前進であるということなのです。昭和43年から、設立されてずっと来ているわけなのですが、我々一業者とすれば、会員とすれば、何を望んでいたかということ、我々にとっては尊い行いなのだ。国民のため、県民、市民のために、いかに快適な環境をつくり出すため、また不快なものを排除するための人が嫌がる仕事を我々は率先してやっているのだということをやんとした公的資格にならないのか。いわゆる国家資格として我々の業はならないのかというようなことをずっとこうやってきたわけなのです。

そんな中で、そこの取組を始めようとしたときに、我々の業が認知されていないと。何なら産業分類にもペストコントロールなんて書いていないぞというところから始まって、今、それを順次やっている最中でございます。そういったところから、少しでも認知度を上げたいなというようなこと取組はしております。

また、海外との違いという部分では、技術的には、実は日本の技術というのは世界の中でも2番、3番を争うような状況であります。けれども、制度としては全く後れているというのが現状でありまして、いろいろな関係省庁に対してでも、我々は一生懸命陳情に行きながらお願いしていく、ここが最初なのかなと思っております。ぜひともまた皆様のお力添えをいただければありがたいなと思います。

以上でございます。

○鹿野委員長 ありがとうございます。

それでは、続きまして、小野委員からのコメント等があって、全国管工事業協同組合連

合会様から御回答いただけますか。

○全国管工事業協同組合連合会東京都管工事工業協同組合理事兼メンテナンスセンター委員長永島様 まず、私ども、先ほど申しましたように、消費者被害の防止のためにいろいろ活動しておりますが、その一つが消費者センターさんで区民向けの講座を持つとか、東京弁護士会さんと連携をして、被害に遭った後のケアがどうできるかというところも検討をしたりしております。あとは非常にアナログ的なのですが、何か水回りのトラブルがあったときに区役所に相談をする方も結構いらっしゃるので、区役所の1つのコーナーに、いわゆる消費者センターは大抵入っていますので、そのコーナーに展示物を置いていただいたりとか、いろいろノベルティー等を作って、まず区役所に相談があったときは紹介してくださいねというようなことを各区に訪問してお願いに回ったりしています。

ただ、それもアナログ的で限界があるので、私どももインターネット広告は悪質業者並みには掲載できないのですが、ちょっと宣伝させていただくと、資料2-6の40ページにありますように、2月6日に総合設備メンテナンスセンターのLINEの公式アカウントを立ち上げました。例えばマグネットを何かあったときのために冷蔵庫に貼っている方はすごく多いのですが、そこから悪質業者へ連絡をしてしまうケースも多いのです。何か水回りのトラブルがあったときに6割、7割の方はスマホから検索しますので、そのときにLINEは消費者の9割ぐらいは使っているだろうということで、LINE公式アカウントの友達をたくさん増やして、トラブルの時には、相談してくださいねというようなことを2月6日から始めています。まだ友達登録は200ちょっとですので、これから徐々に増やしていきたいなと思っています。

あとは、行政への働きかけというか、水道事業が公営企業なので、39ページを見ていただくと、東京都でも23区は東京都管工事工業協同組合と多摩地区は三多摩管工事協同組合と分かれています。各都道府県に管工事組合はたくさんありますけれども、先ほど御紹介したように全管連に入っている組合については、消費者被害の予防・拡大防止の意識を持っていろいろな活動をしています。ただ、運営が組合ごとに全部違いますので、業界全体としては統一的にはできていません。たしか神戸市の管工事組合が、悪質業者を全部排除していこうということで、水道局と連携をして様々な取組をして、ある程度実績が出ているということはあったかと記憶しております。

以上です。

○鹿野委員長 ありがとうございます。

お願いします。

○全国管工事業協同組合連合会東京都管工事工業協同組合新家副理事長 今申し上げました神戸市の水道局なのですけれども、ここについてはかなり高額被害が多くて、それで問題になっておりました。地方行政と協力して、統一単価で工事を行っているのです。ほとんど高額被害に遭われないというような、そういう連携もしているところでございますが、東京の場合も、これからそういう部分でしっかりと連携していかなければいけないのかな

と思っております。

まだ力不足で、我々は先ほどのペストコントロール協会さんと同じで認知度が低いという事で、こういう場を借りて少しでも認知度が上がっていけば、我々の会員の中に万が一そういう業者がいたとしても、しっかりコントロールできるのかなと思っておりますので、引き続きよろしく願いいたします。

○鹿野委員長 ありがとうございます。

それでは、今村委員、お願いします。

○今村委員 今村です。御発表ありがとうございました。

質問の前に自分の感想を言わせていただきたいのですけれども、私、20年ほど前に厚生行政にどっぷり関わっておりましたので、保健所長もやっておりましたし、生活衛生局で法律を担当したこともありますので、バックグラウンドについては少しお話しさせていただきたいと思います。

厚労省がやっていることは、基本的には人の病気を防ぐということで、ペストコントロールというのは、もともとはペストを防ぐためにネズミを狩ることが昔大きな目的であって、結果として、ペストコントロール協会の皆さんの協力もあって、日本中は大変衛生的な国なのです。恐らく世界で屈指の衛生的な国になってしまっているのです。ほかの国では結構害虫、ネズミ、いっぱい問題になっていますけれども、日本ほど少ない国はないのではないかといいるところまで行ってしまって、逆にそれが社会の関心を薄くさせているというような状況があります。実際、生活衛生局も厚労省の中で解散させられてしまった。私、解散の時期にいましたので、なかなかじくじたる思いがありましたけれども、そのような背景の中で今に至っていると思っております。

ただ、私、消費者委員会に入ってこういう詐欺的な話を聞いていて、今まで私が関与している昆虫の世界で言うと、人間に害を及ぼすものを害虫と呼んできたのですけれども、最近ではゴキブリとかを害虫としてどう扱うかということで、あれを生活衛生法上で害虫という概念で、人に害を及ぼすかというとなかなか微妙なところがあって、どこまでそれを追いかけるべきですかということと、個人のおうちにどれだけ入っていくべきですかということに難しさがあると思っております。

私も害獣駆除に随分携わってきた人間として、害獣駆除はなかなか値段のつけられない仕事だと思っております。ハクビシンとかイタチとか、一遍家に入ってしまったそいつを駆除するためには莫大なエネルギーが必要だということを痛感していますし、値段もどんどん上がっていくということも体験してします。ですから、適正な値段がなかなか出せないという問題もあると思っております。

そういう背景のある人だということを知っていただいた上で、質問がそれぞれペストコントロール協会さんと全国管工事業協同組合連合会の皆さんにあるのですけれども、まず、そ族昆虫の業者さん、私が知っている限り極めて真面目で誠実な人が多かったのですけれども、これだけ社会問題になるぐらい悪徳業者が増えてきていて、実際それぞれのペスト

コントロール協会の中からそういう人も出てきているのか、ほぼ全てほかの人たちがやって来て詐欺的なことをしている状況なのかというのはぜひ教えてもらいたいと思っています。

全国管工事業協同組合連合会の皆さんにもぜひ教えていただきたいのですけれども、私は水道も下水も一定の国家資格なり認定資格が必要な業務だと理解をしているのですけれども、実際これだけ水道、下水系の詐欺的な事件が多いと、その免許なり資格を持った人がこれを行っているのが現状なのか、そんなものも持たずに全く無法人たちがやっているのかというのは教えていただきたいところです。

以上2点、それぞれに教えていただければと思います。

○鹿野委員長 ありがとうございます。

それでは、まずペストコントロール協会様、お願いします。

○公益社団法人日本ペストコントロール協会茂手木事務局長 ペストコントロール協会、茂手木です。

今、御質問の中で、当協会の会員の中で悪質事業者がいるか、いないかと。ほとんどいないと。私は今ここに20年ちょっといるのですけれども、過去に1社だけ九州のほうで問題になった。どっちかというところよりもシロアリで一時期問題になったことがあって、九州のほうの業者で会員の事業所で問題になったという記憶がございます。もちろん除名になっていますけれども、そういったケースが1件ございました。あとはないです。

先ほど言ったように基本的に逃げ隠れできないので、そういったことは多分しない方々で、入らなくてもいいのに、会員に入ってまで、会費を払ってまで教育を受けたり、そういった情報にアクセスしたりということをやろうと思っているところは、それなりのモチベーションがあるのだろうなという感じは持っております。

○鹿野委員長 ありがとうございます。

それでは、全国管工事業協同組合連合会様、お願いします。

○全国管工事業協同組合連合会東京都管工事工業協同組合理事兼メンテナンスセンター部会長川口様 それでは、お答えをさせていただきます。

まず、上下水道の資格制度についてなのですが、過去をずっと振り返ってみますといういろいろ組織の中で資格制度の変遷というのが多々ありまして、あとは規制緩和によって、我々の資格制度が薄っぺらくなってくるような感覚を我々は今、感じております。指定事業者そのものの事業者制度の部分では、今も更新は5年に一回、講習会を受けて更新をしますが、以前は厚労省だった水道行政のほうの認可制度も今は国交省に移りまして、いろいろな変動を経ていますので、管理していただける部署の部分があちらこちらに移動することによって、更新の制度というか、更新をするときのシステムが非常に変わっていております。

悪質事業者の排除をしたいなと思いますが、全部資格を取るには、国家試験を受けて合格さえすれば番号がきちんと取れるわけなので、その番号を取った時点で、いかにユーザ

一さん、消費者のために一生懸命仕事をやるか否かが個人個人の問題かと思えます。

あと、組合として、修理単価とかなどの統一化がはかれていないものですから、そういった部分をしっかりと提示ができれば、我々としてもセンターの登録メンバー全社に統一ができるかなと思えます。まず基本的な出張費ですとか、そういった部分が、いい加減な200円からやりますよといった業者との違いをきちんと出せるのではと思っております。

工事主任技術者は、我々が全部名乗っているのですが、そこについても何分にも更新のたびに変更がいろいろありまして、そういった部分、東京都内では我々組合員のほかに指定事業者は約3倍いるかなと思っております、23区内、水道屋と称するのが4,000社ぐらいはいるかなと。悪質業者がいることによって、きちんとやっている我々が十把一からげに悪質な水道屋みたいなイメージを持たれてしまうので、その組織の中での資格制度、これのほかに我々組合としてはペストコントロールさんみたいに独自の資格のようなものも立ち上げていかなければいけないのかなと考えます。それによって、我々独自できちんとした形ができればなと思っております。

以上になります。

○鹿野委員長 ありがとうございます。

今村委員、何か追加でありますか。

○今村委員 ありがとうございます。

まずペストコントロール協会さんのほう、シロアリ事件のことも私の時代にありましたけれども、保健所に相談してもらえれば、基本的にはペストコントロール協会のような方々のところに紹介すると思うので、保健所に紹介してもらおうというのは重要なポイントなのだろうなと思いました。

あと、全国管工事業協同組合連合会の皆さんも基本的には免許がある世界で、その中で悪徳的なことをしている人が増えてしまっているのは非常に残念なことだと思います。

先ほど厚労省から国交省に移ったという話もありましたけれども、生活衛生関係のことが厚労省から全部出ていくという非常に不幸なことが起こってしまっていて、食品の基準も消費者庁に移って、同じ時期に水道も国交省に移って、衛生関係が厚労省関係でなくなっているというのが今の現状で、そのために基準の考え方が変わってきてしまっていると思います。

ただ、下水道はもともと国交省であったわけですから、上水、下水を併せて考えることができるということを考えれば、一本化した資格というのもあり得るのかなと思えますが、現在もたくさん水道関係、下水関係、国家資格がありますので、それを持った人が実際に詐欺的なことに手を動かしているというのは残念なことだと思うので、そこら辺のところは対策が必要かと思えます。

今村からは以上です。

○鹿野委員長 ありがとうございます。

黒木委員長代理、お願いします。

○黒木委員長代理 大変興味深いお話をいただいて、ありがとうございます。

今回のレスキューサービスは、基本的に消費者が困ったときに、様々な広告媒体から事業者を選定して契約するものです。継続的な契約関係があるのではなくて、まさにそのときのスポットでお願いするということです。そして、事業者がリアルに消費者のところにやってくる。つまり、インターネットで全部完結するものではなく、必ずリアルな世界と結びつくという点で、非常に複合的な性格を持っている商形態となっています。その商形態で消費者被害が今、増加しているという観点で、この問題は考えるところが難しいと思っています。

そのような観点でもう一つ言わせてもらおうと、レスキューサービスを提供する事業者の中には善良な事業者がいらっしゃることも分かっています。ところが、その善良な事業者には消費者はなかなかアクセスすることが難しくなっていて、その結果として消費者被害が生じているということです。

そこで2つお尋ねしたいのですが、景品表示法上の公正競争規約という制度があります。その制度は、まず自分たちの業界団体であれば、こういうような広告規制をします。そして、それに関しては、我々の業界団体の人たちは、この公正競争規約に従った広告表示をします。したがって、この公正競争規約の表示であれば信頼できますということが自動的に言える形になっていると理解しています。そのような広告に関する公正競争規約といったようなものを事業者団体として制定されていないのではないかと思います。そのため、公正競争規約みたいなものを事業者団体として制定してはどうかという考えに関して、両協会の方々、事業者団体の方々はどうお考えなのかということをお尋ねしたいと思います。

この質問の趣旨ですが、リスティング広告などになってくると、要するにお金のたたき合いになってしまうわけです。ところが、DPF等の広告基準の中に公正競争規約をしている人たちを上位に入れろというのも一つの考え方かと思っています。そういうことを考えたときに、公正競争規約というものに関して、事業者団体の方々はどうお考えなのかをお尋ねしたくて、こういう質問をさせていただきました。

以上です。

○鹿野委員長 それでは、それぞれについて、ペストコントロール協会様、お願いします。

○公益社団法人日本ペストコントロール協会星野専務理事 ペストコントロール協会、星野です。

御質問ありがとうございました。

残念ながら当協会は今、先生が言われたような規約をきちんとつくっているわけではありませんので、今後それを参考にして適正にやっていくということを新たに感じたところです。

○鹿野委員長 それでは、全国管工事業協同組合連合会様。

○全国管工事業協同組合連合会東京都管工事工業協同組合五十嵐理事長 平成8年に、我々の業界が規制緩和という下に、今の指定給水装置工事事業者制度が大幅に緩和されました。

緩和されたことは結構なのですが、それまでは各地方自治体の水道局あるいは水道課、東京でいえば東京都水道局、お隣の千葉でしたら千葉県水道局が独自に許認可を与えたのです。それはなぜかという、全国水道に関してはそれぞれみんな管理地とか、東京とかは全然施工が違うのです。いわゆる管理地ですから、水道管を1つ埋めるでも、掘削深度、深さが違いますし、それを全国统一したのです。そこで今、何が起きているかといいますと、それまで給水装置工事主任技術者という資格がございました。そのほかに配管技能士、要するに配管工です。職人さんも必要ですよ。1店舗に技術者と技能者1人、最低2人必要ですという制度があったのです。店舗調査、あるいは実際の車両があるのか、工具があるのか、それだけの社員が在籍しているのか、全て厳しくチェックされていたのです。これが平成8年の規制緩和によって、今は給水装置工事主任技術者は1人いれば、それも何店舗でも掛け持ちできるのです。それまでは1店舗1人、配管工1人、最低2人、それは1店舗に限るとあったのですけれども、現在は極端な話、北海道から沖縄まで1人の主任技術者がいれば何店舗でも兼任することが可能な場合があるという、我々に言わせれば甚だばかげた制度だと思っているのです。

もう一つが、先ほど先生がおっしゃった悪質事業者が今なぜはびこっているかといいますと、十数年前になりますが、我々の組合でも修理工事に関して、料金帯の目安を設定しようと思ったのですけれども、公正取引委員会のほうから、利益誘導に当たるからそれは一切駄目ですということで、今は表示できないのです。本来であれば、我々はネット広告でも何にしましても適正価格をある程度表示したいのです。それが現在できない状態なのです。

今日、良い機会なので、公正取引委員会のほうにその旨、時代も違いますので、そういう悪質事業者を排除するためにも適正価格が幾らぐらいなのかということを消費者の皆さんにはお知らせすべきではないかなと思っているのです。もしできれば公正取引委員会のほうにその旨、お伝えいただければありがたいと思います。よろしく願いいたします。

○黒木委員長代理 ありがとうございます。

公正競争規約は別に価格規制をしようという規約ではないんです。つまり、有利誤認や優良誤認といった景表法上に照らして、問題となっているような広告のどこが問題かを分析して、それをしないという制度です。

従って、別に価格カルテルをしろというのが公正競争規約ではないので、そういう意味で問題となっている広告の問題点を分析して、こういう広告はしては駄目ということを業界内で決定して消費者庁から公正競争規約として認めてもらうということです。ぜひそういうことをお考えいただいて、公正競争規約に従った広告であるとして例えばマル適マークみたいなものをつける。そして、マル適マークがついている広告についてはDPFに対して、そのような広告は表示上有利に取り扱うべきであるということです。LINEの友達登録をされているという点でも非常に意味があると思います。しかし、それだけではなくて、結局プラットフォーム事業者は、スマホの位置情報と結びつけることによってレスキューサー

ビスは機能するわけで、遠隔地の事業者の広告を表示してもどうしようもないわけですから、スマホの位置情報と連動させているわけです。そういうときに広告の順位に関してより質の高いものを上位に上げろという意味で、公正競争規約というのは一つの考え方ではないかということでお話ししています。もしもそういうことをお考えいただくのであれば、一つの解決策としてあり得るのかなと思ったものですからお尋ねしたところです。

○全国管工事業協同組合連合会東京都管工事工業協同組合理事兼メンテナンスセンター委員長永島様 大変勉強になります。

要はマル適マークみたいなものは一組合が出すものではなくて、管工事業界全体で出すような形になるのですか。

○黒木委員長代理 公正競争規約は庁の表示対策課が持っています。

○全国管工事業協同組合連合会東京都管工事工業協同組合理事兼メンテナンスセンター委員長永島様 消費者庁ですね。

○黒木委員長代理 はい。

○全国管工事業協同組合連合会東京都管工事工業協同組合理事兼メンテナンスセンター委員長永島様 そこでどういう業者に認定をするかというような詳細を詰めて、それを表示させることによって、それができたとして、プラットフォーム事業者はそれに対してそうですねと素直に従うのかどうか。

○黒木委員長代理 そこはまた別の問題ですけれども、ただ、彼らの広告規制の中で、質の高い広告をできるだけ上に上げようというのも一つあります。そうすると、公正競争規約がある広告は質の高い広告だということになりますね。それを一つ考えられませんかということでありまして、悪徳事業者はとにかくそんなことは全然無視します。ただ、お金の殴り合いで高く出して、リスティング広告で上に上げるだけですから、それに対して、質の高い広告だということを中心とした形で訴求するという方法がないかなと思ってお尋ねしたところでした。

○全国管工事業協同組合連合会東京都管工事工業協同組合理事兼メンテナンスセンター委員長永島様 それは大変勉強になります。ありがとうございます。

○鹿野委員長 ありがとうございます。

ほかにはいかがでしょうか。

○全国管工事業協同組合連合会東京都管工事工業協同組合新家副理事長 先生がおっしゃったとおり、いろいろ勉強させていただきましてありがとうございます。

我々の組合としても、そういうことをしっかりと勉強させていただいて、今後活用させていただきたいなと思っております。ありがとうございます。

○黒木委員長代理 ありがとうございます。

この前の委員会でも発言させていただきましたが、競争政策と消費者保護政策は本来矛盾しないんです。まともに事業をやっている方と消費者がスムーズにつながって、悪徳業者が市場からいなくなるということは、全ての市場参加者にとって良いことなわけです。

それを、DPFの広告表示について、いろいろな永島理事がおっしゃったような問題があると思えば、どうしていったらいいかということを含んで知恵を出したいというのがこの委員会が今考えているところなので、ぜひ検討していただければありがたいと思っています。

○鹿野委員長 ありがとうございます。

時間が押しているのですが、柿沼委員からお手が挙がっていますので、柿沼委員、お願いします。

○柿沼委員 柿沼です。よろしくお願いいたします。

全国管工事業協同組合連合会さん、それからペストコントロールさん、御説明いただきありがとうございます。

私、途中から入っておりましたので、もしかしたら重複の御質問になるかもしれません。そちらについてはおわび申し上げます。

まず1点目なのですが、例えば全国管工事業協同組合連合会様の場合ですと、トイレの設備とかキッチンの設備、そのようなメーカーと何か連携を行っているのかということをお尋ねしたいと思います。

また、ペストコントロール協会様においては、リフォーム業者とか、あとは住宅メーカーさんなどと何か連携されていることがあるのかということをお教えください。

2点目です。デジタル広告のプラットフォーム提供事業者に、悪質なレスキューサービスについて何か情報提供をしたりとか、相談をされたりということをおなされたことがあるのかどうか教えていただければと思います。

先ほども黒木委員長代理からお話があったように、悪質事業者に電話をかけなければ一番メリットが消費者側にあると私も考えておりますので、その辺りについて何か対応されているのかということをお聞きしたいと思います。

以上です。

○鹿野委員長 それでは、ペストコントロール様からお願いします。

○公益社団法人日本ペストコントロール協会 茂手木事務局長 御質問ありがとうございます。

今、2点ご質問いただきました。

まず1点目です。リフォーム業者とか住宅というところ、連携がされているかと。各会員では、事業者単位ではやっているのですが、協会としてそういった動きをしているということはないです。ただ、連携して一緒になってやっている業者は恐らく悪徳ではなくて、うちの会員メンバーもたくさんやっていますけれども、ある程度身元がはっきりしているところとしか連携していないので、そういったところで問題はほぼ起きていないとは思っております。

もう一点、広告のプラットフォーム事業者とは相談はしておりません。表面上、500円から、100円からが必ずしも悪と言い切るだけのあれがないので、結果論なのです。だから、そこら辺が、じゃあこれを止めてくださいというのはなかなか私どもも難しいという点が

ございます。

あと、ついでにすみません。先ほど中田委員から質問いただいて、別の話なのですがけれども、資格の任期がないかというところ、私、回答を忘れていました。更新は3年とか、優良事業所は6年で更新をしています。保険制度とか、物的要件、人的要件でしております。

○鹿野委員長 それでは、管工事業協会様、お願いします。

○全国管工事業協同組合連合会東京都管工事工業協同組合新家副理事長 組合では、複数のメーカーと定期的な技術研修会があったりとか、いろいろな技術的なこと、それから、故障的な要件とか、そういうことで情報共有はさせていただいております。

○全国管工事業協同組合連合会東京都管工事工業協同組合理事兼メンテナンスセンター委員長永島様 悪質事業者に対する対策という面では、大手メーカーさんのホームページへリンクを貼っていいとか、その程度の相談はしていますけれども、技術的な例えば商品に欠陥があるのではないかとかという声が上がってくると、それについて技術的に改善をしてくださいというような接触はございます。

あとはプラットフォーム事業者とのやり取りですけれども、資料2-6の16ページの真ん中に入れておまして、インターネットの大手検索サイトと全管連との会議で、私ども東京都管工事工業組合も出席いたしました。このときにいわゆる広告審査の厳格化をしてほしいという要望とか、リスティング広告のタイトル、テキストのところに250円とか、一覧できるページ、クリックする前に見えるテキストの格安表示をやめてほしいとか、広告掲載申込段階できちんと広告免許、申請の確認をしてほしいと、いろいろと要望を出しましたが、最終的にはいわゆる本人確認、実際にそこに住所があるのか、社長の免許証を出しなさいとか、またプラットフォーム事業者には消費被害者から直接クレームが行くということとはほとんどないというのが現状です。大体消費者センターとか、警察へ行ったりとかとかが多いので、肝心の悪質事業者はその時点ではすでに連絡が取れなくなっている状態で、消費者は行き場がないという状態になります。トラブルがたくさんあった事業者については、広告を停止、ストップできるという基準は新しく始まっていると思います。

先ほど広告費の内訳の話もしましたがけれども、時代が加速度的にも動いているので、法律もそれに沿って対応していただきたい。プラットフォーム事業者というのは巨大な存在なので、そこに強制的にこういう仕組みとか消費者被害をなくすための法律をつくっていただけると消費者も我々もありがたいなと思っております。

以上です。

○鹿野委員長 ありがとうございます。

柿沼委員、追加でありますか。

○柿沼委員 説明いただきましてありがとうございます。

○鹿野委員長 それでは、ほぼ御質問等を委員からいただいたと思いますので、前半の質疑応答、意見交換は以上としたいと思います。

日本ペストコントロール協会及び全国管工事業協同組合連合会様におかれましては、貴

重なる御発表をいただきまして、ありがとうございます。

後半に進みますが、関連する議論も出てくると思いますので、もしお時間等に差し支えがなければ、引き続き御参加いただければと思います。よろしくお願いいたします。

それでは、後半の御発表に移りたいと思います。シェアリングテクノロジー株式会社森吉様、矢野様、よろしくお願いいたします。

○シェアリングテクノロジー株式会社森吉代表取締役CEO シェアリングテクノロジーの森吉と申します。よろしくお願いいたします。

本日につきましては、2点お話しさせていただきたいと思います。

1点目、弊社の事業内容の全体像を御説明させていただきまして、その後に、加盟店とお客様とのトラブル回避への取組ということをお話しさせていただきます。

では早速、事業内容の御紹介をさせていただきます。

弊社は、「新たな仕組みで、安心な暮らしを、」ということをミッションに事業を運営しております。具体的には、今もう議題になっておりますけれども、レスキューサービスが発生したお客様に対して、我々がいることによって、安心した生活を送れるようなサービスを提供していきたいと思って事業を運営しております。

具体的に言いますと、年間約110万件のレスキューサービスに対して、現在、全国7,000社程度の加盟店様を御紹介するといった事業を運営しております。

一例としまして、シロアリ110番、ペット葬儀110番、害獣害虫駆除110番等、様々な150を超えるジャンルを行っております。

なお、前回の委員会で出ました害虫110番というのは類似サイトではあるのですが、弊社とは全く関係ないサイトでございますので、一応付しておきます。

そのマッチングだけではなくて、サービスのクオリティー、お客様の満足度を向上させていこうということで、プラットフォームのクオリティーを上げていってまいりますけれども、加盟店様へいろいろなお願いをするだけではなくて、自分たちでもしっかりと施工していこうというような方針を去年から強く推し進めておりまして、具体的に言うとアズサポートという会社で害獣害虫駆除のサービスを行っております。

また、ペット葬儀のサービスにつきましても、おむすびペットセレモニーという屋号でペットが亡くなってしまったお客様の火葬サービスを自社でも運営しているというところがございます。

こちらにつきましては、順次、ジャンル、エリアを拡大していこうと考えているというのが現在の私たちの会社事業のフェーズでございます。

続きまして、ビジネスの流れ、お客様がどういうふうに御利用していただくかという流れを少しかみ砕いて御説明させていただきます。

お客様が何かトラブルが発生した際に、左側にいるお客様がウェブサイトを経由して弊社にお電話をいただくことが大半でございます。当社では自社で運営している24時間のコールセンターがございますので、そちらに電話がつながりまして、今の状況、何に困って

いて、いつぐらいに施工していただきたいのか。あと、それぞれのジャンルに伴った状況をお伺いして、弊社システムで自動的に加盟店様が選定される、マッチングされるといったシステムを構築しております。

その後、加盟店様からお客様に再度御連絡をさせていただいて、そこで専門的な知識を持った加盟店様からお客様に対応方針、その時点でする御料金の御説明であったりとか、いつ頃行くよという日程の調整をさせていただく。

その後に加盟店様がお客様のもとに行って、施工して、お困り事を解決して、お客様から加盟店様がお代金を頂くというようなモデルでございます。そのうちの一部を弊社は手数料として頂いております。

弊社の特徴としては、お客様が施工したときのみ手数料を頂くというようなモデルになっているのは少し特徴かなと思っております。

弊社、クレーム率を下げるということのはこの後詳細を御説明させていただきますが、常に取り組みしております、全体の相談件数に対して0.2~0.4%弱というところでクレーム率は推移しております。こちらにはサイトの表記が分かりにくいということを含めますし、あとはコールセンター、少し言葉遣いが良くなかったのではないとかいうようなクレームも含まれておりますし、当然のことながら施工に行った加盟店様のスタッフの態度であったりとか、料金が不明瞭だったよとか、そういったものも全て含めて、この数値で一応推移できているのかなと思っております。

続きまして、今回の本議題かなと思っておりますが、加盟店様とお客様とのトラブル回避に向けて、弊社では大きく4つの点において取組を行っております。

1つ目は、まずウェブサイトでお客様が誤認することがないように、ウェブサイトの表記を適正化するところをやっております。社内ですべてウェブサイトを作っておりますが、そのときに当然のことながら景表法等の法令を遵守するというのを社内で教育したりとか、社内ルールを設けております。また、表記ルール、料金であったりとか、到着時刻であったりとかにつきましても明確化しております、こちらについても、料金も一定程度のルールを持って、最低料金であったりとか目安料金を洗い替えをするところをやっております。

現場に任せるだけではなくて、実際ウェブサイトですので表記を頻繁に変えることはございます。表記を変えるときには、必ず社内の法務担当に確認して、その承認がない限り表記を変えられないというような厳格なルールを持って運用しております。

また、弊社が表記しているものを厳格にするとともに、それを加盟店様に御納得いただく、実際に運用していただくということもすごく重要だと思っております、それにつきましても、弊社のサイトの表記がこういう風になっているよということであったりとか、現場でサービス前、サービス後、お客様に必ずサイン等の御了承を得るように促しておりますし、あとはクーリング・オフを要望されるお客様へはこういうふうな対応をするべきだというような注意喚起を行っております。

その他、何か違反事例がありましたら、こういった違反事例が弊社の周辺領域で発生していますということもお知らせしているというような状況でございます。

続きまして、加盟店様自体の良い加盟店様をしっかりとネットワークしようという風に向けた取組でございます。弊社加盟時及び加盟後における取組、2点に分けて御説明させていただきます。

加盟時におきましては、当然のことながら、法人・個人の本人確認及び反社チェック等々、こういったルールに則ったものを行っておりますし、それ以外にもウェブサイト上に様々な口コミであったりとか、過去こういう風な体験をしたよということを書かれる方がいらっしゃるしますので、それを参考にして情報を収集する。最終的には、弊社の営業担当と加盟店様、多くが代表者様が面談をして、施工経験であったりとか、あとは結構重要なポイントとしては、弊社営業に対する態度も審査基準としては結構重要視して、加盟の有無を判断しております。

加盟後も、実際にどれくらい施工したとか、どれくらいの金額で施工したというのを報告するのを義務化しておりますので、成約率が著しく低いとか、施工金額が著しく高いものについては内容を確認させていただいて、必要であれば指導及び対応をさせていただくという感じでございます。

また、加盟店様だけでなく、お客様からアンケートを回収しておりますので、そこで評価が低かったりとか、加盟店様の申告した金額とお客様が申告する金額がずれることもたまにありますので、そういう際には対応するというところでございます。

あとは弊社への手数料を支払っていただくようなシステムになっておりますので、その手数料の支払いが例えば遅延するとか、何かしら問題があるような場合には、多くの場合がその後、お客様とのトラブルにもつながる可能性があると考えておりますので、対応させていただく。こちらの対応は大きく2点ありまして、弊社からの紹介件数を減らすということであったり、あとは小さいミスが続く、もしくは1発アウトのような大きいことをすると弊社の加盟契約を解除するというような対応をさせていただいているところでございます。

弊社、先ほどコールセンターがシステムへ入力すると自動で加盟店様が選定されると御説明させていただきましたけれども、そちらにつきましては2点大きなルールがございます。1つ目は、お客様の満足度が高い加盟店様がより案件を受けられるようなルールになっております。具体的に言うと成約率が高いところ、口コミ率が高いところ、クレーム率が低いしないところがルール上優先的に案件を紹介されるということになっております。

また、弊社としてはビジネスとしてやっておりますので、当然のことながら収益性、この加盟店様に御紹介すると成約率が高くて、結果的に弊社としても加盟店様としても売上げが上がるというような加盟店様を優先しているようなところでございます。当然その中には手数料というファクターも含まれているところでございます。

そして最後に、残念ながらトラブルが発生してしまうことはゼロではございません。その際に、トラブル解決に向けた取組も弊社ではやっております。大原則としては弊社は紹介業ですので、加盟店様とお客様の契約なので、原則はお客様と加盟店様で解決していただくのですけれども、どうしても言った言っていないとか、言い分が違うことがありますので、そこはあくまで事実確認をするというところ。事実確認に基づいて、過去の事例で加盟店様がこういう風に対応していたよというのは、加盟店様側のみになりますけれども、御案内することはあります。あとはお客様に対して施工が不十分だった場合には再施工であったりとか、その他の代替案を提案するということは弊社側からさせていただいているということでございます。

また、金銭的にお客様に補償できるように、意図的ではない賠償、何か物を壊してしまったりとか、施工がうまくいかなかった場合については、弊社から紹介した案件については全て対応できる賠償責任保険へ加盟しておりますので、そういった事故が起きた場合には、加盟店様から申請があれば、こちらを対応させていただくということもございまして、前回、今回でも少々問題になっております加盟店様、施工会社の身元が分からなくなるということは、過去ずっと見るとゼロでは正直ないです。本当に逃げてしまったみたいな案件です。そういった明らかに弊社ないし弊社加盟店側に落ち度があるような場合につきましては、弊社負担において再施工であったりとか金銭的な補償をするということもやるというところで、弊社トラブルが発生してしまったときには対応させていただいているところでございます。

現状、トラブルが全くゼロになるというところではないのですけれども、少しでもゼロに近づけるようにやっていくことが、先ほど黒木委員からもありましたけれども、弊社が大きくなるということと、お客様の満足度が上がるということ、両方とも両立できると思っておりますので、弊社としてはそれに向けてちょっとでも良くしていこうと日々取り組んでいるところでございますので、今回こちらについて説明させていただきました。

ありがとうございました。

○鹿野委員長 ありがとうございました。

それでは、ただいまより質疑応答と意見交換を行いたいと思います。時間は20分程度を予定しております。いかがでしょうか。

中田委員、お願いします。

○中田委員 御説明ありがとうございます。2点だけ質問させてください。

御社サービスの品質を担保するには加盟店管理が重要だと思いますが、資料12ページに、加盟店には加盟時には身元確認をされるということですが、加盟時に身元確認ができて、その後、連絡がつかなくなってしまうようなケースはゼロではないということなのですが、110万件のうちどれほどあるのかということをもし開示できるようであれば教えていただければと思います。

また、トラブルが生じた場合、問題がある加盟店は案件が減少する。ゼロにはならない

けれども、減少するという仕組みがあるという御説明でしたが、消費者の被害回復の取組について、具体的な事例などあれば御紹介いただければと思います。

○シェアリングテクノロジー株式会社森吉代表取締役CEO ありがとうございます。

加盟時の本人確認及び反社チェックにつきましては、加盟後1年ごとにやっております。なので、その時点において当然何かしらトラブルが露見しているものについては、弊社としては送客を完全に停止するということをしますし、あとは弊社、案件をお送りして、お客様側には、ジャンルによるのですけれども、例えば1時間以内に弊社の加盟店様から御連絡が行きますよというような御連絡をしております。仮にその連絡が行かないと、多くのお客様が弊社側に連絡が来ないよということで御連絡をいただきますので、そのときに弊社側から加盟店様に御連絡をして、それで連絡がつかないようであれば、送客は当然停止しますし、うちの収益にもかかってきますので、すぐに停止するようなことがあります。実際としては、急遽入院していたみたいない事態も結構ありますので、その場合は、状況が確認できたらまた再開するというのも事実上はございます。

クレームに応じて送客量が減るというお話ですけれども、正直クレームの内容を確認していると、消費者様側と加盟店様側、どちらにも問題があったのではないかなというような事例とかも結構多くありますので、そういった場合についてはゼロになるわけではなくて、もう少し頑張ってみてくださいということで対応させていただいているという感じです。

実際には、本当にお客様の損害を回復するという点においては、弊社、先ほどのアズサポートという施工会社を持っておりますので、加盟店様の施工が明らかに問題だったと考えているときは、弊社のアズサポートで再施工したりとか、あとは本当に金銭的に弊社側からクーリング・オフに値するような金額をお支払いするという事は過去事例としてもやらせていただいております。

○中田委員 ありがとうございます。

オンライン広告を掲載している事業者では、広告しているのに連絡がつかなくなるという件数が非常に多いようですが、御社のお取引先の場合の発生件数とか頻度とか、その辺りはいかがでしょうか。

○シェアリングテクノロジー株式会社森吉代表取締役CEO なかなか表現が難しいのですが、弊社は7,000社、加盟店様がいるのですけれども、実際2,000社程度が非常にアクティブに動いていて、弊社の取引が非常に多いという感じになっておりますので、それ以外のところには弊社としてもほぼ案件が送られないという状況なのです。

案件を送る際には必ず加盟店様に御連絡が行くのです。急にメールで送るということではなくて、久しぶりに取次ぎをするところには電話で連絡をするのです。なので、その段階において連絡をしなければそもそもお客様には案件が送られないので、その段階において連絡が取れなくなることはそこそこあります。ただ、それで止められるのが弊社がいる意義だと思っていますので、そこでちゃんと止められているのかなと思っています。

○中田委員 ありがとうございます。

システム上の管理だけではなくて、人が介在して品質を担保されているということがよく分かりました。

ありがとうございます。

○鹿野委員長 ほかにかがでしょうか。

黒木委員長代理、お願いします。

○黒木委員長代理 大変興味深いというか、まさにこのお話を聞いたのは今日の一つの成果かなと思うぐらい、非常に興味深く聞かせてもらいました。

問題意識をまず言いますと、京都地方裁判所が令和6年1月19日に言い渡した判決があります。事案は、レスキューサービスをまとめているサイト事業運営者と実際の事業者、要するに現場に行った人たちをまとめて弁護団が集団訴訟を起こして、両方ともに共同不法行為であるという判断を下したという案件です。この点で注目すべきは優良誤認表示であることが明らかな広告をやっている事業者を媒介しているというおまとめサイトの実態です。判決の事実認定の基礎となったのが、まとめサイトをやっているサイト運営事業者が過大な手数料を取っているということです。要するに実際に個々の現場に行く事業者はおまとめサイトにもものすごい手数料を払っていて、レスキューサービスを騙って消費者に吹っかけをしないと自分たちはやっていけないのですということを法廷で証言したのです。その結果として、サイト運営事業者も責任を認めるという判決が京都地裁で出たということです。京都地裁令和6年1月19日判決は裁判所のウェブサイトに乗っている事件です。その問題意識でお尋ねをしているところが一つあります。

まず、御社のようにきちんとされているまとめサイト運営事業者もいらっしゃるということはすごく勉強になりました。御社のようなきちんとしたシステムを作っていない同業者は、どれくらいあるのでしょうか。つまり、悪質競合他社という言い方は悪いかもしれませんが、どれくらいあるとお考えなのかを教えてください。そして、個々のいわゆる現場に来る事業者、御社の言葉で言うと加盟店が自らそういうようなサイトを立ち上げて、SEO対策をして、上位に来るとするのは、どれくらいいるのか。やはり、実際に現場にくる事業者は、SEO対策をするということではなくて、やはりまとめ事業者のところからSEO対策をいっぱいしているから上位に来ているのだと思うわけです。そうなると、他のおまとめ事業者の数と、彼らのやっている商売のやり方について、競合他社としてどういう風な形をやっているのかということについて、オープンですので差し支えがあるところは差し支えがありますで結構ですけれども、その辺りを教えていただけると、我々としてみたら非常に今後の対応をするときに重要な情報となると思いますので、教えていただければありがたいと思います。

○シェアリングテクノロジー株式会社森吉代表取締役CEO ありがとうございます。

悪質な業者というのは本当に無数に存在します。全く数え切れないです。先ほど皆さんからもありましたけれども、290円からとか190円からみたいなのが本当に無数に存在して

いて、弊社としても、そういった業者がいることによって弊社の事業機会も奪われておりますし、消費者様側にも大きな悪影響があるのかなと考えておりますので、本当に無数にいて、例えば広告のプラットフォームから停止を受けたとしても、すぐ屋号を変えたりとか、代表者を変えたりとか、親戚にしたりとか、そういうのですぐ立ち上がってきます。いろいろ調べてみると、結局は何かしらの指導を受けたあの会社が名前を変えてここになったよねみたいなのは、私たちの業界の中では、元あそこのあれですみたいな感じの話はよく出ます。

ただ、一方で、その業界ごとに大きめの指導ないし事件が起こるとちょっとは収束する傾向はありまして、それが起こると弊社としては共に頑張っているところが徐々に上がっていきけるというのはすごくいいことかなと思っています。

実際、加盟店様というか実際の施工会社さんがネット広告をやるというのも少なからずあります。検索プラットフォームにおいては、結構地域性を重視するようなルールで上位表示されるようなことも結構ありますので、当然高いお金を支払っているほうが上位表示はされやすいのですけれども、必ずしも高いお金だけ払ってれば上位表示されるわけではないというのは、一応プラットフォーム様側も工夫はされているのかなという認識を僕たちはしていて、ただ、当然、両協会様もおっしゃっていたように、実際の施工会社が最終的には悪いことをしないとその仕組みは成り立たないので、悪いところが悪いウェブ会社と組んでやるみたいなことは結構存在しているのかなと僕は考えています。

○黒木委員長代理 先ほどもちょっと聞いてましたけど、ウェブ広告の中では、質の高い広告を上位表示するという基準もあるということは確認しています。ただ、リスティング広告とかは、運用連動型広告との関係で要するに入札代金たたき合いの部分と、質がいいか悪いかという2つの相関で、恐らく上位、どの辺りに来るかというのは決まっているんじゃないか。その辺りは御社が一番お詳しいと思うんですけど、プラットフォーム事業者に対して、質の高い広告を上位表示させるということについて、考えなければならない論点はどういうところがあるとお考えでしょうか。

○シェアリングテクノロジー株式会社森吉代表取締役CEO ファクターとしては、品質にかかるのかもしれないのですけれども、広告のプラットフォーム事業者さんも、当然のことながら、うその広告を書いてあるところをどんどん表示させるというのは、結果的に大きい流れで言えば違う検索エンジンに取って代わられてしまう可能性があるんで、ここを検索しても変な広告しか出てこないよとかいうような状態になれば、当然のことながら淘汰されていく、大きい過去で言えば検索エンジンの変遷というのがありますので、そういうようなことはありますので、必ずしも金額が高いだけでは評価されていないかなと思いますし、あとは本当に地域性というのが、今はこういった水道業者であつたりとか、シロアリ駆除業者においては結構重要視されています。なので、必ずしも弊社が全国的にやっているから、全国的に比較的高い広告費を打てるからすぐに上位表示されるかというところでもなかったりするの、一定プラットフォーム側もいろいろ工夫はされているのだな

というのは、僕は考えております。

その上で何を検討しなければいけないかというのは、結構難しい議論だとは当然思っていて、何が悪徳なのかみたいな、屋号を変えられたりとか、責任者を変えられたりとかすると、本人確認してもあまり意味がないことになってしまうといえましょうかなと思って居るのです。なので、当然高いAI技術などを使えば、水道工事が200円じゃできない、290円じゃできないというのは、ある程度制御できるような気もするので、もしかしたらそのような実際の文の内容を評価するようなアルゴリズムが入っていくといいのではないのかなと思いますし、少なくともプラットフォーム側も偽広告で収益を上げようとはそんなに考えていないのではないのかなと、僕はそう信じてやっています。

○黒木委員長代理 良質な広告の一つの指標として、先ほどから申し上げていますが、事業者団体に入っていて、景品表示法上の公正競争規約に従った広告ですという広告をすることで、DPFのアルゴリズムに上位に表示されるようにするというようなことは、彼らの広告審査基準の中で、全く見当違いの話になるのか、それとも、一定程度検討できると考えられるのか、その辺り、なかなか難しい質問かもしれませんが、感触だけでも教えていただければありがたいと思います。

○シェアリングテクノロジー株式会社森吉代表取締役CEO そのようになるということは、僕としてはすごく良いことだと思います。ただ、一方で、過去そういう事例がどれくらいあるのかなというとなかなか難しいのかなと思いますし、ある特定のジャンルにおいては、あくまで外から見ている、企業名の広告が打てなかったりとか、調整がされているようなのです。なので、何かしらの働きかけによって、そういったルールが組み込まれるということは、可能性としてはゼロではないのかなと思います。

あとは本当に業界団体様が結構無数に存在しているのかなと思っておりますので、どこが舵を取っていくのかとかということころは、もしやるとしたら結構大きな課題になっていくのかなとは考えています。

○黒木委員長代理 ありがとうございます。

○鹿野委員長 ありがとうございます。

友行参事官。

○友行参事官 消費者委員会の委員で、ネットで参加されていた柿沼委員が所用により1時で退室されておりますが、質問をお預かりしておりますので、事務局よりさせていただきます。

資料の6ページを拝見しますと、シロアリ110番、ペット葬儀110番というような形で、110番の名称の業者が多くいらっしゃいます。それについて、見分け方、マークなどがついて居るのか、もしあれば教えていただければと思いますという質問をいただいております。

よろしく願いいたします。

○シェアリングテクノロジー株式会社森吉代表取締役CEO ありがとうございます。

弊社をまねしてというか、110番のサイトを立ち上げる会社は結構いらっしゃいますし、

弊社よりも前に、本当に地域限定でやっていたようなところもありますので、必ずしも僕たちが先行ですと言うつもりはないのですけれども、一番最後に利用規約であったりとか、そこで運営会社として弊社の名前、私の名前であったりとか連絡先は当然掲載しておりますし、サイトの中に、弊社は東証に上場させていただいておりますので、上場しているというような記載はさせていただいておりますので、そういったところを正直見ないと分からないです。類似のウェブサイトを立て上げるというのは極めて簡単なことなので、そこは弊社としても結構困っているような話ではあります。

○鹿野委員長 今の点なのですけれども、同じように6ページのところで、例えば害獣110番というのと害獣駆除110番というのは、消費者から見るとすごく見分けが難しいと思います。せっかく優れた取組をしていらっしゃるのですが、一方で、消費者には、どこが良くて、どこが悪質ないし危険なところなのかということが分からないまま、広告文言に引っ張られてトラブルに遭ってしまうということがあるのではないかと思うのですけれども、見分けができるようにするために、何か手立てはあるのでしょうか。今、上場がというようなお話がありましたけれども、なかなか一般の消費者はそこまでチェックはしないと思うのですが、何らかもう少し簡単に見分けるような仕組み、アイデア等があれば教えていただきたいと思います。

○シェアリングテクノロジー株式会社森吉代表取締役CEO ありがとうございます。

まず、大前提として、弊社がやっているレスキュージャンルというのはなかなか発生頻度が高いものではないので、1回ここを使ったからまたここを使えばいいねという認知を作っていくというのは結構難しいです。過去、テレビCMなんかもやっていた時期もあります。けれども、ビジネス上の収支としては合わないというようなところでございます。

どういった見分け方かという、先ほど両団体さんからお話があったように、一般的とは何だという話になってしまうのですけれども、290円とか、時給に満たないような金額を書いているというのはあり得ないと思いますし、シロアリ駆除に関して言っても、1万円のできるかという絶対にはできないお話なので、一般的に考えて、時給にも満たない金額というのはまず排除していいのではないのかなと思います。

○鹿野委員長 ありがとうございます。

今、御指摘の点は、消費者教育で、こういうのはあり得ないからということで気をつけるようにということなのですか。

○シェアリングテクノロジー株式会社森吉代表取締役CEO お客様がそういった目線を持っていただければ当然いいと思いますし、あとは弊社にお問合せいただくお客様は結構相見積りをされるのですけれども、相見積りをされるというのもとても良いことなのかなとは思っています。

本当に先ほども申し上げたように、ある特定の会社さんが景表法であったりとかクーリング・オフに関する法律によって罰せられると、そのジャンルの悪徳業者というのは一時的にはぎゅっと減るのです。正直たちごっこになってしまうというのは一定仕方ないか

もしれないのですけれども、そういったことをやっていくというのは、良い会社さんにとってはいいことだと思いますし、それは消費者さんのためにも当然つながるのかなとは思っています。

○鹿野委員長 ありがとうございます。

中田委員、お願いします。

○中田委員 御社はビジネスとしてやられているので、マッチングに対して手数料を加盟店からもらうという事業でいらっしゃると思います。加盟店がお客様に請求する金額にその分を転嫁していること、それは加盟店の判断ということになるのかもしれないのですけれども、一般のサービスより若干高くなってしまいうような傾向があるのか、加盟店の提供するサービスの価格について、御社が何らかの示唆をする方針をお持ちであるということはあるのかということ伺いたしたいと思います。

相見積りを取られるお客様は、そういった面で慣れていらっしゃるのでは、比較して、納得がいかれたらもちろんお願いするという流れになると思うのですが、その価格の考え方について教えていただければと思います。

○シェアリングテクノロジー株式会社森吉代表取締役CEO ありがとうございます。

価格転嫁については、原則しないようにとはお話ししております。弊社、手数料は頂いておりますけれども、どの業者さんも今、集客をするというのは結構難しいので、必ずしも弊社に手数料を払わなくても、チラシ代を使っていますよとか、訪問の営業員を使っていますよとなっていますので、必ずしも弊社への手数料が莫大に高いかということ、そんなことはないのかなと思っておりますので、原則はやらないようにと言っていますし、やっているところは少ないのではないのかなと思います。

ただ、一方で、なかなか定価がない中で、最終交渉になったときには値引きみたいなものは現場では発生していて、そのときに弊社から送った案件については、その案件に対しての明確な手数料が見えているので、加盟店様としては値引きしにくいけれども、紹介でもらったお客様については手数料がない分値引きしやすいよみたいなことは、現実問題はあると思っています。

ただ、一方で、御相談いただいた案件の内容と、最終的に施工した金額が、金額の平均値みたいなところから明らかに乖離している数字が出ている場合には、基本的には加盟店にその状況を確認しています。当然これだけだと思ったら違う案件も取れたよとかというのがあるので、それでなるほどということになることのほうが圧倒的に多いのですけれども、そういった乖離値については弊社のほうでチェックをしておりますし、あとこれは最近から始めたものですが、アズサポートであつたりとか、おむすびペットセレモニーで、実際に施工して、アズサポートからも手数料を頂いておりますので、アズサポートの収支としてちゃんと回るかというのは日々僕たちのほうでやっていて、この手数料であればしっかりと収益が回せるなというのは確認しつつやっております。

アズサポートが今、弊社加盟店の中で一番手数料が高いです。手数料率を高くしていま

す。それでも回るかというのをちゃんと自分たちでもやっているという感じでございます。

○中田委員 ありがとうございます。

○鹿野委員長 よろしいでしょうか。

それでは、御説明、御回答をいただきありがとうございます。

予定の時間を経過しましたので、今回の議論は以上とさせていただきたいと思います。

本日は、日本ペストコントロール協会様、全国管工事業協同組合連合会様、そして最後にシェアリングテクノロジー株式会社様から、それぞれ貴重な御発表をいただきまして、誠にありがとうございました。

私たちとしても、各業界団体あるいは事業者様が行っていらっしゃる優れた取組について知ることができましたし、また、そこで抱えていらっしゃる課題についても把握することができました。

幾つか申し上げますと、認知度の向上とか、資格制度の在り方をどういう風に考えたらいいか、あるいは黒木委員長代理がおっしゃったように、公正競争規約などとの関係も、本日の議論の中で言及されたところでございます。さらには検索エンジンとかについての問題が指摘されました。プラットフォームとしてもそういう広告等の出し方について、一定の取組はなさっているような話もありましたが、この点についても今後また確認する必要があると思った次第です。

さらに、最後のシェアリングテクノロジー様からのお答えの中に、法執行がなされると、そこで悪質業者が少なくともしばらくはおとなしくなるというようなこともありましたので、法執行の重要性ということも改めて確認させていただいたと思います。

当委員会としては、これらの課題等も含めて、引き続き調査審議を行っていきたいと思います。

本日御出席いただいた皆様におかれましては、お忙しいところ御対応いただき、ありがとうございました。

《5. 閉会》

○鹿野委員長 本日の本会議の議題は以上になります。

最後に事務局より、今後の予定について御説明をお願いします。

○友行参事官 次回の本会議の日程と議題につきましては、決まり次第、委員会ホームページを通してお知らせいたします。

以上です。

○鹿野委員長 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、誠にありがとうございました。