

消費者委員会 消費者安全専門調査会
第20回議事録

内閣府消費者委員会事務局

第 20 回消費者委員会消費者安全専門調査会 議事次第

1. 日時 平成 24 年 12 月 14 日（金） 10:00～12:28

2. 場所 消費者委員会大会議室 1

3. 出席者

（消費者安全専門調査会委員）

松岡座長、中川座長代理、内堀委員、片山委員、齋藤委員、佐竹委員、佐野委員、
田澤委員、鶴岡委員、中嶋委員、中村（均）委員

（消費者委員会委員）

山口委員長代理

（説明者）

消費者庁 宗林消費者安全課長

（事務局）

消費者委員会 原事務局長、小田大臣官房審議官

4. 議事

（1）開 会

（2）前回までの議論の整理

（3）取りまとめ報告書案について

（4）その他

（5）閉 会

《 1. 開会 》

○原事務局長 おはようございます。時間がまいりましたので、始めさせていただきたいと思えます。

本日、年末のお忙しいところ、朝早くからお集まりいただきありがとうございます。ただいまから「消費者委員会消費者安全専門調査会（第 20 回）」の会合を開催いたします。

本日は、中村晶子委員、横矢委員、小幡委員、夏目委員が欠席との連絡をいただいております。

最初に、配付資料の確認をさせていただきたいと思えます。

議事次第の下に、配付資料一覧を載せておりますけれども、座席表の次に資料 1 といたしまして、前回までの議論の整理。

資料 2 といたしまして、「消費者安全専門調査会報告書案」。今回は 2 回目の検討ということとなりますけれども、報告書の案です。

参考資料 1 といたしまして、日本弁護士連合会から、「リコールを含めた消費者事故等の未然防止のための注意喚起徹底策に関する意見書」について、要望をいただいております。後ほど御説明いただきますけれども、その資料。

参考資料 2 といたしまして、枝番をつけて 1、2、3 としておりますけれども、「『リコール』の法的位置づけ・法的整備の必要性」ということについて、佐野委員、鶴岡委員、齋藤委員から御提出いただいた資料をおつけしております。

不足がございましたら、途中でお申出いただければと思えます。

それでは、松岡座長、議事進行をどうぞよろしくお願いいたします。

○松岡座長 それでは、本日は議題内容が多くありますので、終了は 12 時 30 分の予定となっております。よろしくお願いいたします。

報告書案の審議のところから、消費者庁の宗林消費者安全課長に御出席いただく予定となっております。

本日の会議につきましては、公開で行います。議事録についても、後日、公開いたします。

《 2. 前回までの議論の整理 》

○松岡座長 それでは、議題に入りたいと思えます。

議事次第 2、「前回までの議論の整理」ですが、前回の第 19 回の御意見を資料 1 にまとめてあります。前回は、消費者庁による、医療・介護ベッド使用時にかかる注意喚起の周知度調査の結果について、さらに、消費者委員会が実施した製品回収・リコールに関する消費者意識調査の結果について、紹介がありました。その後、消費者安全専門調査会の報

告書の骨子案について御審議いただきまして、その御意見も表の中に入っております。

特に骨子案についての御意見は、本日の取りまとめにも関連しておりますので、何か御意見等ございましたら、コメントをお願いしたいと思います。いかがでしょうか。

特にないようでしたら、後ほどの議論においても参考にしていただき、御活用願いたいと思います。内容について修正がございましたら、事務局にお申出くださいませ。

《 3. 取りまとめ報告書案について 》

○松岡座長 それでは、議事次第の3に入りたいと思います。

議題は、「取りまとめ報告書案について」となっておりますが、取りまとめ報告書案に関連しまして、幾つかに分けて議論を行いたいと考えております。

まず初めに、日本弁護士連合会より、当専門調査会がテーマとしております趣旨と同様の意見書が消費者委員会宛てに提出されています。これが参考資料1です。この意見書の内容につきまして、片山委員から御説明をお願いしたいと思います。よろしく願いいたします。

○片山委員 お時間をいただき、ありがとうございます。この意見の取りまとめに関与しましたので、概要を説明させていただきたいと思います。

1 ページに意見の趣旨をまとめて記載しております。この調査会との関係では、意見の趣旨の1の部分をごらんいただきたいと思います。

意見書は、消費者庁に対し、消費生活用製品安全法等の改正も含め、次の5つの方策を早急に実施すべきであるというものです。

一つは、販売店などの流通事業者に対する、製品購入者へのリコール情報等の通知など、周知義務の導入。

2つ目が、リコール情報等の消費者への通知において、行政、製造事業者、流通販売事業者の、それぞれ担うべき責任と役割を明確にしたガイドラインの速やかな策定と実施。

3つ目が、リコール情報等が全国のすべての消費者に確実に届くよう、消費者庁が関連省庁と連携し、さらに、各省庁と連携している地方公共団体の関係機関を活用した恒常的な注意喚起情報の伝達体制の構築。

4つ目が、消費者が当該製品等により生ずるおそれのある危険の内容を認識し、適切に消費者事故の未然防止行動をとることができるリコール情報等の内容や表現、及び伝達方法を改善すること。

5つ目が、リコール情報等や事故リスクに関心を持ち、行動できる消費者を育てるための消費者教育の推進充実。

この5つになります。後ろにそれぞれの趣旨の詳しい理由等を書かせていただいておりますが、時間がありませんので、特に幾つかポイントを指摘したいと思います。

先ほどの意見の趣旨の（１）、流通事業者に対する通知、周知義務の導入ですが、その理由は５ページに４つを挙げています。１つ目が、実際上の必要性ですけれども、消費者に対する新聞等における社告やホームページの公表だけでは、リコールが必ずしも消費者にきちっと行き渡らない。まずは、リコール製品等の購入者に対してリコール対応行動を引き出す必要があり、そのためには、直接販売した事業者が注意喚起情報を消費者に通知することが最も効果的であろう。

２つ目は、流通事業者の責務として、本来、販売店はリコール商品を売却した場合には、売買契約上の債務不履行責任を負うのであって、一定の通知義務を課すことに法的な根拠もある。

３つ目は、ここでも紹介されましたが、現実に販売店が、今、顧客情報というものをITの活用で管理できるようになっているので、通知義務を課してもそれほど酷でないケースが多くなってきている。

４つ目は、諸外国の例を見ても、アメリカやEUのリコール指針などにおいても、製造者だけにリコール義務が課されているというのではなく、販売業者も入っていますし、直近に施行された韓国の安全基本法でも、条文を見る限りでは、事業者すべてが対象になっているということも理由に挙げられます。

（２）がガイドラインの策定というところです。これは、５ページの続きのところにガイドラインの策定実施を具体的に書いております。基本法との関係ですけれども、日弁連としましては、将来的にはリコール基本法の制定が望ましいと考えてはいますけれども、まずはリコール情報の周知徹底を図ることが喫緊の課題であり、そのためには、とりあえずできる作業として、直ちに行政の責任、事業者の責任、流通事業者の責任を、それぞれ明確にしたガイドラインをつくるべしということです。行政、製造・輸入事業者、販売事業者のそれぞれの役割については、６ページの上のところに３つに分けて具体化させていただいていますので、御参照いただければと思います。

あとは、ここでも議論されたことが多いと思いますが、日弁連としても、消費者教育推進法の施行に伴って、安全分野についてもきちっとした消費者教育の体制をつくる必要があると考えて、その点も意見に入れさせていただいております。

おおむね、以上のようなところです。

○松岡座長 どうもありがとうございました。

ただいまの御説明につきまして、質問、討論をお願いいたしたいと思います。

齋藤委員、どうぞ。

○齋藤委員 質問になると思います。１ページの（３）、「リコール情報等が全国のすべての消費者に確実に届くよう」と、よく、いろいろなところでこういう言われ方がされますが、私は「すべての消費者」というのは後のアクションにつながらない用語だと思って

います。国民全員が消費者だということであれば、全国民に届くということになります。しかし、リコールというのは、必要とする消費者にどうやって届けるかが問題だと私は認識しております。この点、いかがでしょうか。

○片山委員　そこまで意識して議論したわけではございませんので、申しわけありません。おっしゃるとおりの部分もあるかと思いますが、一方で、これは私の個人的な見解ですが、リコール情報というのは、リコール行動を引っ張り出すとともに、製品の安全性に関するいろいろな気づき、そういうものを消費者に発信するという面もあるので、そういう意味では買った人、使っている人だけというよりは、広く消費者にということも意識することにはあり得るかと思います。

○齋藤委員　そうすると、5ページの④で、製造業者、輸入業者だけでなく、卸、小売、その他販売業者を含めるというのは筋だと思いますが、リースやレンタルをしているところはどうするのでしょうか。というのは、この間も話が出たように最近ネット販売が増えていまして、ネットで、ある特定の個人がまとめ買いをして仲間に分けるというケースも出ています。その辺りを含めて、どう表現するかというような議論はされたのでしょうか。

○片山委員　いえ、そこまではしていません。広く流通業者、製品を消費者に利用させることに関与した人を広く含みたいという程度の趣旨です。

○松岡座長　貴重な御指摘をありがとうございます。

鶴岡委員、どうぞ。

○鶴岡委員　大体、問題意識は同じだと思っておりますが、質問です。製造以外の事業者についての義務づけを法的に考えるべきだという御趣旨かと思いますが、4ページでは、消費生活用製品安全法の条文に寄せて、これは努力義務にとどまっているということですが、今後の法整備においては、努力以上の義務づけが必要だという議論はされてきていますか。

○片山委員　具体的に義務の内容を日弁連で議論したというところまではできていません。何とか販売や流通に関与した事業者に、より積極的な義務としてのリコール伝達、情報伝達に関与してもらいたい。それも、製造事業者は回収義務まで含めてということですが、少なくとも自分が一定の取引をしている顧客に対して、きちっと情報を伝えるという周知義務、そこまでは義務化ができるのではないかとこのところで、こういう表現になりました。

○鶴岡委員 もう一点、将来的にリコール基本法の制定が望ましいという御意見だったようですけれども、これは、当面の消費生活用製品安全法及び消費者安全法の改正と違う点というのはどういう点になっていますか。

○片山委員 リコール基本法を将来の課題にしたというのは、日弁連の議論もそこまで追いつかなかった。とりあえずは、そこに書きましたように、喫緊の課題に対する意見を出したいというのがこういう表現になった理由ですが、リコール基本法をもし考えるとすれば、鶴岡委員の御指摘のメモも出ているように、やはり、今は縦割りのリコール、それぞれの規制法の中でリコールが触れられているという形ですので、基本法ということになれば、より、すき間をなくしたような形での製品横断的なものというふうになるだろうと思います。そうすると、いろいろなことを配慮しないといけないので、直ちに基本法をつくるのは難しい。でも、今ある法律の中で、少なくとも現に動いているリコールの制度をもう少しバージョンアップして周知を徹底するというところから始めてはどうか。その議論をする中で、ガイドラインに挙げている行政の責任だとか、それぞれの事業者の責任というものを明確にして、基本法につなげる議論というものを積み上げればいいのではないかと考えています。

○松岡座長 中嶋委員、どうぞ。

○中嶋委員 これを読ませていただいて、私は全面的に賛成でございます。よくまとめていただいたというか、この調査会での議論を全部踏まえて、ある意味、報告書みたいな形にまとまっていますけれども、一番大事なところは、販売業者をいかにしてリコール情報を例えばメーカーに渡すことができるようにするか、現時点では、そういうことをいかにしてちゃんとできる根拠をつくるかだと思っています。それで一歩前進だと思っています。逆に、軽々にリコールを法制化した場合、自主リコールをどう扱うのかという議論は絶対に出てくるわけです。これは、そんなに短時間の議論で終わるはずがないので、とりあえずはできるところまでやる。

実は、このリコールのガイドラインの規格の翻訳をやっているところで、そこでの話ですが販売業者の中には顧客情報をメーカーに対して販売しているところがあると言います。メーカーは顧客情報がないとヒットしないわけです。それを売っている流通業者がいるということ。大いに可能性のあることなのです。

なぜかという、今、リコールについて、販売事業者はフリーライダーになっているとか、全然規制がかかっていないわけです。いわゆる法律をつくるというのは、議論をちゃんと徹底して、関連する人たち全部が集まってつくっていくべきものだと思います。ただ、今の段階でやれることは何なのかということも検討して、建議にまとめておく

必要があると思っています。その点では、日弁連がまとめられた報告書というのは焦点がきちっと絞られていて、全面的に賛成です。

○松岡座長 どうもありがとうございました。次の議論にもつながる情報をありがとうございました。

それでは、片山委員の御説明はここまでにいたしまして、引き続きまして、報告書案にかかる内容として、リコール関連の法整備についての議論を行いたいと思います。

前回の報告書骨子案の議論の中で、リコール基本法の法整備の必要性について触れた内容について多くの御意見をいただきました。その後、佐野委員から御意見をまとめたペーパーをいただいております。また、佐野委員からのペーパーを委員の皆様にお配りしました後に、鶴岡委員、齋藤委員からも御意見をいただきました。まず、それぞれを簡単に御説明していただいた上で、報告書にどう記述を行うかということについて議論をする形にしたいと思いますので、佐野委員、鶴岡委員、齋藤委員と、順次、参考資料に沿いまして御説明をいただきたいと思います。

では、佐野委員から、よろしく願いいたします。

○佐野委員 宿題をいただいて、早く出してほしいというので、21日に皆さんにお届けいたしました。まず、リコールについては、PL法ができたときから非常にその重要性は指摘されてきました。現在は、法的に一応規制された強制リコールというのが、食品、医薬品、医薬部外品、農薬、家電など、ここに書きましても、いろいろあります。さらに、2009年の消費者安全法には、製品、施設、役務まで関連法により規定されています。しかし、先ほどお話があったように、一番曖昧な部分、つまり自主的リコールの部分はどうしたらいいのかということがあると思っています。

食品リコールの場合は、リコール実施の公表段階で既に消費されている。ここでも随分話が出ましたけれど、既に食べてしまったということも問題化されています。消費者庁が5月に実施したコチニール色素に関する注意喚起、これを一つのNPOが調査した結果、消費者の7割が知らない。事業者の約半分も知らないという事態もあります。また、消費者庁による介護ベッドの注意喚起の情報調査では、何回も大規模な情報を発信してきたにもかかわらず、前にも御報告いただきましたけれども、アンケート対象の介護従事者の約56%がそのリコール情報を知らないという結果も出ています。

これらの例は、情報の受け手の問題以上に、現在のリコール体制そのものに根本的な課題があるのではないかと考えています。そこで、身の回りから危険、危害を及ぼす可能性のあるもの、不具合と判断されリコールが決定されたものなどを速やかに私たちの消費生活の中から排除していくためには、リコールをきちんと法的に位置づけてその促進を図る、強力で実効性のある措置を早急に実施、採用することが重要になってくると思います。

特に法律の名前があれこれというわけではなくて、食品、消費生活用品、自動車、後付

け製品、医薬品、医薬部外品など、製品によってさまざまな制度的違いがあることを踏まえて、施設や役務を含めることも考慮していかなければならないと思い、リコール基本法を制定して、それに基づく各種関連法の改正へとつなげていくべきではないだろうかと思っています。

リコール対応については、情報の収集、分析、発信、そして実際のリコール漏れ製品の二次被害続発の情報を考えると、これまでのように業界自主基準に依拠したり、消費者側の努力だけではなく、事業者、行政の責務を明らかにして、リコールそのものの法的位置づけを明確にすること。現在はそのような時期にあるのではないかと考えています。

そして、考えられる基本法として書いてみました。名称は、日本の法律は名称を見て中身がわかるようにということで、長く書きましたが、特にこだわっているわけではありません。目的としては、安全の権利、知らされる権利、選択の権利、救済される権利、健全な生活環境が確保される権利など、消費者基本法で規定された消費者の権利を尊重し、その確立を図り、危害、危険及び不適切な商品、製品、施設、役務から、消費者を保護するというを目的とします。そして、理念法として位置づけて、この法律に基づいて各種関連法を整合化させる。欠陥ではない、いわゆる不具合製品についての定義も明確にし、そのリコールをはじめ、施設、役務のリコールも対象に含め、消費者の救済も目的に置く。

そして、国の責務と役割という形で書きました。責務としては、目的規定を踏まえて、リコール促進の環境整備を図り、消費生活から危険、危害、不適切な製品、施設、役務を排除し、消費者の権利の尊重と自立支援へ向けた消費者行政を推進する。役割のほうは、リコール推進へ向けて、基本法に基づいて各種法律のリコールに関する規定の創設、見直しと整合化、統一化を進めて、情報の収集、分析、発信などの情報の一元化の環境整備を図るということです。

次に、国だけではなく、地方公共団体の責務、役割も書きました。地方公共団体の役割のほうは、特に、現在の都道府県・市区町村の関係部署間の体制を見直して、連携へ向けて整備する。国のリコール情報に関する情報共有体制を整備して、地域住民と情報のネットワークを整備する。ここでも何度か話し合いがありましたけれども、地域の消費者や介護施設、いろいろな団体、子どもたち、PTAなどと連携したネットワークシステムをきちんとつくって推進しましょう。

事業者団体及び事業者の責務も、役割と両方書きました。リコールの第一義的責任はやはり製造販売事業者にあることを踏まえて、関係事業者は、リコール対応体制を整備する。すべてのリコール対応について、行政機関に通報するとともに公表する。今、自主的にやられていますけれども、すべてが行政機関に通報するという義務も何もありません。せめて自主的であっても、リコールを実施しているということを行政機関に連絡するべきであると思っています。

役割としては、事業者団体にあっては、リコール関連法に基づく自主基準を策定・公表し、各事業者に提示し、業界全体としてリコール達成率の向上を図る。リコール対象によ

っては、業界横断的な取組みも必要となることから、分野別業界の垣根を越えた連携体制も構築する。事業者にあっては、一義的責任のある製造・販売事業者に加え、卸、流通事業者もリコール活動を協力して実施する。

法律に盛り込むべき事項として幾つか書きました。その他、この調査会で提起されたさまざまな意見を盛り込むのがいいのではないかと考えています。リコールの法的整備は、リコール対応の総合的、包括的な整備が是非必要だと思っている観点から提案させていただきました。この調査会の資料にあるように、リコールをめぐるっては、本当にいろいろな分野とか、行政、事業者団体がガイドラインや自主基準の作成を推進させて自主的努力を積み上げてきたと私は思っています。しかし、自主的努力の限界、事業者団体間のアンバランスというものがあり、個々の事業者の取組みの濃淡や情報の一元化の未整備など、今なおリコール漏れ製品・商品による二次被害も発生しているということを、きちんと考えていかなければならないと思っています。

これまでのリコールに関する検討では、消費者庁が発足する前の段階にまとめられたさまざまな報告書の中にその方向性がきちんと示されていると思っています。既に資料としてこの検討会でも提供されています。そして、齋藤委員から、リコールの定義もされていないのではないかという文言が文章の中に取り上げられていたことがありましたが、リコールの定義というのは、内閣府の報告書のリコール促進の共通指針、リコール社告の JIS に一応書かれていると思っています。

ISO が 2010 年 11 月に発行した ISO26000、それは社会的責任規格のガイドラインですが、そこにもリコールについてきちんと明記されていて、やはり総合的施策の策定と推進が必要であると書かれています。リコールについては、国内、国際機関においても、自主的取り組みの推進に向けた検討が随分進展されてきています。ただ、いずれも事業者の自主的な活動であることで、現在、課題が提起されているものではないかと思っています。

私は、何もリコール基本法の中身をきちんと検討するのはこの場ではないと思っています、報告書に、リコール基本法なり推進法の検討をスタートするべきであるということを、きちんと位置づけて書いていただきたいと思っています。今日のお話でも、将来的課題ということもありますけれども、将来として置いておくのではなく、すぐスタートしてください。法律を一つつくるのは時間もかかります。いろいろな省庁との連携も必要です。それを置いていくと、いつになってもできない。ですから、消費者委員会の建議になるか、提案になるか存じませんが、そこには、きちんと将来のために法案の整備が必要であると書いていただきたい。

以上です。

○松岡座長 ありがとうございます。明確な立場だと思います。

引き続きまして、鶴岡委員から説明をお願いいたします。

○鶴岡委員 ただいまの佐野委員の意見にほとんど賛成です。現状認識を含めて、私の提案の趣旨も、以前もお話ししたと思いますけれども、2006年前後に、リコール隠し、事故隠し、あるいは食品偽装とか、企業のさまざまな不祥事が続発したのをきっかけにして、リコールへの対応は相当進んできたと思っております。ところが、その一方で、相も変わらず消極的な姿勢に終始している企業がいる。このアンバランスは先ほど佐野委員も指摘されたとおりでと思います。そういう格差のあるところで、今後の景気が画期的に上向くなどということは期待しにくい状況では、コストの関連で、消極的な企業に積極的な姿勢であった企業が引きずられるおそれがあるのではないかと考えてみますと、やはりその歯止めとしても、自主リコールを含めた法的な枠組みをしっかりと構築する必要があるだろうと思うわけです。

法的整備の方法については、基準として包括性と迅速性ということを考えました。包括性というのは、あらゆる領域の製品、施設をカバーできる内容にしていく。包括性のもう一つの要素としては、強制的な義務づけと自主的なリコールについての、努力義務的な規定を含めて包括するような方向を目指すべきであろうということです。いずれにしても、やはり佐野委員の御意見のとおりだと思いますけれども、事業者の責任が明確化されていないという現在の法律の状況を何とか改善していく必要があるだろうと思います。

迅速性というのは、現在の検討自体がリコールの現状について問題があるということで、迅速な法的な整備が必要であろうという点から考えて、いろいろな選択肢を整理のつかないままに列記した次第です。それぞれ一長一短があるとは思っております。基本法は、包括性についてはほとんど満足すべきですし、今後目指すべき最も望ましい形だろうと思うわけですが、消費者安全法あるいは消費生活用製品安全法については、迅速性という点から考えると比較的やりやすいのではないかと感じます。

ただし、それぞれ改正していく上では、逆に迅速性の支障になるような調整も必要になってくる可能性もあるのではないかと。そこで私としては、とりあえず法律の枠組みに一切入りそうもないような分野について、カバーする法整備があってもいいのではないかと考えたわけですが、この範囲はかなり狭くなってしまっておそれがあるということで、整理のつかないまま列記した次第です。

いずれにしても、法律の整備というのも現実の要請として必要だろうと思います。現実の要請というのは、具体的には何を指すのかということは、また、齋藤委員の御説明の後でいろいろな実例を御紹介したいと思っております。

以上です。

○松岡座長 どうもありがとうございました。

では、引き続きまして、齋藤委員から説明をお願いいたします。

○齋藤委員 では、私のペーパーに沿ってレポートいたします。

まず、リコールの在り方全体を議論するためには最低限の情報共有が必要だろうと考えています。この調査会では、消費者への注意喚起情報、伝達にかかる現状と課題についてということで討議を重ねましたけれども、検討の最初に、まず出口をやりましょう、後半に入り口、総合的検討も必要ですねという申合わせがあり、それに沿って進んできたと思います。そして最終段階で法制化のアイデアが出たということでもあります。その後、今回提出された両委員のコメントも拝見しまして、改めて、法制化の議論というのは未検討のテーマであったということを確認した次第です。

これまでに、リコールとは何かということについて、私の理解とはかなり違う理解の方がいるのではないかとこの場で感じてきました。そういう発言もしたと思いますが、これが議論されることはありませんでした。さまざまな分野でそれぞれの問題解決が図られている中で、今、なぜ基本法というような立法が必要なのかという積極的な理由も伺えておりません。

近年、IT技術とか環境のマインドが浸透してきまして、ネット販売あるいはリサイクルショップなどが増えています。流通経路は大きく変化しています。また、外国企業の日本市場参入や日本企業の海外シフトも進んでおりまして、これから外国製品もどんどん増えてくるだろうと思います。一方で、日本の消費者の高齢化なども進んでいる。こういう時代を迎えて、各方面で試行錯誤が繰り返されているわけです。その中で効果的なリコールの在り方を考えることは、有意義だと思いますけれども、その全体的な議論はまだ行われていないと認識しております。外国企業や高齢者に関する検討は行われていないのです。

以上のように、現時点では、これからの時代にふさわしいリコールの在り方を検討すべきという点は間違いないと思いますが、これを立法に結びつけて立法を提言するという水準にはないと考えております。入り口の議論では、解決すべき課題とリコールとは何なのかというような問題を整理し、一定の情報を共有することから始めるべきだと思います。

以下、参考までに今後の検討項目を少し例示いたします。①に、解決すべき課題は何なのかということについての共通認識です。

i) は、具体的に何が問題になっているのか。現在の課題を整理すべきだと思います。

ii) に、何が問題かということについて整理できたら、それは法律の問題なのか、運用の問題なのか。運用面ではいろいろな規格類もあります。そういうものを含めて運用の問題なのか、ということです。医薬品、自動車、電気、ガス、食品など、それぞれの業種に適した運用の方法が、今、法令で決められているし、実際に運用されているのです。それぞれの特徴に応じた仕組みが存在する、そのどこが悪いのかということを確認すべきだと思います。

iii) は、その上で改めて見たときに、既存のすき間が問題なのか。それも、新しい製品がどんどん出てくるので、新しい製品分野の問題なのか。周知不徹底の問題なのか。すき間の問題であれば、消費者安全法などで対処できないのか、というような検討が必要でし

よう。不徹底の問題なら、どこに主な原因があるのか。それは主体者の問題なのか、トレーサビリティが確保できない問題なのか、いろいろ切り口があると思います。主体者は、先ほど各メンバーから出てきましたけれども、製造、輸入、販売等がある。販売の中には量販やネット、中古販売なども含むと思います。あと、サービス提供者、消費者も入ると思いますが、こういう主体者の問題なのか。トレーサビリティは、後で流通経路のイメージ図を説明しますが、どうやって追いかけていくのかという問題になります。個人転売の話も含まれます。

②は、そもそもリコールとは何かということです。i) は、商品が危険であることを誰が何を基準に判断するのかということになります。これまで、国と事業者が一応それぞれの役割を果たしてきたと考えております。今後も法定基準と自主基準を、従来型で併存するのが妥当だろうかという問題になるとは思います。私はそれでいけるのではないかと考えております。

ii) に、リコールで行うべき最低限の行動とは何か。一般的な定義ができるのかということです。業種によって若干異なると思いますが、ホームページに載せるだけでリコールしたとか、ポスターを張っただけでリコールしたとか、新聞社告したのか、あるいは、個別事例で紹介されましたけれども、個別訪問までしてやっとリコールしたことになるのか。それでも行き先がわからないこともあります。何をしたらリコールをしたと言えるのか、ということです。

iii) に、外国の事業者が外国で行ったリコールと国内市場との関係をどう考えるか、ということにも配慮する必要があると思います。国、地域によって社会の消費者の常識が異なります。したがって、Aという国で良品、欠陥ではないと認識されても、Bという国では欠陥だと言われる可能性があります。食品などは典型的です。輸入規制しているものはたくさんあります。

製造から被害の現場までの関係者にはどのような役割があるのかを、次の図で示したいと思います。ここで、ネットが何か所かに出てきます。個人がネット、通信販売網に大量発注して仲間うちで分けるといったことが実際にあるわけですが、この個人は事業者なのか、それとも消費者なのかということにも議論が及ぶはずで、常に流通は変化しているので、今後、どんな形態が出てくるかわかりません。

図の説明ですけれども、①から⑥まで書いています。製造は、何かをつくる。それを流通段階に流していく。このときに、自分のブランドでつくる者は①と②が一致するケースが多いと思いますが、OEM の場合には、どちらの責任だということが契約条件で決まるとは思います。外国のネット販売事業者などは、どこに位置づけられるのか気になると思います。レンタル会社、リース会社などもこの辺に入ってくるだろう。流通事業者があり、保有事業者、保有して誰かにサービスを提供する者もいます。④ですが、消費者に直接提供する者が最終的にいます。こういうところには、役務提供する NPO など入ってくるかと思えます。福祉団体などもどこに位置づけるかということになるわけです。⑤は、購入者、

使用者がありまして、消費者になります。そこから、中古品の譲渡、販売、贈与、遺贈、転売、転貸などがありまして、最終的に消費者に渡ることになるのです。⑤と⑥は何回もグルグル回る可能性があります。①から⑥までの各段階で廃棄が発生します。この辺をどうやってフォローするかも大きな問題です。

留意点として書きましたけれども、①と④が基本的に分離して、①が⑤、⑥の個人名、法人名を知らないケースが多い。ブリヂストンサイクル、パナソニックの事例がありましたけれども、基本的に、この点で一番困っていると思います。

④では、ネット販売が増加傾向にあるので、にせもの、粗悪品も混在します。特に輸入品にそれが見られるということですが、この辺はどうやって取り組んでいくのか。リコールそのものではありませんけれども、消費者目線ということであれば必要だろう。この視点は欠かせないと思います。

3番目に、①～⑥の各段階で廃棄が発生しているというのは先ほど述べたとおりです。ここには廃棄実績を把握するのは難しいと書きましたが、私は無理だと思っております。一つや二つの商品なら追いかけるかもしれませんが、大量になるとそれは不可能です。

4番目、①～⑥のトレーサビリティを確保する体制を完全に整備して伝達することも困難です。④から⑤、⑥に行く和不特定多数になってきます。特にネットが介在すると、どこに行くかわからないということになります。この辺をどうやって追いかけていくか。

5番目、①～⑥の過程で倒産・撤退があります。特に外国事業者は、日本マーケットはやめた、世界には70億人いる、日本は1億ちょっとではないか。あと69億ぐらいのマーケットで商売すればいいという事業者もあらわれると思います。韓国、中国企業のように、一回日本市場に参入したけれども撤退して、再参入するということが繰り返して行われると思います。このようなところをどうやってフォローしていくか。ここでは情報が欠落してくるのですけれども、誰が伝達機能を代替するのか。この点は、消費者が一番困るところだと思います。消費者庁には是非この役割を担っていただきたいと思っていますところがあります。

○松岡座長 状況分析、どうもありがとうございました。

それでは、討議に移りたいと思います。本調査会としましては、どういうふうにとまとめていくかということも含めて考えたいと思いますが、法整備の範囲については、ある程度理念的なものとまとめていくという方向なのではないかとは思いますが、いかがでしょうか。

○中嶋委員 その前に、時間がなくて送れなかったのですけれども、私から皆さんに御提案があります。

今、リコールについてのお話だけに特化されていますけれども、この目的は何かという

と、消費者の安全を守るということです。消費者の安全を守るには、入り口で守るのか、出口で守るのかという考え方が当然あります。リコールは、売られてしまった商品についてどうしようかということですから、もう危険事象が起こっている段階です。ISO で安全に取り組んでいる人たちの考え方は、基本的には未然防止であり、危険なものは売らないようにしてほしい。ヨーロッパもアメリカも、リコールについてのガイドラインや指針が出ていますけれども、それは危ないものは売れませんという前提があつてのことです。これらの国々では消費者製品の安全規格は強制化されています。

翻って日本はどうかといいますと、例えば自転車のチャイルドシートは、なぜリコールのああいふ問題が起きたかという、製品安全4法の取り締まり対象品目外なのです。日本の場合にはポジティブリスト方式で、この商品は危ないから規制をかけないといけないというふうに法律はしていますけれども、ニューアプローチというのは、基本的にすべての商品は安全でないといけないというふうに包括的に決めて、詳細は規格に任せると書いてあるわけです。現在、経産省も国土交通省も厚生労働省も、どういふふうにして消費者の安全を守っているかという、法律によって守っているのです。規格では守っていません。唯一、労働省の構造規格だけが強制化された規格です。ですから、これは規格で守っています。

大事なことは、入り口で守らないとだめなのです。出口でいくら追いかけても、売られてしまったものをどういふふうにして回収するかという議論をする前に、もう少し消費者として楽にやれることがあるのではないですか。今回、2年後に経済産業省は電気用品についてのニューアプローチ化を制定しますけれども、やはり規制品目を残しました。ということは、法律で製品を取り締まるというふうに方向を決めた。これをやりますと、今の状態と何も変わらなくなる。ですから、新しい技術が出たときにどうするかという対策も、このままでは取れない。リコールの法律を強化するというのを考える前に、どうやったら消費者の安全を本当に守れるのか、法の枠組みの中で守るとしたらどうしたらいいのか、ということをお考えいただきたいと思います。

○松岡座長 難しい本質的な問題ですが、ただ、今まで検討してきたのは、リコールの、もっと広い大きな意味で全体の枠組みをどうなのかということです。

○中嶋委員 リコールの前提が各国で違っているということに、もう一度、皆さんお気づきいただきたいと思います。

○松岡座長 わかりました。ほかに御意見はございますか。

鶴岡委員、どうぞ。

○鶴岡委員 今後のリコール関連法の整備について、齋藤委員と意見が異なる部分がある

わけですけれども、異なる理由というのは、現状についての評価の違いだろうと思います。私が必要性について考えた理由について、これから、いろいろなケースなり実態について御紹介したいと思います。

まず第一に、昨年、総務省が調査を行った結果を基に関連官庁に勧告が行われておりますけれども、この内容を若干紹介してみますと、製品の事故についての原因究明から回収までの期間が、30日以内が10製品であった。それ以外は31日以上、つまり24製品です。31日以上の回収までの準備期間で17件の事故が発生しているという実態を、総務省が把握しております。どうしてこんなに原因究明から回収まで時間がかかってしまうのか。例えば、61日以上120日、つまり約4か月が5製品、4か月以上が6製品。つまり、調査した製品事故の約3割が何と2か月以上もかかっている。もちろん、修理部品の調達などの問題があることはわかりますけれども、事故発生の原因が究明されてからこれほどまでかかってしまうのか。これはやはり事業者の責任意識に問題があるのではないかと、ということが言えるだろうと思います。

事業者の責任意識に関連する事例として、別の事例を紹介しますと、例えば通信販売の大手の問題ですけれども、テレビ台の強化ガラスが突然破損したという事故が大分起きておりました。これが、販売は2006年以降、昨年の1月にNITEに報告した時点では66件もあった。この報告時点からリコール発表までにさらに8件増えている。人身事故は起きなかったようですけれども、財産的な被害を生じさせている。これだけの数が起きているにもかかわらずリコールの開始時期が遅かった。この点もやはり、事業者の責任意識の希薄さというのが問題になるかと思えます。

ライター火災でも同様です。アメリカでは既に94年に子どもなどが簡単に押せないような規制がかけられていた。EUでも2006年に規制がかけられている。日本で、子どもたちが何人も死亡する火災が発生したわけですけれども、それでも日本での規制は昨年9月からです。この遅れの陰に業界団体の抵抗があったと言われております。死亡のような重大な事故が起きているにもかかわらず、業界側の遅れた姿勢が規制の遅れにつながっている。

もう1件紹介したいのは、外資系の会社の旧型の携帯デジタルプレーヤーについて、充電中に加熱したり、焼けたりした事故が起きた。これは負傷者も出ています。経済産業省は2010年に再発防止をこの会社に求めた。ところが、再三求めたにもかかわらず回収に応じないでいた。結局、交換プログラムというリコールの措置を発表したのが2011年11月でした。これなどは、まさに行政から求められても応じない、事業者側の責任意識の希薄さを感じざるを得ません。その一方で、最初に紹介しましたように、原因究明から回収まで30日以内で行っている企業もありますし、社告などを見ますと、事故が起きなくても、起きるおそれがあるということで1週間以内に社告を出している。こういう格差が目立ちます。

こういった実態を踏まえますと、この格差をこのままにしておいていいのか。自主リコールを含め、法的な枠組みの中にすべて含めた法的な整備を改めて行う必要があるのでは

ないか。この点は佐野委員と全く同じ意見です。

○中嶋委員 NITEの問題は違う報告があります。

○松岡座長 中村委員、どうぞ。

○中村（均）委員 日弁連の報告からずっと聞いていて、日弁連のまとめられたのはすごくわかるのです。要は、我々は、1年かけて注意喚起の徹底策がメインで議論してきたはずです。日弁連が出された意見の趣旨というのは、手段の改善、その先に法の整備があったり、受け手側の意識の変革、これはまさに我々が議論してきたところがまとまっている。ところが、途中から、リコールを実施するかしないかという問題が、突然、一つ乗っかってきてしまっている。このことについては我々はそれほど議論していません。金児さんが出された発生件数と甚大な事故被害について、こんな形で見えていっているとかいう話が出て、それについて幾つか議論した程度です。ですから、リコールを実施する、しないという問題が、急遽、報告書の中に入るとするのは非常に違和感があります。

もし、リコールを実施する、しないというところまで踏み込むのであれば、それはまた別途議論をしないと、それについて我々が1年間精査してきたことではないと思います。今はリコールを徹底する方法で、現在の手段の不備をこういうふうに変えていこうということはいろいろ議論しました。それをやるには、やはり法からやらなければいけないのではないかというお話も我々はやってきた。そこまで切っておかないと、何をまとめるのか。議論をしてきたこととまとめようとするにちょっと違和感を感じたのですが。

○松岡座長 佐野委員、どうぞ。

○佐野委員 中嶋委員がおっしゃった、そもそものニューアプローチとか製品安全、それは基本中の基本で、ここで議論しなくてもいいのではないかと私は思っています。もちろん、消費者として事業者に求めるのは欠陥品ゼロです。でも、それは無理で、やはり人間がつくるものですから、リコールしなければならないときがあるということを考えて基本法が必要ではないかと思っています。

中村委員は、急に出てきたとおっしゃるけれども、私は、ここの中でも地方自治体の在り方、地方自治体がいかに情報提供していないか、きちんと受け止めていないかというところを、それは地方自治体の役割、責務があるのではないかと。その部分は法的に位置づけて、地方自治体はきちんとやってください、情報提供してくださいということを基本法に入れるということは、ここで話されたことを書いていると思っています。とんでもないところから引っ張ってきたというつもりは全くありません。

企業の方々の自主的なものだけでなく、やはり側面から、国または地方自治体がき

ちゃんと応援できるような形で整備するというのは、今の段階で必要だと思っています。リコールだとか事故の未然防止というのは、長年、日本国内でさまざまな省庁で話し合われてきましたけれど、一向に進まないわけです。ここで話をしている、また先送りにするのではなくて、せめて国、地方自治体の責務とか、やるべきことをバクツとした形でもつくっておくというのは非常に必要だと思っています。ここで、私たちが法案を考えるというのは無理に決まっているわけです。とにかく、こういう法律が必要ですから、スタートしてください、検討してくださいということを、私たちのつくる報告書の中に書くことに私は何の違和感もなく、是非、こういう形で進めてほしいと訴えるというのは一つの方法ではないかと思っています。

○松岡座長 中嶋委員、どうぞ。

○中嶋委員 鶴岡委員から NITE の事故報告の話があって、30 日以内に対応した、対応しないというお話がありましたけれども。

○鶴岡委員 総務省です。

○中嶋委員 総務省ですね。NITE が、重大事故報告であるとか、消費者の事故の報告を取りまとめている中で何をやっているか。これは、消費者側に事故の責任があるのか、もしくは企業側に責任があるのか、その判別をやっています。そうすると、6 割近くは判別不能と出るわけです。消費者の誤使用というのが、企業の責任よりもパーセンテージが多いというふうに出ていますけれども、これについて私は異論があります。しかし、この傾向は出てきます。もっと言えば、いくらリコールの法律をつくっても、企業に責任が明確にならない限りどうやって企業を縛るのですか。危険のおそれがある、それを誰が判断するのか。国が判断したら、一法人として、一国民として持っている事業者の権利を簡単に国が奪えるのか。そこの議論を考えないとだめです。消費者が求めていることもよくわかります。しかし、法整備をやろうとしたら、企業が対応できる、もしくは、ちゃんと納得して対応するような法整備が必要だと思っています。

そういう意味では、今のまま、こういう形でリコール法を何とかしてくださいというのは時期尚早だと思います。将来の課題であれば、それはいいと思います。その将来の課題の中に、事故を未然に防ぐための方策もちゃんと入れてください、法整備も入れてください。今、特に問題になっているのは輸入販売事業者です。ほとんどの大手の事業者はいろいろ問題はあっても、リコールにちゃんと取り組んでいるし、事故の発生を防ぐために安全の施策については取り組んでいます。でも、やっていない人たちがいるのも確かです。それは、こういう法律をつくっても彼らはすり抜けていくでしょう。だから、もっと事前のことを考える必要はあると思っています。

○松岡座長 佐野委員、どうぞ。

○佐野委員 これはあくまで基本法であって、おっしゃるような事業者に、あせえ、こうせえともっと厳しくやるのは、それぞれの法律でやればいいことだと思います。この中では、食品から施設、製品、役務まですべて入れているわけですから、それを一律にやるのは非常に難しい。これは基本法であって、ある意味では理念であって、それを落としていくのは各省庁の法律の中であると思っています。そうしないと、すべてのものを集めて一つの法律をつくるというのは、非常に無理があると思っていますので、とにかくここでは、こういう形で国がやってください、地方自治体がやってくださいという理念と基本であるだけで、厳しい規制法は、例えば経済産業省だったら消費生活用製品安全法であるとか、農水省や厚労省であったら、それぞれ食品の違う形での法律だというふうに私は考えています。

○松岡座長 鶴岡委員、どうぞ。

○鶴岡委員 今回の検討のメインテーマの一つは、回収率の向上という点にあったと思います。私がリコール関連法の整備が必要だと考えるのは、先ほど事例を紹介しましたように、事業者の責任意識という点でかなり格差が生じている。中村委員の会社のように非常に積極的に取り組む会社もあるでしょうけれども、他方で、前回も申し上げましたが、世界のトップクラスの自動車メーカーが相変わらずリコール隠しみたいなことをやったりしている。そういう格差を埋めて全体的にリコールの回収率が向上するような、そういう対策を強固な形で構築するにはやはり法的な整備が必要だろう、そういう趣旨で申し上げているわけです。

報告書については、少なくとも、今後、関連法の整備についての検討が必要だということぐらいのことは書き込んでいただきたいと思いますと思っています。

○松岡座長 リコール情報を末端にうまく浸透させるとか、回収率を上げるというところでも、やはり法的な裏づけをちゃんとやるべきだということをお願いするのは、この調査会としても必要なのではないかと思いますので、その辺は少し盛り込みたいと思います。

中嶋委員、どうぞ。

○中嶋委員 佐野さんと鶴岡さんがそう言われるのはわからないことはないのですが、月曜日に「クローズアップ現代」を見ていただけましたか。要は、現在どういう事故が起きているのか。企業と消費者の間で何が必要なのかという議論をしているのと、リコールを推し進めると社会コストが増える。例えば、ISO10393 という事業者に対してのリコ

ールのガイドラインの規格がもうすぐできます。なぜそれをやるか。それは、事業者の負担を減らして、できるだけリコールをやりやすくするように、初めから戦略的にリコールをやってくださいというガイドラインを出そうとしているわけです。大事なことは、社会コスト、トータルコストをどれぐらい抑えるかということです。

もう一つは、「クローズアップ現代」の中で、向殿先生が言っていたのは、消費者から見て、受け入れ可能なリスクとか、受け入れられないリスクとか、いろいろありますが、企業と消費者が本当に話し合うリスクコミュニケーションがないと消費者は安全にならないということです。実際に事件事例として出てきているのは、米ぬか入りの入浴剤を漬け物に使いました。これは、企業からするとびっくりするような事件事例ですけれども、これだって、もし一度そういうことがあれば、予見可能な誤使用として企業は対応しないといけないというようにガイド 51 は決めているし、ISO12100 も決めているわけです。ですから、一方的に企業はどうなのかという議論をする前に、どういう仕組みを日本や世界がつくろうとしているのかを考えることが重要です。喫緊のテーマはどの国も消費者の保護です。ですから、そのことは理解をしていただきたいと思います。

○松岡座長 佐野委員、どうぞ。

○佐野委員 私はそれは正しいと思っていますけれども、ここで言いたいのは、要するにコストを上げないためには何ができるかといったら、やはり国や地方自治体が事業者を助ける、情報を提供していくということであって、消費者がどうのとか、事業者がどうのではなくて、もう少しきちんとした枠組みをつくりましょうということです。リスクコミュニケーションをやるべきだと思うし、ぬかの話も聞きましたけれども、あれは私もびっくりしました。別に事業者がびっくりする話ではなくて、非常識な話だと思います。

そういうことも含めて、コストをいかに少なくするかということも、一つは、地方自治体とか国が横からサポートすることによって、できるのではないかと。もしリコールをやる時は進められるというふうに思っています。今、中嶋委員がおっしゃったことと、ちょっと違うのかなと思いますが、おっしゃったことは、もちろん非常に重要なことだと思っています。

○松岡座長 やはり目指すところは同じだと思いますが、それをサポートするのに、法整備がどのぐらい必要かという問題の議論になってくると思います。それを、今回の検討会の報告書でどうまとめるかという話になると思います。

片山委員、どうぞ。

○片山委員 先ほどから、考えているところは一緒なのになぜ議論がこうなるのかなと思って聞いていました。皆さんがおっしゃるように、ここでは注意喚起の徹底というまさに

出口、リコールが始まったときの注意喚起をどうすれば徹底できるかを議論し、その議論をしていくと、行政の力も要るし販売も巻き込もうというところまでは、皆さん一致してきていて、しかも、横断的な法整備として徹底策についても法整備が要するという、そのところは多分みんな一緒だと思います。それをリコール基本法というもので提案しようとする、齋藤委員が言われるように、リコール基本法ということになれば、入り口のリコールの開始の判断だとか、そもそもの社会的なリコールの位置づけだとか、リコール義務の在り方とか、そこもちゃんと書かないとリコール基本法としては成り立たない。でも、入り口の議論をしていないから、バクッとまとめてリコール基本法をここで提案するには皆さん躊躇がある。そんなところだと思います。

少なくとも、出口にあたる注意喚起の徹底策も、基本的に横断的な法整備が必要だということでは間違いなく提言できるのではないかと。問題は、入り口部分をこの調査会でどう扱って書くのか、書かないのかですが、そこも含めてまだまだ議論が要りますということぐらいは、私は、書いてもいいのではないかと考えています。今後の課題として書く。

○松岡座長 どうもありがとうございます。

中川座長代理、何か御意見はありますか。

○中川座長代理 伺っていて、私も同じ意見です。リコール基本法を提案することはいいと思いますけれども、ただ、リコールそのもの、たとえば自主リコールと法律上のリコールはどういう関係なのか、どこまで命令できるのか。また、命令する以上は、何をすれば実効的なリコールになるかが経験的にわかっていなければいけないのですが、それ自体、実はわかっていないということがここでわかったわけです。リコールを伝えるいろいろな方法があるけれども、うまく伝わっていないことが多く、やり方がわからないままいくら行政で命令したところで事業者も困るだけですので、そういったことも含めて検討しなければ、リコール命令という制度自体がつかれない。そうするとリコール法を立法したところで、やはり、言いつばなしになってしまうということです。そもそも、リコールする、しないということはここでは議論をしていない。それも含めた議論をした上で、基本法が必要かどうかの議論になるだろうということとは言えると思います。

他方で、この専門委員会で確認できたのは、とりわけエンドの販売業者が非常に重要な機能を持っている。これは、日弁連でも提案されていますし、佐野委員も提案されています。このあたりは立法という形で整備する必要があるのではないかと。国、地方公共団体の工夫の余地がまだあるということでした。しかし、今の段階で立法につなげられるのは販売業者の辺り、その検討をしてくれということにとどまるのであって、国、自治体の責務は確かに法律に書いてもいいですが、しかし、書いても、責務なので、実質的には誰かが見張らなければ意味がないわけです。

そうしますと、そこは消費者委員会なのかなと思います。われわれ安全専門調査会で、こ

のような工夫の方法があると。特に自治体は、例えば安全の担当部署がないので、そこをどのようにして責任感を誰に持たせるのかということ工夫して、それを何か実践した上で、例えば毎年、ガイドラインをつくった上で、ちゃんとできているか。そのガイドラインが実際はうまくいかなかったらまた改善しなければいけないと思いますが、そういうことを試行錯誤しながらやっていくことのほうが重要だろうと思います。法律に書くよりも、具体的なところに毎年フィードバックをして見てくれという形の提案のほうが、より、佐野委員あるいは鶴岡委員が求められている、実質的にうまくリコールができるというところにつながるのではないかと思います。

○松岡座長 齋藤委員、どうぞ。

○齋藤委員 今のことでちょっと思い出したのですけれども、地方自治法に、消費者保護が地方公共団体の事務であるということを、1960年代に書き込んで、それは認識されている。それで、消費生活センターなどもつくっているわけです。その内容が伴っていないのではないかとというような勧告は多分できるのではないのでしょうか。そうすると、具体的なアクションをすぐにでも起こすことに結びつくような気がしますが、いかがでしょうか。

○松岡座長 わかりました。いろいろ議論がありまして、皆さん、対立するような意見ではないかと思ったのですが、この調査会として今まで議論してきたことは、きょうの議論である程度集約されてきたのではないかと思います。この辺を盛り込んだ形で報告書をどういう形にするかといことで、次回までに事務局と私とで検討しまして、取りまとめて提案させていただきたいと思います。その方向でよろしいでしょうか。

佐野委員、どうぞ。

○佐野委員 取りまとめていただくのは結構ですけれども、前回は、いただいたのは前日です。今回も水曜日の夜中です。私は全部読む時間はありませんでした。これでこの報告書を私たちがつくるというのは、ちょっと考えられない。やはりきちんと私たちが読んで、それからここで意見を交わすべきであって、斜め読みしてここで意見を言って、次に、また前日と言われたら何のための検討かわからないので、もう少し早くいただきたいと思います。

○松岡座長 わかりました。今回の議論は、かなり集約されてきているのではないかと思いますので、早急にまとめて皆さんに検討できる形にしたいと思います。よろしく願いいたします。ただ、次回が迫っておりまして、1月11日ということですので。それ以前に、相当早い段階にまとめなければいけないということは認識しておりますので、よろしく願いいたします。

引き続きまして、次のメインテーマになりますが、報告書の案についての検討を行っていきたいと思います。

ここからは、消費者庁の宗林消費者安全課長にも御参加いただきたいと思いますので、よろしく願いいたします。

それでは、まず、報告書案につきまして、事務局から御説明をお願いしたいと思います。

○原事務局長 資料2に準備をしておりますので、ごらんいただきたいと思います。前回、骨子案という形でお示しをしたものに肉付けを少しいたしております。

時間も余りございませんので、簡潔になりますけれども、3ページ、「はじめに」のところの真ん中の辺りに、2社3件の消費生活用製品安全法に基づく緊急命令を受けて実施された、法律に基づいた話をしておりますけれども、自主リコールの話についてというところ、場所を移動してここで少し膨らませて追加しております。

4ページです。ここは、製品安全にかかる情報周知についての問題意識ということで構成をしておりますが、表1として「リコール未対策品による重大製品事故の発生状況」の表を入れております。

5ページで、表2として「リコール対象品についての行政機関からの情報発信状況」というのも、追加の情報で入れております。

6ページ、「(2) 情報周知の限界と新たなしくみの必要性について」ということで、ここは、たくさんいただいた御意見をもう少し並べる予定ですが、まだすべてを並び切れておりませんので、ここは追加をしたいと思っております。

7ページから、「2. これまでのリコール情報等の注意喚起周知についての取組」を掲載しております。(1) リコールハンドブック、(2) 消費者基本計画の策定。8ページに入りまして、(3) リコール促進の共通指針、これについては前回は提示をしていたものです。(4) として、消費者安全の確保に関する基本的な方針の決定を平成22年に消費者庁が設立した後に出してございまして、これにしっかり書き込まれておりますので、これを追加しております。

10ページから、「3. 製品安全に係る情報周知の現状について」ということで、(1) として、これまで国民生活センターが調査されたものを御報告いただいておりますので、この掲載。前々回、消費者委員会でのアンケート調査を御紹介しましたけれども、そちらについても概要をここに掲載して、後ろに参考資料でつけたいと思っておりますが、作業がまだ間に合っておりません。10ページ、11ページに、消費者庁から御報告いただいております医療・介護ベッドにかかる主な注意喚起、その徹底状況について追加として入れております。

12ページから、「4. 消費者安全専門調査会における検討」ということで、12、13、14ページについては、前回、お示しをしたものになります。

15ページから、「5. 行政機関への提言」ということで、ここについては、かなりしっ

かり項目を立てて書いております。(1)といたしまして、「行政機関があまねく安全にかかる情報を共有して周知するための方策」、「①各省庁を通じての情報周知」、ここに つきましては、「消費者庁は、司令塔機能を発揮し、消費者安全法により事故情報が通知されるルートと逆向きのルートを使って情報発信ができる仕組みを整え、広く多様なルートを活用し、情報発信の強化を図ることが注意喚起の情報周知策として有効であり、そのための検討を行うことが必要である」としております。

2つ目のポツは、消費者庁と関係省庁連名で情報発信を徹底していただきたい。

3番目のポツは、消費者庁としては、各省庁が独自に持っている情報提供のツール、活用することをお願いしたいということで、これまでも乳幼児の安全で母子健康手帳の話をしていただきました。福祉機器では、介護ベッドで、福祉・介護関係者を通じた周知の話をしていただいておりますので、それについてまとめております。

構成といたしましては、下に「審議の過程における委員発言」、それから、前回はお載せしておりませんでしたけれども、どういう状況にあるのかということ、15ページから16ページにかけて追加しております。

17ページ、②ですが、「地方自治体を通じての情報周知」ということで、地方自治体によって、製品リコールにかかる情報発信を行う部署が明らかになっておらず、消費者に十分周知されていない状況にある。地方公共団体では、注意喚起情報の重要度合いが判断できず、どういう対応をしたらいいのかということ、取扱いも苦慮しているケースもあるのではないかとことです。このため、消費者庁としては、消費者安全法第10条において設置が規定されている消費生活センターを、地方の情報提供の拠点として位置づけを図り、情報を伝達していく必要があるのではないかと考えております。

2つ目のところは、重要度がわかるような形で提供をする。上手にやっておられる消費生活センターのノウハウを伝えていくということがあるのではないかと思います。

3つ目のポツでは、各地方自治体の中の広報部門、福祉関係部門ということで、消費生活センターを核として、それぞれの自治体での協力体制を組んでいただけないかということをお願いしてはどうかというふうに思っております。

4つ目のポツでは、地域コミュニティの話をお聞きしましたがけれども、地域コミュニティのネットワークの連携ということも考えられるのではないかとしております。その下に「審議の過程における委員発言」、18ページにわたって、こういう議論をしてきたということを追加しております。

19ページ、「③事業者等を通じての情報周知」ということで、リコール対象製品を購入した消費者の情報は、販売事業者が持っていることが多いことから、販売事業者をうまく消費者へ情報を伝達するということが機能させてはどうか、ということで提案をしております。「また」以降は、流通事業者ということも、協力をお願いできないかということで、販売事業者、流通事業者を通じての情報周知を考えるべき。

2つ目は、販売・流通事業者にかかわらず、業務上、注意喚起が必要な製品にかかる方々

を通じた情報伝達。これは介護ベッドや何かがございましたけれども、関連するところとの連携はいろいろ考えられるのではないかと考えております。「審議の過程における委員発言」、その後の状況についてはまた追記をしております。

21 ページが、「(2) 消費者に安全に係る情報を効果的に周知するための方策」としてあります。「①効果的に消費者にリスクが伝わり、行動を誘発する情報発信の工夫」ということで、1つ目のポツは、事故等に係る製品の実物、画像や動画による事故状況の再現等を積極的に活用することが重要である。さらに、これらを使用して報道関係への記者会見においても、具体的に紹介する等の工夫をお願いしたいと考えております。

2つ目は、製品リコール情報については、消費者自身にどのようなリスクがあるのか理解されないとなかなか行動に結びつかないということがあります。被害が発生している場合は、被害状況、可能性のある最大の被害状況を示すことが必要で、消費者にとっての重要性や緊急度を示し、リスクが理解しやすくなるような工夫、検討が必要だというふうに考えております。「審議の過程における委員発言」、それから、補足的な説明は21ページから22ページにかけて追記しております。

23 ページは、「(3) 情報通信技術の活用についての方策」、「①消費者庁のリコール情報サイトの充実による総合窓口化の推進」ということです。消費者庁のリコール情報サイトを行政の中でのリコール情報の総合窓口と位置づけ、リコール情報におけるポータルサイトとして、消費者、事業者、行政ともにリコール情報となったときは、必ず消費者庁のリコール情報サイトにたどりついて情報を得られるというふうにしてはどうか、と考えております。内容を充実し、継続的にホームページの周知を行っていただければと思います。

2つ目は、消費者庁及び各省庁が、消費者庁のリコール情報サイトについて、他の省庁、独立行政法人が持つリコール情報サイトの連携、リンク等をわかりやすく表示し、それぞれうまく消費者庁のリコール情報サイトを活用する形で連携を取っていったらどうかと思います。各自治体のホームページへのリンクを依頼することなども考えられると思います。

3つ目のポツは、消費者庁のリコール情報サイトですが、掲載情報の充実を図る必要があると考えております。現在のリコール情報サイトは、各省庁のホームページから公表資料を引用されておりますけれども、直接、事業者からの情報提供を、今も呼びかけておられますけれども、それを増やし、写真、図表を掲載することでよりわかりやすくする必要があるのでないかと思えます。例えば、そのほかにも以下のようなものが考えられるとして、検索機能の強化、「重要なお知らせ」、「高齢者・子ども向け商品など」の掲載件数の増加。「重要なお知らせ」というのは、一覧してすぐわかるような形の表示機能の改善などが考えられると思います。

23 ページから、まだ説明、追加記述予定が間に合っておりません。恐縮です。

24 ページですが、「②消費者庁によるメールサービス等による情報発信の拡大と工夫」ということで、1つ目のポツは、消費者庁は「子ども安全メール」を出しておられますけ

れども、これと「リコール情報メール」の連動を検討すべきであると思っています。「子ども安全メール」のほうが先行して配信されていますけれども、ここをうまく連動、連携をして、子ども向け、高齢者向けというような形での情報発信の工夫ができるのではないかと思っております。それから、NITEなどとの連携も協議を行っていただければと思います。

2つ目のポツは、消費者庁による SNS を使用した情報発信についても検討してはどうかと思っております。「審議の過程における委員発言」は、載せておりますけれども、説明の追加記述の作業が間に合っておりません。

25 ページは、「③所有製品情報の登録の仕組み作り」ということです。いろいろ提案はありましたが、何が一番うまく書き込めるのかというと、まだ検討を要すると思っておりますが、一つだけ掲げております。製造事業者によっては、既に御愛用者登録等による独自の仕組みを持っている場合もあるが、所有製品の登録に当たっては、消費者がより製品登録しやすくなるよう、普及率の高い携帯電話・スマートフォンのバーコード読み取り機能を使用して、簡単に製品の品番や製造番号をホームページに登録できるような仕組みが重要であります。この場合、製品の情報をあらかじめ共通規格化されたバーコードとして貼付する必要があり、その共通規格化のための検討が必要である、というふうにしております。ここは、御発言の中で、こういうこともということがございましたら、是非、御提案をいただけたらと思っております。

26 ページは、「(4) 製品安全に係る消費者教育・啓発の充実」としてしております。①として、消費者教育推進法、8月に法案成立をいたしましたけれども、その推進法による製品安全にかかる消費者教育の充実ということです。

1つ目といたしまして、製品を取り扱う上で、基本的な取扱い上の注意点を知っておくことが重要である。日常生活における危険認知度の向上のためにも、製品安全にかかる消費者教育の充実が必要であるとしております。

2つ目のポツは、消費者教育推進法の御紹介です。

3つ目ですけれども、従来、製品安全に係る消費者教育というのは、余りなされていないという現状ではないかと思っております。教育現場への支援策として、消費者庁、経産省、NITE、国民生活センター、事業者、事業者団体等、製品安全に詳しい者が教材作成へ協力、講師派遣や担い手の育成に協力をする体制の仕組みづくりが必要である、というふうにしております。

27 ページが、リコールの法整備の話についてですので、先ほどの議論をもう少し整理をしたいと思っております。

28 ページが、事業者、報道関係者、消費者への課題と提言ということで、こういう体裁にしてはどうかということで残しておりますけれども、書いていくとどんどん膨らんでいくようなところもありまして、どういう書き方にしたらいいのかということも含めて、ここも御意見をいただければと思っております。

29 ページ、30 ページが、「7. 優先的な対応の要望」としております。内容については、5 ポツのところでお示ししたものを書いてありますけれども、これが優先的な課題なのか、もっと優先的な課題があるということであれば、御提案をいただきたいと思っております。

まず、「(1) 行政機関があまねく安全に係る情報を共有して周知するための方策」といたしまして、①が各省庁を通じての情報周知、②が地方自治体を通じての情報周知、③が事業者等を通じての情報周知。30 ページに入りまして、「(2) 情報通信技術の活用についての方策」ということで、①が、消費者庁のリコール情報サイトの充実による総合窓口化の推進、②が、消費者庁によるメールサービス等による情報発信の拡大と工夫ということを掲げております。

優先的な対応の要望ということで、これでいいのか、加筆をしていただきたいということがあれば、御提案をいただきたいと思っております。

説明は以上です。

○松岡座長 どうもありがとうございました。報告書の流れ、構成として、大分すっきりとわかりやすくなってきたのではないかとと思っております。中には、消費者庁に対するいろいろな要望もたくさんありますので、宗林課長も御出席ですので、含めまして、皆さんで御意見を聞かせていただきたいと思っております。よろしく願いいたします。

佐野委員、どうぞ。

○佐野委員 先ほど申しましたように全部完璧に読み込んでいるわけではありませんが、「はじめに」のところに、前回も申し上げたのですが、ここだと製品しかなくて、非常に狭い報告書のように見えてしまうので、きちっと食品、施設、役務も入れるような形で、「はじめに」を書いていただきたいと思っております。

そして、4、5 ページのところも、やはり製品しかなくて、実際には、FAMIC であったり、農水、厚労、いろいろな省庁が活動しているわけですから、それもきちんと入れるべきではないだろうかと思っております。

ところどころ、言葉の意味がわからないところもありますが、それはおいといて、10 ページの最後から2行目のところですが、「死亡事故は発生していないが」と、言い切っているものだろうか。決して消費者庁がすべての情報を握っているとは思えないので、ここは、「死亡事故発生の報告は消費者庁に寄せられていない」というような形のほうが無難ではないかと思っております。

14 ページの真ん中辺りに、「情報提供のやりっぱなしにとどまっている」という書き方も、ちょっとどうなのか。それと、ここで書かれているアンケート調査の結果というのがありますが、その下、「なお」の次に、「消費者委員会における『製品回収・リコールに関する消費者意識調査』」、これは同じものですか。だとしたら、もう少し書き方を変え

ないと、急にアンケート調査の結果というのは、何だかよくわからないと思います。

15 ページの、「審議の過程における委員発言」の2つ目のボツで、これだと理解できないのですが、「事故情報の収集は都道府県が入ると非常にやりにくいですが、逆に、周知徹底は都道府県が入ったほうがやりやすい」、これは、もう少しわかりやすい言葉で書いていただきたい。4つ目のボツで、「妊娠された」というところの下から2行目の、「厚労省が母子健康手帳で得た連絡先の情報を使って」。厚労省は全国の妊婦さんの情報を得ているのですか。私は、得ていないのではないかと思うので、これはちょっと違うのではないかと思います。

20 ページの上のところ、「回収（改修）のお知らせを送付したり、また、転居によってお知らせが届いていない」、このお知らせというのは、多分お手紙とかそういうお知らせで、次の行の「店舗についてお知らせして」、これは「情報提供して」とかというふうに違う言葉で書かないと、最初の2つは名詞であって、2行目は「お知らせして」だから動詞なので、非常にわかりにくい。

それから、「購入した」というのは、普通は言わないのではないか、購入ではないかと思えます。

あとは、細かいてにをはとか、意味がちょっと通じないというのがあるので、もう少しきちんと読んだらまた御連絡したいと思えます。

○松岡座長 どうもありがとうございました。

齋藤委員、どうぞ。

○齋藤委員 私も、取り急ぎ読んだところで気づいた点を申し上げます。3ページの「はじめに」のところの3行目、「これらの事故は、情報の周知がすみずみまで届いていれば、防ぐことができる事故」と言い切っています。できた可能性が大きいとは思いますが、全部チェックしたわけではないし、チェックもできないと思うので、言い方を少し工夫されたほうがいいのではないかと。

5 ページの下から3行目、「リコール品を所有している消費者にリコール情報が行き届いていない状況である」。これは、行き届いていないだけでなく、行き届いても反応を示さない消費者もいるということも含めるべきだと思います。

14 ページ、一番上のところですが、「今のリコールの告知内容は非常にわかりにくく、リスクがあるのかわからないかがぼやかされている」と、全部言い切り調です。そういうものが見られるのは確かだと思いますが、公表前に外部の方と相談しながら、これで行こうというのも結構あると思うので、配慮して書くほうがいいと思います。

それから、先ほどの佐野委員と同じですが、14 ページの真ん中辺り、「消費者は新聞社告に頼っていることがわかる」と。最近、新聞社告というのは、新聞の購読数が減っているの、ちょっと傾向が違うのではないかというコメントもあったと思えます。そ

の辺を配慮していただきたいと思います。最終的には表現が変わると思いますけれども、「新聞の講読率はどんどん少なくなっている」のところ。新聞社の方はそう思っていないと思います。

15 ページの下の方の 4 ポツ、母子手帳の件です。これは私の記憶では、この前後に暗黙の了解として、緊急の案件のようなものは母子手帳ではちょっと難しいという話があったと思います。一般的な情報とか、ここにアクセスしたら情報がとれるとかいう情報は母子手帳で十分だと思いますが、少し書き足してはどうかと思います。

16 ページ、先ほど私のレポートの中でも申し上げましたけれども、書かれていないので付け足したらどうかということが一つあります。下から 2 段落目ぐらいになると思いますが、今後は、ネット販売利用者への伝達など、新たな流通経路への伝達も検討しなければならない、それを忘れないでくださいということコメントするといいと思います。

23 ページ、「消費者庁のリコール情報サイトの充実による総合窓口化の推進」という黒枠の中ですけれども、下のほうにア、イ、ウ、とありまして、イのところ「重要なお知らせ」というのがあります。これについては、私が申し上げた記憶がありますけれども、情報がたまるばかりではどこを見ていいのかわからないということがあります。情報提供の方針、基本的な考え方を消費者庁のほうで一回考えていただき、緊急性の大きい、しかも重大なものを最初に掲示して、古いものは検索すれば出てくる、というようなことを書いていただければと思います。

26 ページ、消費者安全に係る教育です。3 ポツで、教育現場への支援策は、皆さん、すべきだろう、それが望ましいと思うのですが、支援策の前に、教育現場がどういう教育方針を持つのか。その軸がないと、みんなが支援しましょうと言っても収拾がつかなくなります。順番からすると、そちらを一言つけ足していただきたいと思います。

29 ページ、②のところ、各省庁を通じてというより、むしろ消費者庁自ら動いてほしいと思います。倒産とか破産した会社の関係の事故情報とかリコール情報は、これを伝達するパイプが流通経路の中で途切れてしまいます。それを補てんする機能、代替機能を、消費者庁がもっと積極的に旗振りして、できれば自分でやってほしいと思います。こういう伝え方があるではないかというような伝達方法をしっかりしないと、破綻したところについては、消費者がかわいそうでしたねということで終わりということになります。それは片手落ちだと思しますので、つけ加えていただきたい。

以上です。

○松岡座長 山口委員長代理、どうぞ。

○山口消費者委員会委員長代理 今、消費者委員会で個人情報保護法の関係で、ビッグデータ、Tポイントその他の消費行動をネット業者が掌握して、それをターゲティング広告とかその他に活用していくというシステムの状況について調査して、対処の方法を、今、

模索しているところです。その中では、既にTポイントについて4,000万人の加入者がいるという事実が明らかになっておりまして、事業者側としては、それぞれのマーケットで各消費者がどういうものをお買いになって、どういう消費行動があって、その人にどういう広告をしたら効果的かということを掌握している。それに相当の対価を払っておられて、それが現段階でも数百億円のマーケットになっているわけです。

これは、例えば25ページ辺りの「所有製品情報の登録の仕組みづくり」というところに関係します。このビッグデータの扱い自体が、それを前提として肯定して、それをどう活用するかという視点でいいのか。それとも、それはそれで問題だけれども、客観的に既にそういう形で、消費者の誰が何を買ったかという行動は既にデータ化されている事実を踏まえますと、この辺の書き方は、現在、既にマーケットで浸透しつつある、あるいは、これからますますそれが普遍化していくと思われそうですが、その辺を踏まえたコメントはなくていいのかと思いましたので、その点だけ申し上げます。

○松岡座長 どうもありがとうございました。その辺については全然検討していなかったのですが、大事なポイントです。事務局、どうぞ。

○原事務局長 今、確かにポイント制で登録された情報の共同利用の話とか、第三者提供、同意のとり方というところで、委員会でも考えているところではあります。しかし、25ページの製品情報の登録というのは、製造事業者が型番的に貼付していて、自分がそのバーコードにスマホか何かでアクセスをして照合できるという形なので、ここで言っているのは、特定された個人の特定された商品の製造事業者とか、販売事業者とのかかわりの話になります。誤解を招かないような記述に工夫はしたいと思っております。

○松岡座長 田澤委員、どうぞ。

○田澤委員 ここの25ページの記述は、前回の書いてあったことでもわかりづらい。というのは、これから御検討いただくということでしたけれども、四角の中で書いてあることは、定型化したものでやりましょうと。ただ、下の委員の発言で、また違ったように私は記憶しています。どこか行政のところで1か所に集めて照合するといったアイデアが出されたように記憶しているので、その辺のところをもう少し検討して、注意深くしていただいたほうがいいのではないかと。そこはアイデアみたいな感じで、余り検討されなかったように記憶しております。

○松岡座長 中川座長代理、何かありますか。

○中川座長代理 私は、29ページのところで2点あります。優先的な課題の(1)につい

ては、こんなものではないかと思えます。そのうちの③は、少し書き方の検討が必要かと思えます。最後の2行では、販売業者がメーカーに提供する顧客名簿が出てきます。先ほど売るとい話がありましたが、提供する、あるいは販売事業者が自ら消費者に伝達すると書いてあります。30ページの上から2行目、「流通業者の協力も欠かせない」、ここま
でがいれば前提となる認識で、「欠かせない。」でマルをした上で、そこで行を変えて、「そのため、販売・流通事業者に対し」というふうにつながるのではないかというのが一つです。

その後の書き方ですけれども、「リコール対象製品を購入した消費者への情報通知の義務づけ」とありますが、今、読みましたように、メーカーに協力することもあるわけです。メーカーに情報を提供するという方法もあれば、自ら行くという方法もあるわけですので、どちらがよりよいのかというのはなかなか悩ましい問題であろうかと思えます。個人情報保護法の問題もあります。つまり販売時にとった情報を、一応リコールですから、目的内ではありますが、外部に提供するという意味では、個人情報保護法は大丈夫かということは確認はしておかなければいけません。それから、この委員会の議論としては盛り上がりましたけれども、リコール協力義務づけについて、まだ販売事業者の声は聞いていません。

そういうことも含め、例えば、「販売・流通事業者に対し、メーカーと共同して情報を伝えることの義務づけの在り方について、検討することが重要である」と、在り方についての検討ということにすることによって、消費者委員会は頑張って検討してくださいということになると思えます。すなわち、メーカーへの協力型がいいのか、自らやったほうが、より個人情報としての扱いとしてはいいということもあるでしょう。またそれはコストがかかりますので、そのコストは誰が持つのかということも考えなければいけません。その辺り、きちんと検討した上で、どのように義務づけしていくのかという問題はそんなに単純ではないと思えますので、そういう書きぶりにはどうかと思えます。

もう1点、29ページ冒頭ですが、私はよくわかりませんが、専門調査会から消費者委員会に対する書きぶりがどんなものかということです。ここでは対応を要請するということですが、先ほどリコール立法についての議論のところでありましたように、やはり言いっぱなしでは困るということで、立法してはどうかというお話が出たわけですが、言いっぱなしでは困るということは恐らく皆さん同意されていると思えます。例えば、(1)の①と②については、定期的に進捗状況を検討すべきであるとか、③については、法制化の検討というふうな形で、もう少し具体的に柱に書いてはどうかという気がします。

○松岡座長 どうもありがとうございました。

佐竹委員、どうぞ。

○佐竹委員 私は17ページの地方自治体を通じての情報周知のところ、2点だけ御指摘

させていただきたいのですけれども、まず、「地方公共団体では、注意喚起情報の重要度が判断できず、情報発信が簡単な取扱いにとどまっているケースが存在した」となっていますが、これは、存在しているのではなくて、ほとんどの場合が、こういうきちっとした情報発信というのは簡単なことにとどまっていると思います。

もう一点は、次の2ポツで「既に消費者庁が持っている、消費生活センターにおける情報伝達の成功事例のモデルケースを」と書いてありますが、消費者庁がモデルケースというのを持っていらっしゃるのでしょうか。私は以前の委員会的时候に、消費者庁のほうから各消費生活センターに、どのような形で情報発信していらっしゃいますかということ进行调查していただいて、その中で、いいモデルケースがあれば、それを消費生活センターがモデルケースとして利用できるようにしていただければいいのではないかと、というような発言をさせていただいたと思いますが、ここでは既に消費者庁が持っているとなつていたので、どのようなケースが成功事例のモデルケースなのか。もしあれば、ここに少し例示として挙げていただければいいのではないかと思います。

○松岡座長 そのモデルケースについては、いかがでしょうか。

○消費者庁宗林消費者安全課長 済みません。私も、これは何のことかなと思って見させていただきました。情報伝達は、毎回、消費者庁の場合、注意喚起をしたような場合は、消費者行政の窓口というような観点で各都道府県あるいは政令都市に必ず伝えているということと、行政関係が見られる行政フォーラムというツールがありますので、そこに掲示をするというようなことを徹底はしています。

ただ、公表するときに、例えば立体駐車場であれば、行政窓口だけではなくて、やはり国土交通省のルートのところでは駐車場の管理をしているところにも伝えたほうが、より効果的だと思いますので、最初のほうに、逆向きにというような言葉があったり、いろいろなところに、配るところをあらかじめ決めておいてというような意味合いの感じが見受けられましたけれども、消費者庁としては、案件によって消費者庁として地方の消費者行政の窓口のルートは必ずやる。決まったところに必ず掲載するというほかに、その案件毎に効果的なところ、例えば窒息であれば、文科省の子どものところとか、高齢者の施設のところとか、おのずと効果的なルートがあるのではないかと思います。みんな同じパッケージにして、全部行きます、警察にも行きます、国交省にも行きます、というふうにしても無駄になるだけなので、やはり効率的な、効果的なところをそのたびに探りながらやっているということです。

ですが、成功しているかということ必ずしもそうではないので、失敗しているという意味ではありませんが、うまく伝達しきれていないので、やはり、例えば特記事項みたいな形で、リコールがあるのにまだ事故情報が寄せられるというときは、必ず定期公表のところにそれをもう一回載せていく。何回も何回も、リコールのもので事故が寄せられたときに

は公表をしていくというようなことを繰り返しています。

先ほどのリコールサイトについても、いつも同じ順番とかということではなくて、優先度をつけて上のほうに持ってくるということもしていますので、一概にこれが一番いいという話はないですが、そのようなことの複合的な努力をさせていただいているということです。

○松岡座長 それでは、事務局から。

○原事務局長 成功事例があるのかどうかというところですが、言葉が先走ったのかと思いますけれども、消費者庁の地方協力課で出しているホームページで、各消費生活センターのこんな取り組みを重点的にやっておられますという中に、こういった製品安全に取り組んでおられる例があります。それを成功と言ってしまったのですが、重点を置いておられる消費生活センターはあるということなので、そこは正確な書き方にしたいと思います。

あと、大村市も私は伺いましたけれども、市としては9万人ぐらいの都市なので、非常にコンパクトにうまくやっておられます。ただ、残念ながら、消費生活センターがうまく絡んでいないので、うまく絡めばもっといろいろな情報発信ができるのにというので、可能性は幾つもあるように感じています。

○松岡座長 細かいところの表記法の問題ですけれども、例えば17ページの黒い枠の下に、「審議の過程における委員発言」という題目になっています。これは、審議の過程における具体的指摘事項というような形にしておいて、下に書いてあることはちょっと生々しいので、もう少し洗練された言葉にさせていただけると助かるような気がするのですが、よろしくお願いします。

○原事務局長 わかりました。

○松岡座長 鶴岡委員、どうぞ。

○鶴岡委員 13ページの一番上の、ブリヂストンサイクルの取組み例の紹介の表現ですけれども、1行目のリコール社告後の効果的な製品回収策についての取組みというのは、かなり一般的な表現で、実際には、段階的に回収率の変化に対応した非常に多彩な取り組みをやっている。そういった趣旨の表現にすると、ほかの企業が、ブリヂストンサイクルに問い合わせようかというふうなことに繋がっていくのではないかという気がします。

もう1点、29ページの要請事項についての自治体に対する要請の中で、広報誌の活用という言葉がこの報告書に出てこなかったのも、私は現在、自治会で広報誌の配布を担当しています、高齢者に確実に届くということが本当によくわかっているものですから、情

報アクセスが困難な高齢者等にも届けられる広報紙の活用みたいな表現で要望しても、自治体側ではすぐにでも検討に取りかけられることではないかと思えます。そういうことで、それをつけ加えていただけたらと思えます。

○松岡座長 中嶋委員、どうぞ。

○中嶋委員 個別のことではなくて、目次を見ていただきたいのですけれども、「はじめに」というのがありまして、それから、「1. 製品安全にかかわる情報周知についての問題意識」と。この問題意識というのは、この委員会が持った問題意識なのでしょうか。それとも事務局が持った問題意識なのかというのが、この書きぶりからではちょっとよく見えない。

それから、「情報周知の限界と新たなしくみの必要性について」と書いてありますが、これはイントロなので、これが起承転結の起になりまして、最後の提案に出てくるのだらうと。2についても、リコールハンドブックはここで配られたことはないように思います。基本計画についても、詳しく見てここで議論をしたということでもないのです、これは、こういうものを今までやってきましたというふうにまとめるのがよくて、こんなにページをとって書くのかなということがあります。

なぜかという、この報告書をもったら、読む人は、総花的でものすごいと。一体この委員会は何を言いたいのか、と言われかねないです。先ほど日弁連からのレポートがありましたけれども、あそこではわりとポイントが絞られています。非常によくわかります。では、その過程はどうだったのかというと、一応はフォローしてありますけれども、ここは委員会の報告ですから、もう少しあの書きぶりを詳しくすれば、ある程度いけるのではないかというふうに思います。

一番大事なことは、「製品安全に係る情報周知の現状について」と「消費者安全専門調査会における検討」、この3つは、事務局の方が一生懸命頑張って、こういうものがあります、越山先生にも来ていただいてとやられました、実は、もう少しきちっと書いたほうがいだらうと。ここできっちり議論して、越山先生のものについてはこうだという結論を出しているわけではないですが、メモランダムは残している。越山先生のものでいっているわけですから、そのまとめ方というのは、越山先生は、製品安全協会のときからですから、2004年ぐらいからリコールを扱っておられるわけです。そうしますと、4番と5番と6番と7番はこんなに総花的に書かないで、濃淡をつけたらどうか。濃淡をつけると委員一人ひとりの発言が消えると思われるかもしれませんが、特に4番については、書くのであれば5番の中に書き込めるのではないかと。7番は5番と6番で書き込めます。いわゆるダブってしまうわけです。その中で、この委員会として本当に消費者庁に言いたいことは何か。もしくは、消費者委員会にやっていただきたいのは何かということを中心に強調したいと。事務局としては、各委員が発言されたのは、こうです、こうですと細

かく書かれないのでしようけれども、これ最終的に委員会がまとめるものです。これを見て、最終的に事務局が認められたものを、これでいいですとこの委員会が言えば、ネグっている発言があっても別段おかしくはないわけです。ですから、もう少し章立てを起承転結をきちんとされたらいかがでしようかと思っています。

今、7番になっていますが、5番と6番の重複ですね。ですから、5番、6番の中で、例えばこれは最重要なもの、これは2番目に重要なものとか、ランキングをつけるというふうにすれば最後のものは処理ができると思います。読んでいて、読むのが嫌になるのではなく、そうか、そうかと言えるような報告書になってくれるといいなと思います。

例えば、先ほどのブリヂストンサイクルの話は、こんな3行で終わるようなものではないです。もっと言えば、その後、事務局リードでアンケートをやられたのですけれども、これがつながっていないのです。これは委員からも指摘をしました。出来合いのものに近いものでアンケート調査をやったので、ブリヂストンのものは生きないのかという意見も出ているわけで、BSさんのやっているものはすごいと。逆に言うと、ビックカメラさんのものは、齋藤先生は異論があるとおっしゃっていましたが、ブリヂストンさんと同列ではないですね。その辺を御配慮いただければと思います。

○松岡座長 貴重な御意見をありがとうございました。

では、事務局は勘案して。

○原事務局長 貴重な御意見をありがとうございます。目次のところは、まだ、ただ単純に羅列をしているだけなので、申しわけありませんでした。1ポツの問題意識、2ポツの取組みですけれども、確かに(1)から(4)を項目立てして出すというのは、こういうことをやってきましたということの紹介なので、これは中に入れてしまってもいいのではないかと。(3)と(4)は、おっしゃられたように、もう少しメリハリをつけて中身の充実を図るという形にします。

それから、5、6、7の扱いですけれども、今の御提案では、全部一緒にして濃淡をつけて提案という形にしてもいいのではないかとのお話でしたが、そこについては、ほかの委員の方々の御意見もお聞きしたいと思います。内容的なところについてはもう御意見を出されましたので、構成の仕方というところで御意見をいただければと思います。

○松岡座長 構成のことについて、齋藤委員、どうぞ。

○齋藤委員 まず、目次だけで言いますと、5と7は、完全にかぶった内容を7で特出したのかというふうに読めます。こう見てくると、行政があって、事業者、報道関係、消費者と、行政だけ特別括り出したのは何か意味があるのかというところを、中で説明できるのならばそれでいいと思います。意味がないというのであれば、普通の人が見たら、こ

れは並列に並ぶ印象を受けます。

○松岡座長 この点に関して、小田審議官。

○小田審議官 消費者委員会が意見を出せるのは、総理大臣とか消費者担当大臣とか、各省大臣、まさに行政の長なのです。ですから、まずは行政。それ以外のところは、行政を通じて例えば事業者団体とか、住民とかという格好になると思いますので、そんなこともあって、このように行政だけとその他というふうな整理をしています。

○齋藤委員 その位置づけがわかればいいと思います。

○松岡座長 ほかに、構成等について御意見はございますでしょうか。

○中川座長代理 今の点は、一言、報告書に書いていただいたほうがいいのではないのでしょうか。消費者委員会は当然かもしれませんが。

○松岡座長 一般の人が読んだときにね。

宗林課長、どうぞ。

○消費者庁宗林消費者安全課長 先ほどの29ページのところの、「逆向きのルートを使って情報発信ができる仕組みを整え」というのが明確でないのと、次のところに、効果的な情報伝達先にきちんと伝えるということと、若干矛盾すると思うのですが、この逆向きのルートという言葉はちょっと違和感があり、どういうことまでをお含みいただいているのか教えていただいて、その次との関係も教えていただきたいのですが。

○原事務局長 逆向きのルートというのは、ここの専門調査会で出てきた発言になりますけれども、今、消費者庁にいろいろなルートを使って事故情報が入ってきています。重大事故も入ってきていますけれども、入ってくるルートがあるのだから、そこを逆流する感じで、そこに情報をのせて各省庁とかに持っていったらどうかという話と、プラス、もちろん多様なルートを活用しましょうというのは以前からのお話なので、そこに多様なルートのさらなる活用というのも入りますという提案です。

○消費者庁宗林消費者安全課長 そうすると、先ほども言いましたけれども、車の注意喚起とか、そういうものも全部厚生労働省にも伝えるとか、各省から消費者安全法などをいただいているのですが、それをパッケージで全部の省庁に流すことがいいという意味ではないですね。

○中川座長代理 機械的に逆向きであればいいという意味ではなくて、逆向きがうまくいくこともあるのではないかと、というぐらいの意味です。ですから、2番目が中心というか、いろいろなルートがあるだろうと。その一つの中に、来たのだったら戻せるというのも意外にうまくいくかもしれませんというだけの話で、全部逆にしろという意味ではありません。

○消費者庁宗林消費者安全課長 わかりました。

○小田審議官 16ページの一番上に「例えば」というのがございますね。火災に関するような重大な情報は、今、消防から上がってきているわけですがけれども、石油ストーブの問題だとか、火災につながるようなリコール情報は、このルートで逆に流していくと、消防から住民の方に対して、火災に気をつけましょうという広報が逆にうまく流れていくのではないかと。まさに目的があって手段を選ぶということですから、何でもかんでも全部流せばいいという趣旨ではなくて、まさにここに例示しているような問題意識を委員会ではお持ちだったということです。

○松岡座長 佐野委員、どうぞ。

○佐野委員 多分、私たちは検討してきたのですごく理解していますが、宗林課長のようにはじめて読んだときに、やはり「逆向きのルート」というのは非常にわかりづらいので、もう少し補足して、誰でもわかるような言葉のほうがいいのではないかと思います。

○松岡座長 片山委員、どうぞ。

○片山委員 先ほどの逆向きのルートの話ですがけれども、イメージは、要するに情報の流れるパイプがあるわけです。それを逆向きに使いましょうというだけの話だと思います。先ほど、課長は、情報ごとに最も効果的なルートで流していくという話でしたけれども、それを、問題が起こったときにパイプを改めて引くのではなくて、最初からいろいろなパイプを用意しておいてくださいということを私は申し上げたくて、日弁連の表現では、「恒常的な注意喚起情報の伝達体制の構築」という表現を使っていますが、恒常的なというのも誤解のないようお願いしたいのですが、そういう意味なのです。子どもの関係の情報が来たらこのパイプを使ってパッと流せる、高齢者関係だったらこういうパイプで、介護施設も含めてすぐに流せるようなパイプが常に用意されている。それに常にすべてを流すわけではなくて、という意味です。

○松岡座長　どうぞ。

○消費者庁宗林消費者安全課長　よくわかりました。ただ、事故情報そのものが入ってくる。事故情報に関しては、私どものところに来たときには、既にその関係省庁、もとの情報を握ったところは、その傘下、地方自治体の例えば消防署などに流れて、同時に流れていくのではないかと思います。今、片山先生がおっしゃったような注意喚起、それに対して、こうすべきではないか、皆さん気をつけたほうがいいのではないかというような、私どもがつくったり、もう一つ踏み込んだものについては、おっしゃるとおり、パイプを持ったほうがいいと思います。そのパイプは徐々に、そのことがあるたびに、パイプを構築中で、だんだん細いものが太くなって行ってという形でつくっていますので、相手が拒否しない限りは、関係するところ、例えば国土交通省とやる、厚生労働省とやるとなると、国土交通省の持っている地方自治体の役務局とか、そういうところに流れていくので、樹形図みたいな形で流れるものができるのではないかと思います。

最終的には私どもの注意喚起は、やはり消費者になるべく早く伝えることも大切なので、要請とか、各省庁関係で対応をお願いしたり、もっと情報をこうしてくださいということのルートと、消費者に直接言うルートをととても大切にしないといけない。それは、繰り返し繰り返しということもあると思います。あとは、マスメディアの力もあるかもしれません。

○松岡座長　佐野委員、どうぞ。

○佐野委員　15ページの四角の中に書かれているところの①で、最初のポツに「逆向きのルート」と書かれているのを、もう少しわかりやすくというのと、2番目のポツも非常にわかりづらいです。言いたいことはわかりますが、「より積極的に連名による発信をしていくことが重要である」というのは、もう少しわかりやすく書いていただきたい。

3つ目のポツ、「注意喚起を行う対象が限られている場合」というのは、対象が限られている場合はないのではないかと思います。すべてあまねく、基本的にはできるだけ多くの人に伝える必要がある。でも、ものによっては、特定の対象者に特に情報提供すべきだと思います。その辺りの意味が伝わるようにもう少し書きぶりを変えることが必要かと思えます。

その2行目の「情報提供のツールと、そのツールの情報伝達先となる消費者の属性をあらかじめ把握し」というのは、ちょっと意味がよくわからないので、説明していただきたい。ツールの情報伝達先は何か。カタカナを使っているからわかりづらいのかもしれませんが、もう少しわかりやすく書いていただきたいと思えます。

○松岡座長　中村委員、どうぞ。

○中村（均）委員 先ほどありました目次の5と7のページ立てですけれども、5から7になって落ちているのは何かと言えば、（2）の「消費者に安全に係る情報を効果的に周知するための方策」と、25ページの所有製品情報の登録の仕組みづくりと、消費者教育・啓発の充実なのです。この3つとも、要は、今すぐでもやれると言うとおかしいですが、やりやすいものをオミットしているだけだと思います。この3つは、今やっているものをどんどん推し進めるみたいな書き方にしてもらったほうが良いような気がします。ですから、5と7をまとめるというのは賛成です。

この意図は、私はそういうふうにとらえていまして、書かれた方の意図はわかりませんが、5の中から7に行くのに落ちているのは、安全にかかわる情報を効果的に周知するための方策なのです。ですから、今やっているものをもう少しわかりやすくやれということを行っているだけだから、これはすぐやれるし、次の所有製品情報の登録の仕組みづくりは、QRコードとかバーコード、これはメーカーなどがどんどんやっていますから、これを後押しすればいい。最後に落ちている製品安全に係る消費者教育・啓発の充実は、今、消費者教育推進法が制定されてその中に盛り込むだけです。これはできるわけです。ですから、この3つはもっと早くやれるはずだと。そんな書き方のほうが良いような気がします。

○松岡座長 章立てですが、最後にまとめがあるわけですね。

○原事務局長 「おわりに」をつくるのは内容を何にするかでとても難しいです。

○松岡座長 普通ですと、最後に大きな「おわりに」があって、その中で何か強調するとか。

○原事務局長 座長がそこは原案を書いていたいただけです。

○松岡座長 わかりました。

○中村（均）委員 「おわりに」に入るかどうかわかりませんが、冒頭にお話がありましたが、我々は出口をやったわけで、入り口が残っているわけです。ですから、「おわりに」は、我々は出口だけやったので、入り口は今後ちゃんとやらなければいけないというのはやはり言うべきではないかという気がします。

○松岡座長 そうですね。

片山委員、どうぞ。

○片山委員 6の取扱いの議論が抜けています。6の項目を見ていくと、例えば流通・販売事業者に関する課題、提言というのは、まさに先ほどの5ポツの行政機関への提言のところの前提の議論みたいなことですね。そうすると、6の議論は、行政の問題も含めて、本当はここで検討した4の後のところに、今の課題としてこんなに関わんな問題があります、消費者の問題もあるしというふうにして、それを全部集約して、まさに意見として、行政に対する提言として、消費者庁が何をすべきかということ整理したほうがわかりやすいのではないですか。重複もあると思いますし、消費者教育をやるべきだという前提も消費者の役割というものも議論をしたからという、そういう流れではないかと思います。

○松岡座長 貴重な御意見をありがとうございました。私も読んでいて、5を見ているところにチラチラと、行政だけでない、関与した話がどんどん出てくるので、ここは何を言っているのかなという気になったので、確かに順番を逆にするとすっきりするのではないかという感じがします。

ほかにはございますか。

それでは、大変白熱した御意見をいただきまして、ありがとうございました。大分参考になりまして、かなりよくなると思います。早急に案をつくりまして、皆さんにお配りして、次回の審議が有意義にできるようにということで、やりたいと思います。

本日は、以上とさせていただきます。

《 4. その他 》

○松岡座長 事務局から、連絡事項がございましたら、よろしく願いいたします。

○原事務局長 ありがとうございました。今回、皆様にお送りするのがすごく遅れましたので申し訳ありませんでした、次はできるだけ早く作業を進めて、皆さんにお示ししたいと思います。

今回は、年明け1月11日（金）の10時からを予定しております。最終の取りまとめの報告書案の御確認をいただきたいと思います。報告書ができました後、消費者委員会への御報告は、1月29日の場で座長から御説明をいただいて、消費者委員会としての対応を議論していく予定としております。

事務局からは以上です。

《 5. 閉会 》

○松岡座長 どうもありがとうございました。

それでは、皆様方におかれましては、お正月休みがなくなってしまうですが、よろしく
お願いいたします。

これで閉会とさせていただきます。どうもありがとうございました。