

消費者基本計画の検証・評価・監視に係る関係省庁ヒアリング
消費者委員会委員からの意見・委員長まとめ（概要）
（第 158 回、第 159 回、第 160 回委員会本会議）

平成 26 年 6 月
消費者委員会

（○：委員からの主な意見、■：委員長によるまとめの発言、（ ）内はヒアリング対象省庁等）

【消費者基本計画全体】（消費者庁）

- 総務省の消費者取引に関する政策評価でも指摘されている消費者取引の適正化に関する政策評価目標の設定と指標の明確化という大きいテーマについては、次期の新計画で対応する予定としているものと思われるが、個別の施策について講ずべき措置についてもいろいろ列挙されている。本格的に対応するのは次期計画でもよいとは思いますが、直ちに行った方がよいものもあると思われるので、そういうものも取り込みつつ、今回の改定計画を策定するべきではないか。
- 総務省の政策評価において、あっせんについての考え方等、用語の統一がとれていないというアンケート結果等があった。今後、地方消費者行政や消費生活センターの体制整備を図っていく中で、用語の統一等の課題を浸透させていくことが必要ではないか。また、PIO-NET の刷新に際して、入力内容等について相談員等への研修を強化していくべきではないか。
- 政策評価において、法改正の効果等を検証する際には相談件数を用いているが、本来は被害回復やあっせん解決率等についても評価されるべき。今後は単に相談窓口を増やすだけでなく、きちんとした定義の下であっせんや被害回復の実態を把握することを念頭に置きつつ、PIO-NET 刷新や研修等を行っていただきたい。
- 地方消費者行政については、すべての施策を実施する上での基盤となるものであることから、引き続き重点的に取り組むことが必要。消費者庁及び消費者委員会が発足した後の 5 年間は、国会の附帯決議等で各種の検討・見直し事項が定められていたが、次の 10 年目まではそのようなものがない。今度は自分達で目標を設定していく必要があり、十分な検討を行うべきではないか。
- 消費者被害救済制度について、改定素案の「特定適格消費者団体がその権限を濫用して事業者の事業活動に影響を及ぼさないようにするための方策を含め」との記述は書き過ぎではないか。この記述であると、適格消費者団体や新たに認定される特定適格消費者団体がその権限を乱用する可能性があるということをあからさまに書いているよう受け取れる。

- 新計画においては、定量的な評価と各自治体別の推進状況の見える化ができるような仕組みを導入するべきではないか。このため、今年度中に評価指標についての検討や事前のトライアル的な調査等を行うべきではないか。
- 総務省の政策評価においても、地方消費者行政活性化基金の効果検証をもっとしっかりやるべきだとの勧告が出されている。これを真摯に受け止めて、地方消費者行政や消費者教育・啓発の施策や検証・評価内容をより充実させるべきではないか。

- 本年度は現行計画の最終年度に当たることから、今回の検証・評価及び見直し作業においては、各施策の達成状況やその効果を総括的に明らかにするとともに、残された課題については今後の取組方針を明らかにし、その確実な実施を促すことが重要。
- また、来年3月末までに新計画を策定することが必要であるが、高齢化や情報化、国際化等が進む中で必要となる消費者政策の具体的なあり方について、十分議論することが必要。また、総務省の政策評価や本日の議論でも指摘されている通り、新計画の策定に当たっては、施策の具体化・体系化、目標の明確化、効果的な検証・評価方法の確立等の課題についてもさらに深掘して検討することが必要。
- これらの課題に対処するためには十分な時間が必要であることから、消費者庁におかれては、現行計画の見直し作業と並行して新計画の策定に向けた検討に着手し、基本的な考え方や具体的な進め方をできるだけ速やかに明らかにしていただきたい。
- 当委員会としては、こうした観点から、関係省庁ヒアリングを通じて計画の改定素案についての検証・評価を行い、必要な意見を述べていくこととしたい。

【リコール情報の周知・徹底（重点施策1、施策番号7）】（経済産業省、消費者庁）

- リコール関係の情報伝達は随分と進歩した。協力体制も経済産業省で10団体との取組みを開始したのは大いに評価したい。
- 製造物責任法は、製造業者と輸入業者が責任を持つが、顧客情報を持つ消費者に販売した業者自らがリコールに参画して対応できないか。
- 経済産業省が取り組むリコール情報周知活動について、消費者基本計画にもう一步踏み込んで意欲を示すような書きぶりにできないか。
- 福祉・介護用品の流通業界には、福祉用具・生活支援用具協会や日本福祉用具供給会があるが、使い方に関連する情報が意外とない。リコール情報の提供に係る協力体制を活用して、この業界にも製品安全に関するガイドブックを企画して配布する等の取組も進めていただきたい。
- リコールすべき商品が発生した際、メーカー又は輸入業者が倒産した場合のリコール情報の周知の方法を考えていただきたい。

- 通販では 100%販売先を補足できているが、見えない販売ルートが日々新たな形態として出てくるので、その把握に努めていただきたい。
- リコール情報のメールサービスについて、メリハリをつけた情報提供が大事なので、より効果的に方法を工夫していただきたい。

- 経済産業省におかれては、引き続き事業者団体との協力体制を拡大し、消費者庁とも連携しながら販売事業者向けに作成したガイドブックを充実させていただきたい。今後とも、リコール情報の周知徹底や製品の回収向上に向けて必要な対策をしっかりと講じていただきたい。
- 消費者庁におかれては、さらにリコール情報サイトの周知徹底を図るとともに、消費者みずからリコール情報を入手することの重要性について、消費者教育・啓発を充実することなどを通じて理解を深めていただくことや、リコールの出し方についても、その重大性や情報提供の主たる対象者・名宛人ということでマークをつける等の工夫をしながらリコール情報をより効果的に発信していただくように、引き続き検討をお願いしたい。

【冷凍食品への農薬混入問題への対応（施策番号 3、29）】

（消費者庁、食品安全委員会事務局、農林水産省、厚生労働省）

- 保健所からの情報の流れをもう一度当局で検証して、全国各地の保健所から厚生労働省や消費者庁へのルートをしっかりと確立していただきたい。
- 事業者が設置した第三者委員会が 4 月に取りまとめた中間報告書には消費者庁や食品安全委員会のような行政とのかかわりの記述が非常に少ないため、最終報告書には記述が出ることを期待して、今後の対応について尽力していただきたい。
- インターネットや店頭での対応も大事だが、マスコミと連携して、テレビ局や週刊誌に情報を流していただくことも必要だと思うのでお願いしたい。
- 対応パッケージの中で、食品等の事業者から保健所への届出・相談は大変重要なので、十分対応できるように検討をお願いしたい。また、消費者安全情報総括官会議はもう少し早く開催できるのではないかな。

- 消費者庁、食品安全委員会、農林水産省、厚生労働省におかれては、冷凍食品への農薬混入事案を受けた対応パッケージを推進するとともに、十分な検証・評価を行い、不十分な点がある場合にはさらなる対応を考えていただくよう、お願いしたい。
- 特にリスク情報の流れ方、情報の収集、そしてその後の流れ方について、これまでのやり方でよかったのか、行政間の連携がきちんとした形で行われていたかどうか、今回の問題からあらわれた部分は教訓にして、改善策を考えていただきたい。

■ 残念ながら消費者行政が進むというのは、こういう何か大きな食品の問題が起きたときであり、不幸な事件ではあるが、これをどこが問題だったかを検証して、よい方向へ動かしていただきたい。

**【いわゆる健康食品の表示等（重点施策6、施策番号76、76-2、77）
（消費者庁、厚生労働省、農林水産省）**

- 今までの保健機能に関する表示制度を存置させ、新たな機能性表示制度をつくと、消費者にとっては健康維持増進を謳った食品が増加し、難解になるのではないか。
- 健康食品と薬との飲み合わせなどについて、医師、薬剤師等からの情報提供があまり行われていないのではないか。事業者が商品を販売するにあたって、過剰摂取や医薬品との飲み合わせなどの注意喚起を強化するよう義務づけることも必要なのではないか。
- 新しい機能性表示制度では、企業がエビデンスについて責任を持って評価すれば製品に機能性を表示できるようになるのに対し、特定保健用食品のように安全性、機能性について表示の仕方を国が審査している製品ほど、表示の表現に自由度がないのは逆なのではないか。いわゆる健康食品には表示の規制が何もなく、機能性・安全性について厳しく評価を求められる製品（特定保健用食品）ほど表示の自由がない仕組みとなっているのはおかしいのではないか。
- 産地、収穫時期、天候などで品質が左右される生鮮食品において、エビデンスを担保する機能性表示が可能なのか疑問である。

■ いわゆる健康食品に関する景品表示法および健康増進法の留意事項を作成し、啓発に努めていることを評価する。健康食品の問題においては、睡眠と適度な運動とバランスのとれた食事をするを第一とした食育が必要ではないか。

■ 引き続き健康被害情報の収集・解析の手法について研究を進めて、その成果が上がるようお願いしたい。また、医師・薬剤師等が診療・調剤等を行うに当たって、健康食品に関する情報を積極的に提供するように積極的な働きかけをしていただき、消費者の健康食品の安全な利用に資するために必要な措置を講じていただきたい。

■ 特定保健用食品、栄養機能食品に加えて、第3のカテゴリーとしての保健機能食品のようなものができると、表示は複雑化する。消費者の理解を得られるよう説明いただくことが必要となるが、複雑なものにならないよう工夫していただきたい。

■ 新しい機能性食品では根拠レベルを低下させることのないように、しっかりしたエビデンスを伴った情報提供を確保して消費者の理解を図るとともに、

制度改定に向けては慎重に検討を進めていただくようお願いしたい。

- 保健機能食品を含む健康食品の特性、それらの適切な利用方法については、消費者に対する啓発をできるだけ効果的に実施していただき、有害事象等の情報の適切な収集に対する仕組みも、さらに工夫していただきたい。

【インターネットによる財産被害（施策番号 45、153、153-2、171）】

（消費者庁、経済産業省）

- 決済代行業者登録制度においてはできるだけ多くの登録数を得て網羅的に把握することが重要であるが、登録事項を増やすということであれば、何らかの法的根拠を持たせる必要があるのではないか。
- 国費で運営されている決済代行業者登録サイトや越境消費者センターなどは有効に消費者に活用されるべきであり、消費者がこれらを見て自衛出来るよう、さらに工夫すべきではないか。
- 割賦販売法の改正以降、決済代行やマンスリークリア、リボ払いの被害の増加など新たな事態が生じているので、決済代行業者とアクワイアラの行為義務等を含めて幅広く検討いただきたい。
- 越境消費者センターは成果が上がっており、このような機能を有する機関の継続は検討していただきたい。

- クレジットカードに係る決済代行登録制度の見直し、あるいは関係法令の改正も含めた今後の制度的対応について、十分検討をしていただきたい。

【エステ・美容医療サービス（施策番号 39、39-2、39-3、153-3）】（厚生労働省）

- トラブルの多い事業者名を公表することができるようにしてはどうか。
- 医療機関ホームページガイドラインや医療広告ガイドラインの実効性に関する検証・評価の方法を具体的に、アンケートはどのような内容にするのか、PIO-NETの情報をどう生かしていくのか等方向性を示していただきたい。
- 広告の定義について、再考していただきたい。
- インフォームド・コンセントについて、自治事務のため国で執行できないのであれば、民事効による方法も検討してはどうか。

- ガイドラインの遵守状況等、これまでの取り組みの効果について十分に情報収集、分析して、明確な効果が表れていないということであれば、さらに適切な措置を講じていただきたい。その際、行政的な対応ばかりでなく、民事的な対応についても検討いただきたい。

【個人情報保護（施策番号 166、177）】（内閣官房、消費者庁）

- パーソナルデータについては、利活用と情報保護のバランスが重要だと考えるが、パーソナルデータ検討会の議論は、利活用重視となっているのではないか。
- 第三者機関の在り方によって、消費者からの信頼性は大きく変わる。第三者機関はどのような構成（委員人数・事務局規模）を想定しているのか。
- 消費者庁の機能・権限が第三者機関へ移管される予定だが、消費者庁が持っていた個人情報保護法における消費者保護に関する権限は、今後、第三者機関でどのように担保されるのか。
- 三条委員会である第三者機関に対し、当委員会は建議等を行うことはできるのか。

- これまでも、パーソナルデータの利活用に当たっては、①保護されるべき個人情報の範囲について慎重な検討が必要であること、②匿名化について検討を深めること、③消費者から同意を得る際には消費者へ分かりやすく表示することが重要であること、④自己に関する情報の開示・訂正・消去を求める権利が十分に保障されることも重要であることを申し上げてきているが、引き続きお願いしたい。また、今般の検討の結果、制度が複雑になる場合は、消費者に十分周知し、意見を聴いていただく必要があると考える。
- 個人情報保護法における消費者保護に関して、当委員会の役割分担についても検討したい。

【まとめ】

- 消費者基本法の改正により平成 25 年から消費者白書が作成され、高齢化、情報化、国際化による消費者被害の状況や特徴が分析されているが、その分析結果が改定計画に十分に盛り込まれていないのではないかと。近年、高齢者を巡るトラブルや特殊詐欺等が増加しているにもかかわらず、消費者基本計画の柱立てについては組み替えが行われていない。長期計画の存在が迅速な対応の足を引っ張ることにならないよう、計画期間の短期化や、毎年作成される消費者白書の内容に対応して計画の見直しを行うような仕組みを考えるべきではないか。
- 企業においても、中期計画、短期計画など、複数の経営計画を持っており、ニーズによってそれぞれの長さはまちまちであるが、重要なのは、動かしてはならない太い柱というのが本当にきちんとしているかである。それがしっかりしているのであれば、あとはその時々が生じる問題をどのように計画に反映して、対応していくかということになる。今後、新計画を策定する過程で、中長期的に取り組むべき課題と迅速な対応が求められる課題についてもしっかりと整理することとしてはどうか。