

第 8 回地方消費者委員会（札幌）
資料集

平成 25 年 5 月
内閣府消費者委員会

第8回地方消費者委員会(札幌)

平成 25(2013)年 5 月 25 日(土曜日)
於、道庁赤れんが庁舎2 F2 号会議室

[基調講演]

「消費者委員会の活動と製品の安全」

東京大学教授(消費者委員会委員長) 河上 正二

Part 「消費者委員会」というところ

(1)「消費者委員会」の組織(→パンフレット等資料)

消費者庁・消費者委員会設置法……

消費者庁からも独立した、民間委員で構成された、内閣府の第三者機関(8条委員会)

★審議会機能・監視機能・消費者とのパイプ機能

(2) 平成23年9月に立ち上がった第2次消費者委員会も、1年半を経過し、トラックでいえば第3コーナーから第4コーナーに差ししかかったところ。

消費者庁を含む行政の全般に対して、一定の監視機能を果たしつつ、消費者目線で主要な消費者問題への改善策を考える**短期的課題**と、消費者政策上の基本的問題を探究する**中長期的課題**の追求という重い使命に応えるべく、委員も職員も懸命に諸問題と取り組んでいる。予算的にも、事務局体制の整備においてもまだまだ十分とはいえない小さな所帯ではあるが、消費者の権益保護に向けた意識の高さでは、どこの部署にも負けない自信がある。昨年末に政権交代があったが、消費者委員会としての基本的スタンスは変わるものではない。消費者の権益を保護し、消費者にとって安全・安心な市場環境を守ることは、どのような政権の下でもしっかり取り組むべき課題であるからである。

消費者委員会は、いわば消費者行政全般に目を光らせる「お目付役」であるが、実際の作業の多くは消費者庁に遂行してもらう必要がある。その意味で、消費者委員会は消費者庁の「良心」のようなものであり、消費者庁が適切に司令塔機能を果たしてくれるよう見守りながら、関係省庁にものが言いやすいように支援する、あるいは言えない部分を補うという、黒子の役割を果たすことでもよいと考えている。

(3)消費者委員会の最近の活動について

ここ1年ほどの活動の中でも、実に、多彩な問題が扱われ、最終的には建議や提言等につながっている(→資料参照)。

①国民生活センターを含めた消費者行政の在り方に関する問題、②地方消費者行政の活性化といった大問題は言うまでもないが(これについては現在も問題対策の検討は進行中)、具体的消費者被害と結びついた種々の課題がたち現れた。

まず、昨年4月に立ち上げた**消費者安全専門調査会**では、主に、**消費者事故未然防止のための製品リコール情報等の注意喚起の徹底策**あるいは消費者事故未然防止のための事業者、事業者団体との消費者事故情報の共有・連携という、消費者事故に関するリスク情報の扱い方についての改善策が精力的に検討され、その報告書が今年2月に完成、これを受けて、委員会からも一定の建議を行った。おりしも、建議直後に、長崎の有料老人ホームにおける火災事故の原

因がリコール未回収品の加湿器らしいとの報道があり、にわかに、リコール情報の周知徹底がいかに重要であるかが関係者に深刻に受け止められ、再認識されたという皮肉な事態となった。

第 2 に、④「**違法ドラッグ**」問題に代表される領域境界型(あるいは競合型)の消費者問題がある。市場における通常の商品(たとえばハーブ)の形で、麻薬に近い危険性を帯びた違法ドラッグが、堂々と販売され、場合によっては青少年の薬物への入門「ゲートウェイドラッグ」として用いられていた。一部の関係者からは、「それが果たして消費者問題なのか」という疑問の声も聞かれたが、委員会としては、市場適合商品であるかの如き様相を呈しつつ危険なドラッグが市場に出回り、消費者の手の届くところにあること自体に重大な危惧をおぼえた。そして現に、重大な死亡事故まで発生するようになった。おかげで、この問題に関する委員会からの提言(昨年 4 月)に対しては、厚生労働省・警察庁・消費者庁ともに積極的に取り組んでいただき、現在では、指定薬物の拡充や包括指定導入などによって、摘発・取締を含む制度的対応がかなり可能になった。

同様に、⑤**美容医療・エステの不当広告表示問題**、⑥**医療機関債の不当勧誘問題**、⑦**インターネットを用いた誇大広告・欺瞞的勧誘**など、関係省庁の隙間あるいは競合領域で起きた問題に対する対応の必要が痛感されるものが少なくない。すでに制度としては、使えるものがあるにもかかわらず、役所のメンタリティとして「自分のところの仕事ではない」と考えているとすれば、その部分に光を当てて、消費者問題を重層的・多面的に協調して扱えるような運用と必要な制度改変が求められるところである。

第 3 は、⑧**公共料金問題**である。委員会では、電気料金や鉄道運賃などの公共料金の策定の透明化と消費者参画の必要性を昨年 2 月に建議として打ち出していたところ、昨年 5 月に、東京電力から家庭用電気料金の値上げ等を盛り込んだ電気供給約款変更の認可申請があったことに端を発し、にわかに社会問題と化した。関係者の努力もあって、委員会の求めていた消費者利益や消費者意見に配慮した電力料金策定のための手続きやチェックポイントも、相当充実したものになり、その後の値上げ申請に対応できる体制にはなった。ただ、具体的問題処理は、原発再稼働の可能性等を含めて、それぞれに難しい問題をはらんでいる。ここのところの電力料金値上げラッシュについて、それが真にやむを得ないものか、適切な企業努力が払われているか、消費者・利用者の意見は十分に反映されているか、なお慎重に吟味する必要がある。しかも、公共料金の在り方をめぐる問題は、電力料金問題だけではないことにも注意する必要がある(鉄道の加算運賃、ガス料金など)。

第 4 に、立法的課題であった⑨**食品表示一元化法案**、⑩**消費者裁判手続特例法案**については、紆余曲折を経ながらも閣議決定にまで辿り着き、国会審議にさしかかっている。これらについては、既に、委員会による意見を発出してから随分の時間を経過しており、法案に対しては内容的にも更に注文をつけたい箇所もないではないが、まずは、この間に、立法準備に奔走された消費者庁をはじめとする関係各位の努力に敬意を表するとともに、一日も早い成立を期待したい。

ちなみに、食品表示との関係では、委員会では、⑪**健康食品の表示の在り方**に特化した形での建議を行なった。近時の健康食品ブームにともなって、消費者の健康上の不安をあおり、健康食品への依存を高め、これさえ摂取していれば病気が治癒するかのうような誤認を与える広告表示が少なくない。健康の基本は、バランスのとれた食事と、適度の運動、十分な休養であることを、あらためて考える必要がある。最近の規制改革会議における健康・医療 WG での一般健康食品の機能性表示の容認にかかる制度改革への要請の動きにも、十分注意を払っていきたい。

第 5 に、消費者委員会の**建議や提言のフォローアップ**も重要で、HP を見ていただければ

分かるように、最近の委員会活動のかなりの部分が、ワンポイントでの建議フォローアップ・ヒアリングや消費者基本計画の検証・評価及び見直しの機会を捉えてのフォローアップ・ヒアリングに費やされている(それぞれのヒアリングでは委員長として総括コメントを加え、かなり細かな注文を付けている)。建議や提言が「言いつばなし」にならないように、地味ではあるけれども、こうした作業にも大いに力を入れているところである。

第2次の委員会にとって、今後に残された大きな課題は、⑫高年齢消費者の詐欺的投資勧誘被害への対応、⑬IT関連での不当な広告規制とビッグデータの利活用に伴う消費者情報保護、そして⑭消費者契約法の実体法部分の見直し作業である。いずれも、第2次消費者委員会の任期末までに、何らかの形で建議や提言をとりまとめたいたいと考えているところである。

とくに、消費者契約法の見直し作業については、法務省での民法(債権法)改正の動きに遅れないよう、準備作業をしっかりしていく必要があり、近々ワーキングチームによる問題点の整理をとりまとめて公表することを予定している。個人情報やプライバシー保護の問題は、マイナンバー制の導入問題とも絡んで微妙な問題で、慎重に考えていく必要がある。

消費者委員会としては、以上のような諸課題について精力的に取り組むとともに、地方消費者委員会などでいただいた現場の皆様の声を踏まえ、消費者の視点に立った調査審議を進めていく所存である。今後とも、委員会への温かい御支援をお願いしたい。

Part 製品の安全について

ここでの課題

- 何が、どんな事故を事故を引き起こしているか？（私たちの生活の周りに潜む危険）
車両・食品・医薬品 etc. <不動産・設備・役務はひとまずおく>
- 製品における「瑕疵」と「欠陥」の違い
- 法はどのような対策を講じているか
- 消費者にできることは何か

(1) 製品の安全に関する法

a. 対象によって異なる法規制

b. 考えられる種々の対策

- ①主務大臣による安全基準・規格の策定
- ②事業者の届出制などによる参入規制
- ③製品等の許認可制度
- ④表示事項、表示の在り方に関する規制
- ⑤商品検査精度・点検制度
- ⑥行政調査・指導・罰則など
- ⑦欠陥製品の回収(リコール)制度
- ⑧民事の損害賠償制度(瑕疵担保責任・不法行為責任など)

c. 対象別の主な法規制

①製品・製造物一般

・消費者安全法……事故情報の収集・分析・調査・原因究明等

(※消安法は設備・役務を含み、製品事故限られない)

cf. § 15消費者安全調査会(いわゆる消費者事故調)の設置

(原因究明のための調査・対策提言等)

・製造物責任法(PL法) 製造・加工された動産の欠陥によって生じた損害につき、民事の損害賠償請求権を付与。(不動産・未加工農水産物等については要検討)

②消費生活用品

・消費生活用製品安全法

対象となる製品→消費生活用製品全般(例外あり)

本法は、消費生活用製品、特定製品、特別特定製品および特定保守製品について、製品事故や重大事故が発生した場合の事業者、内閣総理大臣および主務大臣の対応を定める。また、特定保守製品については長期使用製品安全点検制度・長期使用製品安全表示制度を定める。

船舶安全法・食品衛生法・消防法・毒物及び劇物取締法・道路運送車両法・高圧ガス保安法・武器等製造法・薬事法の各法令で規制される製品、その他制令で定めるものは除外。

- ・液化石油ガスの保安の確保及び取引の適正化に関する法律
- ・ガス事業法
- ・電気用品安全法
- ・有害物質を含有する家庭用品の規制に関する法律
- ・家庭用品品質表示法
- ・日本工業規格制度 (JIS マーク表示)

③食品

- ・食品安全基本法
- ・食品衛生法:
 - 食品・添加物規制、器具・容器包装の規制、特定食品の製造・加工承認、表示制度
検査・行政調査、営業規制
- ・農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律 (「安全」というより「選択」)
- ・米穀等の取引業に係る情報の記録及び産地情報の伝達に係る法律

④自動車等

- ・道路運送車両法: 登録制度・保安基準・点検整備

⑤医薬品等

- ・薬事法
 - 対象としての「医薬品等」: 医薬品・医薬部外品・化粧品・医療機器

(2) 注意喚起

○消費者庁からの注意喚起の例

特にフォローすべき製品について (http://www.cao.go.jp/safety/pdf/130426kouhyou_2.pdf)
cf. 事故情報データベースシステム (http://www.jikojoho.go.jp/a1_national/)

○国民生活センターからの注意喚起の例

電気炊飯器による子供のやけど事故 (http://kokusen.go.jp/news/deta/n-20110317_1.html)
加圧スパッツの利用による危険情報 (http://kokusen.go.jp/news/deta/n-20110408_1.html)
ローラー付きシューズでの転倒事故 (http://www.kokusen.go.jp/news/deta/n-20100526_1.html)
首下げ除菌装置によるやけど事故 (http://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20130430_1.html)
こんにゃくゼリー誤飲窒息事故 (http://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20080930_1.html)

(3) 訴訟案件など

- スキーバインディング非解放による骨折事故
- あわたて器金属棒失明事故
- 折りたたみ卓球台店頭受傷事故
- カプセル入り玩具誤飲事故
- 電気カーペット火災死亡事故
- 携帯電話による火傷事故
- エレベータードアの開閉不良圧死事故

(4)「製品の安全」とは？

a.瑕疵・欠陥の意味

売買目的物の「瑕疵」は、一般に、「その物が通常有すべき性状を欠いていること」と説明される。しかし、瑕疵の有無は、客観的に定まるといふより、契約の趣旨を勘案して、その契約目的に適合的であるかを考えて判断する必要があること。

Q 考えてみよう

・背の低い老婆が購入した「キッチンの高さ」が、通常人を基準にした高さであった場合、これは「瑕疵」といえるだろうか？ 自分は背が低いからと、注文したときはどうか？

・自動車が一度、登録され、いわゆる「ナンバー落ち」しているが、誰も乗車して走行していない場合、新車の購入者にとっては瑕疵ある自動車だろうか？。

「欠陥」概念:

PL 法 2 条 「当該製造物の特性、その通常予見される使用形態、その製造業者等が当該製造物を引き渡した時期その他の当該製造物に係る事情を考慮して、当該製造物が通常有すべき安全性を欠いていること」

……欠陥があるかどうかは、総合的な判断(評価)で定め、時代や想定される使用形態等とともに、変化しうるものであることに留意する必要があること。

Q.自動車→ ブレーキ・オイルが漏れやすい。

マットがアクセルペダルに引っかかりやすいのは？

→ 主として、寒冷地や山間地での使用が予定されている場合の水準は……？

欠陥には、「構造上の欠陥」・「指示・警告上の欠陥」・「設計上の欠陥」があるといわれる。

少なくとも、予見可能な通常の用法で使用して損害が発生する蓋然性が高い場合には、欠陥ありと判断されるが、それが設計ミスや構造に起因するものか、単なる「できそこない」か、指示・警告の不十分さに起因するかは、局面ごとに異なること。

東京地判 H6・5・27[外れやすい自転車サドル]、

大阪地判 S61・2・14[幼児用アーチェリー玩具の吸盤が外れて矢先が露出した事故]、

最判 S58・10・20[柄が握り手から抜けやすいバドミントン・ラケット。破棄差し戻し]、

東京地判 H15・3・20[医療用器具。気管切開チューブの閉塞につき指示警告上の欠陥あり]、

東京地判 H12・5・22[化粧品の危険につき]、

名古屋高金沢支判 H19・7・18[業務上焼却炉の指示警告上の欠陥あり]、

鹿児島地判 H20・5・20[カプセル入り玩具のカプセルを2歳児が誤飲]、

仙台高判 H22・4・22 判時 2086 号 42 頁[ポケットに入れてこたつに入っていると異常に発熱して火傷を引き起こした携帯電話]。

*安全性の欠如といっても、客観的に一律に評価できるものばかりでなく、物を使う人の属性・能力と、物の特性・性状、用法に伴う説明・警告の有無等によっても左右されるものであることに留意。

b.判断の難しさ

危険度は、目的物の性状と、利用者の属性、利用状況によって変化する
通常有すべき安全性の欠如・想定される誤使用による被害の惹起……想定外は？

考えてみよう

Q.誰が・どのような場面で事故に遭うか

Ex 1. 包丁は切れなければ調理ができない欠陥品であるが、使い方次第では指を切ることがある(危険)。A 女は、慣れない手つきで野菜を切っていて怪我をした。

Ex 2. 着火用ライターの着火装置が重くなったために(安全?)、老人 B が火をつけづらくなり、カー杯点火装置を押した際に爪を割ってしまった。

Ex 3. こんにゃくゼリーを食べた 3 歳の幼児 C が、のどに詰まらせ窒息した(その物性・形状に問題があったのではないか)。老人 D がお餅をのどに詰まらせた場合も同じか？

Ex 4. プラスチック製のストローをくわえていた幼稚園児 E が、廊下を走っていて転んだとたん、ストローが口腔内を傷つけて大量に出血した(cf.ストローを加えた子供が倒れたときに、口中で一点にかかる力は、約26 Kg (→ほお肉を破る威力)ある)。

Ex 5. 指を入れると止まる扇風機。隣家の扇風機は止まらず、遊びに行った子 F が、扇風機に指を入れて羽を止めようとして指を切ってしまった。

Ex 6. 石けんの泡立ちをよくするために混入した植物由来物質が、G のアレルギー被害を引き起こしてしまった。

一見、安全に見えるものも、利用する者の年齢・能力・知識等によって、危険な製品となることがある。また、客観的には危険な製品も、技術と経験によって、危険製品とは考えられないものもあること。

→目的物の使用者や近くにいる者の間での「リスク情報の共有」と「リスク支配可能性」が鍵。

製品が高度化・複雑化した現代では、個人の危険への対応力・耐性には限界。

消費者の選択権を守ることの重要性。情報提供義務・説明義務・警告義務の強化へ。

cf.民法(債権法)改正中間試案第 27-2

リスク・コミュニケーションの重要性

:以下にして必要かつ正確なリスク情報を、的確に潜在的危険集団に伝えるか？

「正しく怖れる」ために……………

信頼できる情報筋とターゲティング

インパクトのある注意の喚起(驚き・不安・意外性→関心 etc.→安心へ) 心理学の出番？

反復による反射神経の鍛え上げ (cf. 柔道の「受け身」)

危険や痛み、怖さを知ること、ときには大切(痛みによる学習?)

どうすれば危険を回避できるか、リスクをコントロールできるかの情報とセットで

< cf.マッチで火をつけられない子ども、鉛筆をナイフで削れない子でよいか >

c.製品の利用者・使用者にもできること

・安全性を担保するものは、公的レベルでのセーフティネットや製品の安全装置等の装備だけでなく、利用者が、危険情報の認識を共有し、常に先手先手と危険因子を排除する注意深さや、万一危害が発生したときに、その被害をできるだけ小さなものにとどめる対処法を知っていることが重要である。

・そのためには、文字通り潜在的な被害者(幼児・高齢者など)の「目線」で製品を見、それが用いられる環境に配慮しつつ、常識と想像力を働かせ、危険を察知し、これを回避する努力(本人への啓発・教育等を含む)が必要である。

既知の危険情報や、発生した事故情報に関する認識の蓄積は、これを助ける。

*不幸にして事故に遭遇したときは？ →事故の発生経緯や状況について客観的な記録を残し、事故製品を確保しつつ、できるだけ記録(写真・ビデオなど)を保存すること。一人で悩まず、センターや弁護士などの専門家にいち早く相談すること。

以 上

参考 【事故情報の情報源】

○製品一般について

消費者庁データベース：http://www.jikojoho.go.jp/ai_national

cf.「消費者事故等に関する情報の集約及び分析のとりまとめと結果の報告(H.25.2)」

国民生活センター危険情報・商品テストなど：<http://www.kokusen.go.jp>

経済産業省事故情報収集制度：<http://www.nite.go.jp>

<http://www.nite.go.jp/index2.html>

○自動車リコール・欠陥情報ほか

国土交通省リコール情報ほか：<http://www.mlit.go.jp/carinf/rcl/defects.html>

○医薬品

厚労省医薬品等安全性関連情報：http://mhlw.go.jp/kinkyu/iyaku_j/iyaku_j.html

○食品

厚労省食品安全情報：<http://www.mhlw.go.jp/topics/bukyoku/iyaku/syoku-anzen/index.html>

北海道における消費生活行政の現状と取組

平成25年5月25日

北海道環境生活部くらし安全局消費者安全課

北海道立消費生活センター

北海道消費生活条例

道民の自主的かつ合理的な消費行動を促すため、
北海道立消費生活センターを設置する。

1 経緯

昭和44年 北海道消費者センター開所（設置者：北海道消費者協会）

平成12年 北海道立消費生活センター設置（設置者：北海道
受託者：北海道消費者協会）

平成18年 指定管理者制度導入（指定管理者：北海道消費者協会）

2 施設

札幌市中央区北3条西7丁目 道庁別館西棟

開館時間：午前9時～午後5時

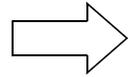
（土・日曜日、祝日、年末年始を除く）

相談受付：午前9時～午後4時30分

相談専用電話 050-7505-0999

3 業務

相談受付



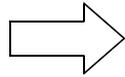
来所・電話・メール相談

H24年度相談受付件数：5,680件



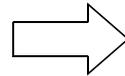
情報・学習機会の提供

くらしの広場



書籍、広報紙、リーフレット、テスト商品などの展示

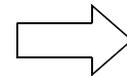
くらしの教室



研修や講座などの開催

商品の試験、検査等

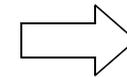
依頼テスト



苦情、相談による商品テスト

(H24.12～食品の放射性物質に
関する簡易検査を実施)

試買テスト



新商品、注目商品の比較テスト



放射性物質簡易検査イメージ

道内の消費生活相談体制

消費者安全法

市町村の主な事務： 苦情相談、あっせん等の対応
 都道府県の主な事務： 広域的相談等対応
 市町村に対する技術的支援等



国による相談体制整備のための財政措置

【地方消費者行政活性化交付金：H21～23，24，25】

< 市町村相談体制（H24.4） >

179市町村のうち

・ 苦情相談を概ね処理できる	165（92.2%、人口98.4%）
・ 簡易な相談等なら対応できる	14（7.8%、人口1.6%）

広域体制
(H25.5)

15(91市町村)

道の取組

市町村苦情対応支援：市町村専用電話・専任者による助言
 人材育成支援：定期・随時研修、職員派遣研修等、人材バンク制度
 情報提供：被害情報、研修・啓発情報の発信

法令に基づく事業者への処分等

< H24年度 >



特定商取引法（特定商取引に関する法律）

- ・ 業務停止命令 2 件 （業務の全部又は一部を停止すべきことを命令：公表）
- ・ 指示 1 件 （必要な措置をとるべきことを命令：公表）
- ・ 指導 47 件 （行政指導：非公表）

指導件数には、北海道消費生活条例に基づく指導を含む。



JAS法（農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律）

- ・ 指 示 3 件 （適切な表示、法の遵守を指示：公表）
- ・ 指 導 150 件 （行政指導：非公表）



景品表示法（不当景品類及び不当表示防止法）

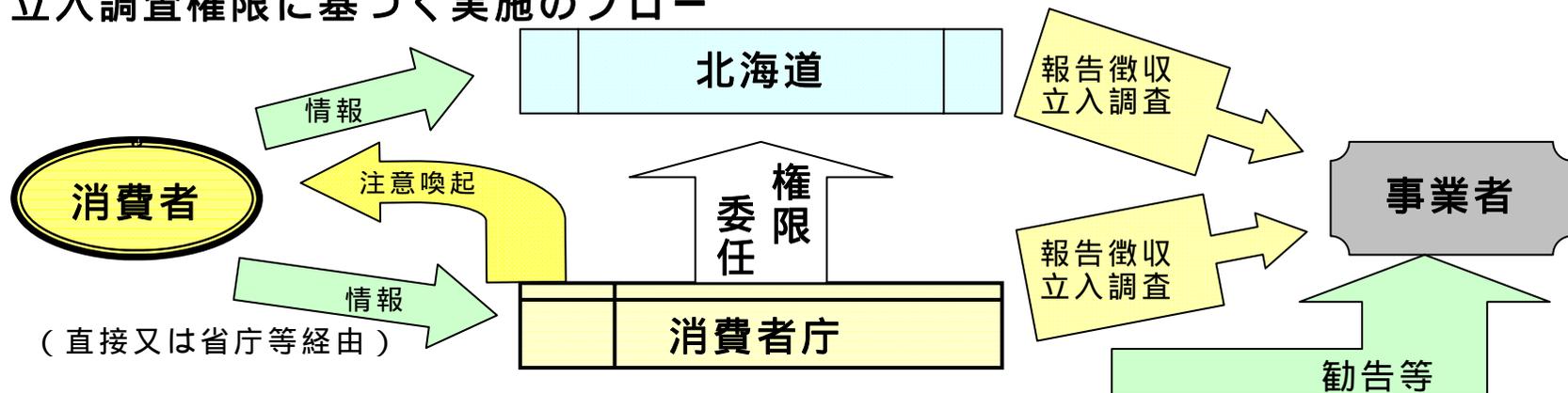
- ・ 指 示 1 件 （不当表示の取りやめ、再発防止等を指示：公表）
- ・ 注 意 12 件 （行政指導：非公表）

消費者事故対応

1 消費者安全法に基づく報告徴収、立入調査権限（～を受任 H25.4.1）

消費者事故等	
安全分野（生命身体事故等）	財産分野
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="border: 1px dashed black; padding: 2px;">商品、役務の使用等による事故</div> <div style="border: 1px dashed black; padding: 2px;">安全性を欠く左記のおそれ</div> </div>	虚偽、誇大広告等の消費者の利益を不当に害し、自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがある行為による事態
重大事故等	多数消費者財産被害事態
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="border: 1px dashed black; padding: 2px;">上記の内、死亡、負傷・疾病等 30 日以上 の被害</div> <div style="border: 1px dashed black; padding: 2px;">安全性を欠く左記のおそれ</div> </div>	<ul style="list-style-type: none"> ・上記の内、商品等の内容又は取引条件が実際と著しく異なるもの ・同消費者利益を侵害する不当な取引

2 立入調査権限に基づく実施のフロー



消費者教育の推進

法律の制定

平成24年8月 「消費者教育の推進に関する法律」制定

⇒ 消費者教育の総合的・一体的な推進

⇒ 国民の消費生活の安定・向上に寄与

Q 消費者教育とは？

A 消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育・啓発活動

< H25年度事業 >

[北海道（環境生活部）]

学校訪問講座

～ 小・中・高・大学を訪問

消費者教育サポートセミナー

～ 消費者教育を担当する教員を対象

消費者教育啓発キャンペーン

～ 絵画コンテスト、キャラクター募集等

くらしの総合セミナー

～ 商品事故やトラブルに関する講座

高齢者消費者被害防止セミナー

～ 高齢者に接する機会の多い方を対象

被害防止啓発員養成セミナー

～ 地域ネットワークを活用し啓発員を養成

食の安全安心キャンペーン

～ パネル展、簡易実験等

メールマガジン 発行中

[内 容] ・昨今の悪質商法の手口と対処法
・道が公表した不当な取引を行う事業者
・製品事故情報と注意喚起 等

[発行回数] 月2回程度

[登録方法] <パソコンのみ～携帯・スマホは利用できません>
「北海道のメールマガジン」のサイトにアクセス
メールアドレスを登録
消費者被害防止情報「消費者ほっとメール」を選択

アドレス



<http://www1.hokkaido-jin.jp/cgi-bin/magazine/>

又は

北海道のメールマガジン

検索



消費者事故未然防止のための情報周知徹底に向けた対応策についての建議

平成 25 年 2 月 12 日
消費者委員会

消費者委員会は、消費者事故の未然防止、拡大防止のための課題の対応策についての調査審議を消費者安全専門調査会（以下、「専門調査会」という。）に提示し、専門調査会は、主に製品のリコール情報を含む注意喚起情報の周知徹底方法に力点を置いて審議を重ね、報告書の取りまとめを行い、第 111 回消費者委員会（平成 25 年 1 月 29 日）において報告を行った。

報告書によれば、リコール開始後の未対策製品による重大製品事故の発生件数は、平成 19 年度以降、継続して年間 100 件¹を超え、減少傾向になっていない。このことから、リコール情報が必要とされる消費者に行き渡っていない、並びに、情報が届いていても消費者が行動するに至っていない状況と考えられる。さらに、消費者委員会が実施した消費者アンケート調査等において、リコール情報等の身体・生命・財産を損ねる危険のある製品に関する情報を入手できていない消費者が増えてきている状況がうかがえる。

専門調査会の検討では、リコール情報を含む注意喚起の情報が確実・迅速に伝わる体制づくりにおいて、従来よりも更に一步踏み込んだ対応策の必要性が確認された。

消費者委員会は、この報告書の内容を踏まえ、消費者庁及び消費者委員会設置法に基づき、内閣府特命担当大臣（消費者）、経済産業大臣等関係各大臣に対して、以下のとおり建議し、各種施策の実施に向けて、早急な対応を求めるものである。

さらに、消費者委員会は、この建議に掲げた各事項への対応について、本年 8 月までに報告することを求める。

¹ 毎年、新規のリコールは 100 件以上開始されており、経済産業省が公表しているリコール開始後の未対策製品による重大製品事故の発生件数には、リコール開始の契機となった事故が含まれている。

1. 行政機関を通じての情報周知の方策

【建議事項】

消費者庁は、消費者安全法により事故情報が通知、収集される行政機関を通じたルートについて、情報発信のルートとしても活用できるよう、双方向の流れとする体制を整備し、広く多様なルートを活用するための検討を行うこと。

【建議事項】

消費者庁は、関係各省庁<警察庁、総務省消防庁、経済産業省、厚生労働省、国土交通省、農林水産省など>が独自に持っている情報提供のツールや媒体の把握に努め、消費者の属性に応じて、そのツールに伝えるべき情報の掲載や紹介を積極的に求めること。

また、関係各省庁は、独自に持っている情報提供のツールや媒体について、消費者庁からの協力要請に積極的に対応すること。

具体例としては、以下のようなことが考えられる。

乳幼児の安全：母子健康手帳への記載（消費者庁、厚生労働省）

自動車関連：運転免許の更新時の機会を利用した周知、自動車関連の税金納付書送付時を利用した周知（消費者庁、警察庁、国土交通省）

福祉機器（介護ベッド等）：福祉・介護関係者（ヘルパー等）を通じた周知（消費者庁、厚生労働省、経済産業省）

【建議事項】

消費者庁は、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、安全に係る情報伝達を扱う情報提供の拠点とする位置づけを図り、さらに情報の重要度合がわかるように発信する情報内容を検討の上、伝達を行っていくこと。

行政機関が既に持っている情報発信、周知を行うルート、消費者に情報を伝えるツールを最大限に活用し、情報発信の強化を図る必要があることから、上記の対応を求める。

2. 事業者等を通じての情報周知の方策

【建議事項】

経済産業省は、販売事業者等の実態をより調査し、リコール対象製品を購入した消費者への情報提供に係る消費生活用製品安全法に定められた義務等の具体的かつ効果的な実施方法について検討を行うこと。

消費生活用製品安全法では、第34条²に製造・輸入・販売事業者による一般消費

² 消費生活用製品安全法 第34条：

消費生活用製品の製造、輸入又は小売販売の事業を行う者は、その製造、輸入又は小売販売に係る消費生活用製品について生じた製品事故に関する情報を収集し、当該情報を一般消費者に対し適切に提供するように努めなければならない。

者への製品事故に関する情報提供、第 38 条第 2 項³に販売事業者が製造・輸入事業者が行うリコールに協力する一定の努力義務について定めている。

リコール情報を含む注意喚起情報の伝達に当たっては、販売事業者等が保有する、リコール対象製品を購入した消費者の情報を有効に活用する事が有益である。

このため、個人情報保護の観点を整理した上で販売事業者等が消費者の情報を製造・輸入事業者に提供する、又は、販売事業者等が製造・輸入事業者に代わって消費者へ情報を伝達することで、より多くの消費者に情報を届けることが期待できることから、上記の検討を行なうよう求める。

3 . 情報通信技術を活用した情報周知の方策

【建議事項】

消費者庁は、リコール情報サイトについて、情報提供のための基本的な方針を検討し、掲載情報の充実を図ること。

具体例としては、以下のようなことが考えられる。

- ・事業者から直接の情報提供が増えるよう働きかけること
- ・掲載情報が分かりやすくなるよう、リコール対象となった製品の写真や図表等の掲載を検討すること
- ・リコール情報検索機能の強化
- ・「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」等の一覧表示機能の改善

【建議事項】

消費者庁は、「リコール情報メールサービス」と「子ども安全メール from 消費者庁」との連動を検討すること。また、他省庁や独立行政法人が行っているメールマガジンとの連携も有効であることから、連携に向けて協議を行うこと。関係各省庁は、消費者庁からの協力要請に積極的に対応すること。

平成 24 年 4 月に開設された消費者庁のリコール情報サイトについて、より一層の充実を図り、リコール情報発信の総合窓口として広く認知、活用され、リコール対象製品による事故の未然防止に役立てられるよう、上記の対応を求める。

4 . 製品安全に係る消費者教育・啓発の充実のための方策

【建議事項】

消費者庁及び関係各省庁は、消費者の日常生活における危険認知や回避能力の向上のためにも、製品安全に係る消費者教育・啓発の一層の充実をはかること。

消費者が自立して、自らの安全のために行動することが重要であることから、上記の対応を求める。

³ 消費生活用製品安全法 第 38 条第 2 項:

消費生活用製品の販売の事業を行う者は、製造又は輸入の事業を行う者がとらうとする前項の回収その他の危害の発生及び拡大を防止するための措置に協力するよう努めなければならない。