

**消費者基本計画の検証・評価・監視にかかるヒアリング対象施策
(第182回、第183回消費者委員会)**

日程	テーマ	ヒアリング事項	ヒアリング対象省庁等
[第1回] 1/27	地方消費者行政の体制整備の推進等	<ul style="list-style-type: none"> ・地方消費者行政活性化基金への積み増しを取りやめ、単年度の交付金による財政支援へ変更されるが、その内容について説明されたい。 ・消費生活相談員資格試験制度等に関する検討状況について説明されたい。 ・消費者安全法の改正を受けた内閣府令の改正案やガイドラインの案について、その内容を説明されたい。 	消費者庁
	次期消費者基本計画の素案の概要等	-	消費者庁
[第2回] 2/3	高齢者向け住まい	<p>(1) 施設・サービスの利用に係る契約上の問題 (厚生労働省)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現行の消費者基本計画の施策番号58-2に掲げられた取組に関し、平成25年5月の第121回消費者委員会において、有料老人ホーム等に係る前払い金の実態と償却についての透明性をさらに高めるための方策を含めた前払金の在り方について、「25年度に実態を調べ、26年度、入居一時金の在り方を検討し、想定居住期間についても調査する」との説明をいただいているが、その取組状況について説明されたい。 ・入居費用に関して、入居一時金方式から、月払い方式などに移行している施設が出てきているが、最近の状況について説明されたい。 ・老人福祉法や高齢者住まい法で禁止されている権利金を法律に違反して入居者から徴収しているような事案はないか、実態を把握していれば、説明されたい。 ・高齢者向け住まいの運営の適正化を図る上では、行政と事業者団体との連携を図る必要があると考えられるが、事業形態毎の事業者団体の設立状況や活動状況、対象となる施設の加入率を把握していれば説明されたい。 ・法律に定められた届出等を行っていない事業者の状況をどのように把握しているか、これらの事業者における入居一時金の実態把握状況及び対策状況を説明されたい。 ・全国の消費生活センター等には、事業者等による介護サービス利用の強引な勧誘や、施設退去時に高額な退去費用の支払いを求められる、契約に違反して追加の費用の支払いを求められるなどの相談が寄せられているが、これらのトラブルについて、どのように把握しているか、またこれらのトラブルの発生を防止するために、事業者に対する処分、指導等どのような取組を行っているか説明されたい。 <p>(2) 施設・サービスの利用における安全 (厚生労働省)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高齢者向けの住まいにおける施設・サービスの利用において、高齢者が死亡又は負傷した事故全体及び類型ごとの発生件数(過去5年間)の推移及び収集した事故情報の活用状況について説明されたい。 ・高齢者向けの住まいにおける施設・サービスの利用における事故の防止に向けた取組状況(ガイドラインの策定、事業者に対する指導・監督等)とその効果について説明されたい。 <p>(3) サ高住を巡る諸問題 (厚生労働省・国土交通省)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・2014年9月から開催されている「サービス付き高齢者向け住宅の整備等のあり方に関する検討会」において示された消費者被害(財産被害・安全等)に関わる論点と今後の対応について説明されたい。 <p>(厚生労働省)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・厚生労働省が平成26年度に実施した自治体に対するアンケート調査の結果について説明されたい。 	厚生労働省 国土交通省

日程	テーマ	ヒアリング事項	ヒアリング対象省庁等
【第2回】 2/3	エステ・美容医療サービスに関する消費者問題	<p>平成26年5月の消費者基本計画の検証・評価・監視において、当委員会は、以下のとおり意見を述べたが、それぞれについての検証・評価の結果を説明されたい。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「医療広告ガイドライン」改定後の状況について把握し、ガイドライン改定の効果について検証・評価を行うとともに、十分な効果が見られない場合には法規制を含めたさらに必要な措置を検討されたい。 ・「自由診療におけるインフォームド・コンセントの取扱い等についての指針」策定後の検証・評価結果を明らかにした上で、十分な効果が見られない場合には法規制を含めたさらに必要な措置を検討されたい。 <p>平成26年5月の消費者基本計画の検証・評価・監視の審議の中で、バナー広告等とリンクしない医療機関のホームページについても、広告とみなすべきとの指摘をしたことに対し、厚生労働省から、認知性の観点から広告とはみなされない、との説明を受けている。しかし、医療機関のホームページにバナー広告等を通じて閲覧するものも、検索結果を通じて閲覧するものも、医療機関のホームページの適正化を図る上では、同等の取り扱いとすべきと考えるが見解を説明されたい。</p> <p>エステ及び美容医療サービスにおける健康被害について、実態の把握及び対策の状況を説明されたい。</p> <p>エステ及び美容医療サービスにおける消費者被害防止のために、新基本計画の計画期間内において、いつまでにどのような取組を行うのか説明されたい。</p>	厚生労働省

次期消費者基本計画の素案（平成27年2月）等に対する意見

平成27年2月17日
消費者委員会

消費者基本法においては、消費者基本計画の検証・評価・監視について、それらの結果の取りまとめを行おうとする場合には、消費者委員会の意見を聴かなければならないとされている。このため当委員会としては、計画の実施状況や計画に盛り込むべき新たな課題等に係る検討を調査審議の重要な柱の一つと位置付けてきた。

次期消費者基本計画（以下、「次期計画」という。）については、昨年5月公表の「消費者基本計画の改定素案（平成26年5月）等に対する意見」により、高齢化や情報化、国際化等がさらに加速する中で必要となる消費者政策の具体策について検討するとともに、現政権が進める経済成長戦略や規制改革と消費者利益の擁護・増進を車の両輪として進めていくための計画の在り方について、十分議論することが必要であること等を提言するとともに、消費者庁から、随時、その検討状況についてヒアリングを重ねてきた。また、本年1月27日及び2月3日の委員会本会議において、「地方消費者行政の体制整備の推進等」、「高齢者向け住まい」、「エステ・美容医療サービスに関する消費者問題」の3つのテーマについて、実施状況や今後の取組等について関係省庁からヒアリングを行うとともに、次期計画の素案について、2月10日に消費者団体ほか関係団体等との意見交換会を行ったところである。

当委員会としては、関係省庁等ヒアリングや関係団体との意見交換の結果や、当委員会が行った意見表明の内容等を踏まえ、次期計画の策定において特に留意すべき事項や具体的に検討すべき課題について、下記のとおり意見を述べる。関係省庁等におかれては、下記の各項目について十分に検討の上、可能な限り次期計画の原案等に反映されたい。

当委員会としては、本意見及びパブリックコメントの次期計画への反映状況やその後の実施状況等について引き続き監視を行い、消費者被害の状況が深刻なものや取組が不十分と考えられるもの等については、必要に応じて建議等を行っていくこととする。

記

1. 計画全般に関する事項

消費者行政の総合調整事務については、「内閣官房及び内閣府の業務の見直しについて」（平成27年1月27日閣議決定）において、第189回通常国会に関連法案が提出されることとしており、国会での審議により関連法案が成立すれば、内閣府から消費者庁に移管されることとなる。

このため、関連法案が成立した後、次期計画の実施状況に関する検証・評価や、計画の見直しについて、消費者庁は、消費者行政の司令塔役・エンジン役を強力に発揮するための、総合調整機能を有することを明記すべきである。

第1章の「1 消費者政策の更なる充実に向けて」での消費者庁がこれまでに取り組んできた各種法律の制定・改正等の記載について、消費者庁及び消費者委員会の設置以降、消費者行政は消費者庁、消費者委員会、国民生活センターが連携して取り組んできたことを示すように、本文を工夫されたい。

第3章の「1 消費者政策の推進により目指すべき姿」での「勧誘を受けるかどうか(P)」の記載について、詐欺的投資勧誘や不招請勧誘に伴う消費者被害が発生していることから、「勧誘を受けるかどうか」を選択できることは極めて重要であり、本文に明記されたい。

第2章で記載されている課題と第4章で記載されている施策との対応関係が不明確であり、例えば、高齢者の消費者被害の防止と救済について、第4章の各項目において、関連する施策が記載されているが、消費者政策全体としてどのような取組を行うのか分かりにくい。第2章で記載されている課題と第4章で記載されている施策との関係性や、現行計画の施策と次期計画の施策との関係性が把握できるよう、末尾に対照表を付加する等、説明の仕方を工夫されたい。

次期計画の素案において示されている工程表のなかには、既存の取組を延長しているだけで、今後5年間で取り組むべき大きな課題に挑戦するという意欲が感じられないものが見受けられ、KPI（重要業績評価指標）についても、消費者被害の防止等、個々の施策に関連する取組全体の効果を把握するには不十分なものが多い。原案を策定するに当たっては、以下の事項について再度検討を行い、必要なものについては修正・追加等を行われたい。

(1) 工程表

年限を区切らずに5年間で取り組むことが示されているものについて、特に、法令改正等の新たな制度を検討するものなどについて、可能な限り改正のスケジュールを明確化できるように、取組の進め方等について見直しをされたい。

(2) KPI（重要業績評価指標）

本文及び工程表に記載されている全ての施策のKPIについて、以下の4つの基準を念頭に見直しをされたい。

- () 法令及びガイドライン等の見直しや改訂の実施状況
- () 消費者や事業者等への、法令及びガイドライン等の周知状況
- () 消費者関連法令の執行等、行政処分の実施状況
- () 関連する取組全体の効果としての消費者被害の発生状況

なお、() については、広報資料の作成部数や説明会の回数で測るのではなく、周知率（例えば、周知すべき対象者に対して、知っている者の割合や実際に説明を受けた者の割合）で測ることを検討すべきである。

また、()については、消費者被害の抑止の効果を直接的に計測する指標として、PIO-NET(全国消費生活情報ネットワーク・システム)の活用等により消費者被害金額を把握することも検討されるべきである。

2. 関係省庁等ヒアリングの結果を踏まえ、留意が必要な事項

(1) 地方消費者行政の体制整備の推進等

平成27年度から地方消費者行政活性化基金が単年度の交付金に変更されたが、地方における消費者行政の計画的・安定的な取組が可能となるような財政支援の実施に向けて引き続き最大限の努力をされたい。(消費者庁)

地方公共団体の消費者行政担当部署が司令塔的役割を十分果たすことができるよう、庁内連携の推進、相談業務の広域連携、消費生活相談等の事務の委託、消費者安全確保地域協議会等につき、各地における取組状況や好事例を広く共有する旨を明記されたい。(消費者庁)

(2) 高齢者向け住まい

高齢者の生活の場が多様化するなかで、契約面や安全面など、高齢者が安心して生活できるようにするための消費者保護の制度を整備すること等が必要である。こうした観点から、以下の事項を含めた高齢者向け住まいに関する取組について、次期計画に明記されたい。(厚生労働省、国土交通省)

- ・未届施設も含む高齢者向け住まいの施設・サービスの利用に係る契約上の問題に関する実態把握と、退去時に高額な退去費用の支払いが求められる等のトラブルを防止するための、事業者に対する処分、指導等
- ・未届施設も含む高齢者向け住まいの施設・サービスの利用に係る事故情報の収集及び、事故の防止のためのガイドラインの策定や事業者に対する指導・監督等
- ・サービス付高齢者向け住宅に関する実態把握のための調査と、消費者被害への対応等

(3) エステ・美容医療サービスに関する消費者問題

次期計画の素案において、「美容医療サービス等の消費者被害防止」及び「医療機関のホームページによる情報提供」に記載されている取組について、ガイドラインや指針の遵守状況等、これまでの表示及び事前説明に関する取組とその効果について十分に検証・評価を行い、十分でない点があれば、法規制を含めたさらに必要な措置を講じる必要があることは従前から指摘しているところである。しかし、今般の関係省庁ヒアリングの結果、現時点において、検証・評価が適切に行われていないことが明らかとなった。

エステ・美容医療サービスについては、全国の消費生活センターに寄せられる危害相談件数が増加傾向にあり、「フェイスリフト術」等の美容医療に係る集団訴訟等、問題は深刻化している。これまでの取組について、十分な効果が見られない場合には、医療法に限らず特定商取引法の改正も含めて法的措置の検討を行うことが必要である。こうした観点から、以下の事項を含めた取組について、いつまでにどのような取組を行うのか明記されたい。(厚生労働省、消費者庁)

- ・「医療機関ホームページガイドライン」及び「医療広告ガイドライン」の効果につい

て、早急に適切な方法により検証・評価を行い、その結果を明らかにしたうえで、十分な効果が見られない場合には法規制を含めた必要な措置を講じるべきであり、適切な方法及び規模により検証・評価を行う時期及び、法規制を含めた措置を講じる時期を明記されたい。(厚生労働省)

- ・「自由診療におけるインフォームド・コンセントの取扱い等についての指針」策定後の効果について、早急に適切な方法により検証・評価を行い、その結果を明らかにしたうえで、十分な効果が見られない場合には法規制を含めた必要な措置を講じるべきであり、適切な方法及び規模により検証・評価を行う時期及び、法規制を含めた措置を講じる時期を明記されたい。(厚生労働省)
- ・美容医療サービスを特定商取引法上の特定継続的役務として取り扱うべきかについて引き続き検討を加えることを明記されたい。(消費者庁)

3. 個別施策に関する事項(第4章及び第5章関連部分)

【¹1 消費者の安全の確保】

生命・身体に関する消費者事故について、事故情報の収集を徹底するとともに積極的に活用することで消費者の安全を確保するとともに、いわゆる「すきま事案」について必要な措置を講じられたい。(消費者庁)

現行計画に記載されている「まつ毛エクステンションの施術に係る安全の確保」については、対策を実施した効果について検証・評価を行い、十分な効果が見られない場合には、さらに踏み込んだ検討を行うことを明記されたい。(厚生労働省)

2) 消費者事故等の情報収集及び発生・拡大防止

事故情報の収集、公表及び注意喚起

- ・「教育・保育施設等における事故情報の収集及び活用に関する建議」(平成26年11月)を踏まえ、事故情報を適切に収集及び活用するとともに、事故の原因を検証する仕組みを構築することを明記されたい。(内閣府、厚生労働省、文部科学省、消費者庁)

製造物責任法に関する裁判例等の収集・公表

- ・製造物責任法については、裁判例等の収集・公表だけではなく、それらを分析し、課題を抽出・整理の上、必要な対策を検討することを明記されたい。(消費者庁)

4) 食品の安全性の確保

「機能性表示食品」の安全性確保について、「食品表示基準の制定に係る答申」(平成26年12月9日)を踏まえ、制度を運用するにあたり、食品安全委員会の知見を活用することが有効な場合には積極的に連携を図ることや、届出事業者から消費者庁への事故情報の報告が必ず行われる制度を構築することを明記されたい。(消費者庁)

¹ 「3. 個別施策に関する事項」では、次期計画素案の本文及び工程表に記されている項目の順番に合わせて、意見を記載している。

【2 表示の充実と信頼の確保】

1) 不当な表示を一般的に制限・禁止する景品表示法の普及啓発、厳正な運用

景品表示法の普及・啓発

- ・事業者団体による自主基準の策定等について、積極的に支援していくことを明記されたい。(消費者庁)

3) 食品表示による適正な情報提供及び関係法令の厳正な運用

新たな食品表示制度(食品の機能等を表示する制度を含む)の円滑な施行等

- ・「機能性表示食品」については、「食品表示基準の制定に係る答申」(平成26年12月9日)において、新たな制度の脆弱性を克服するために、法的基盤について実施後すみやかに補強・整備することとされており、その趣旨を担保する内容とされたい。また、事業者からの届出後、機能性に十分な科学的根拠がないことが判明した場合には、早急に適切かつ厳格な行政処分や罰則が科されるよう執行体制を構築することを明記されたい。(消費者庁)

いわゆる健康食品の表示・広告の適正化

- ・「食品表示基準の制定に係る答申」(平成26年12月9日)を踏まえ、特定保健用食品も含め、表示・広告の適正化に取り組むことを明記されたい。(消費者庁)

【3 適正な取引の実現】

2) 商品・サービスに応じた取引の適正化

電気通信サービスに係る消費者保護の推進

- ・消費者が契約内容を十分に理解して電気通信サービスを利用できる環境の実現を図り、消費者トラブルの防止に十分な実効性が確保されるよう、「ICTサービス安心・安全研究会報告書」(平成26年12月)において検討することとされた「取消しルール」の導入につき検討を進めることを明記されたい。また、同報告書において改善状況等を注視・検証していくこととされた項目(試用サービス、SIMロック解除の推進、更新月のプッシュ型通知、苦情・相談を効果的に解決するための具体的な仕組み、モバイルサービスの料金体系等)について、継続的に検証を行い、必要に応じて対応を取る旨を明記されたい。(総務省)

安全・安心なクレジットカード利用環境の整備

- ・「クレジットカード取引に関する消費者問題についての建議」(平成26年8月)を踏まえ、加盟店の管理の徹底に係る制度整備や、翌月一括払い(マンスリークリア)の取引における抗弁の接続等の制度整備に向けた措置を講ずることを明記されたい。(経済産業省)

商品先物取引法の迅速かつ適切な執行

- ・「商品先物取引法における不招請勧誘禁止規制の緩和策に対する意見」(平成26年4

月)や第182回消費者委員会本会議(平成27年1月27日開催)での議論を踏まえ、消費者被害を防止するための取組を徹底することを明記されたい。また、商品先物取引法施行規則について懸念を示す意見書や声明等が多数寄せられていることも踏まえ、委託者の保護に欠ける事態が生じた場合には、直ちに制度を見直すことを明記されたい。(消費者庁、農林水産省、経済産業省)

3) 情報通信技術の進展に対応した取引の適正化

インターネット上の消費者トラブルへの対応

- ・インターネット上の取引に伴う消費者問題の発生は、国際的な視野に立って見なければならず、また、突発的な事案に対して早期の対応が求められるため、解決に向け迅速に関係法令の改正等、制度的対応も含めた対策を講ずることを明記されたい。(消費者庁、警察庁、総務省、経済産業省、関係省庁等)

【4 消費者が主役となって選択・行動できる社会の形成】

越境取引・インターネット取引などでの模倣品被害を防止するため関係行政機関による取締りの強化等を行うことを明記されたい。また、消費者が模倣品を選択して被害にあうことのないように啓発を行うことを明記されたい。(消費者庁、警察庁、総務省、法務省、外務省、財務省、文化庁、農林水産省、経済産業省)

2) 消費者団体、事業者・事業者団体等による自主的な取組の支援・促進

消費者団体等との連携及び支援等

- ・「消費者団体が行う公益的な活動についての育成・支援の在り方の検討」について、消費者庁及び消費者委員会設置法附則第五項の趣旨を踏まえ、具体的な検討項目や育成・支援策を実施するスケジュール等について明記されたい。(消費者庁)

事業者や事業者団体による自主的な取組の促進(公益通報者保護制度の推進)

- ・工程表に記載されている「制度の見直しを含む必要な措置の実施」について、早急を実施することを明記されたい。(消費者庁)
- ・公益通報者保護制度を推進するためには、国民生活の安心や安全を脅かす法令違反等の防止のために、企業内部の労働者(私人)が公益的役割を担っていく必要があることから、「消費者教育」の一環として、法の周知・啓発を図っていくことができないか検討されたい。(消費者庁)

4) 消費者政策の透明性の確保と消費者の意見の反映

消費者が主役となって選択・行動できる社会を形成していくためには、消費者政策の透明性を確保し、消費者の意見を適切に消費者政策に反映させることが重要であることから、4)ではなく1)とするように構成を見直されたい。(消費者庁)

審議会への消費者を代表する委員の選任

- ・各省庁に設置されている消費者問題に関連する審議会について、消費者を代表する

委員の人数や、全委員に占める割合等、これまでの実績について検証することを明記されたい。(消費者庁、関係省庁等)

5) 環境の保全に配慮した消費行動と事業活動の推進

E S D (Education for Sustainable Development ; 持続可能な開発のための教育) やエシカル消費等の教育・普及啓発として、循環型社会の形成に向けたエネルギー教育やフェアトレードの普及啓発に努めることを本文に記載されたい。(消費者庁)

【5 消費者の被害救済、利益保護の枠組みの整備】

1) 被害救済、苦情処理及び紛争解決の促進

「詐欺的投資勧誘に関する消費者問題についての建議」(平成25年8月)を踏まえ、違法行為による財産の隠匿・散逸を防止するための制度の導入について、これまでの検討の成果について検証・評価し、今後の取組について明らかにされたい。(消費者庁)

2) 高度情報通信社会の進展に対応した消費者利益の擁護・増進

パーソナルデータの利活用に関する制度改正

- ・「『パーソナルデータの利活用に関する制度改正大綱』に関する意見」(平成26年7月)及び「いわゆる名簿屋等に関する今後検討すべき課題についての意見」(平成26年9月)を踏まえ、消費者の個人情報等が保護され、安心が確保されるための方策を継続して検討し実行していくこと、特に名簿屋の実態については調査の上、必要な対策を検討することを明記されたい。(内閣官房、消費者庁、総務省、経済産業省、関係省庁等)

4. 今後の課題

計画の検証・評価・監視

次期計画では、計画本体が閣議決定の対象とされ、計画の具体化である工程表は1年に1回は見直しを行い、消費者政策会議で決定されることとしている。

社会経済状況が急速に変化する中で中長期的に実効性のある消費者政策を推進していくためには、工程表に限らず計画本体についても、消費者団体等の意見も聴きつつ、不断の見直しを行うことが必要であり、また、工程表が修正される場合には、必要に応じて、計画本体も修正していくべきである。

当委員会としては、次期計画で示された施策の実施状況について、KPI(重要業績評価指標)も含めて検証・評価・監視を随時行い、消費者を取り巻く環境や課題、取り組むべき施策の内容等に大きな変化が生じ、施策の追加・拡充や整理等が必要と考えられる場合には、計画本体の見直しも含めて意見表明を行っていくこととする。

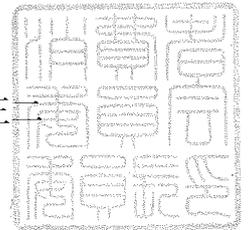
(以上)

府消委第59号
平成27年3月13日

内閣総理大臣 安倍 晋三 殿

消費者委員会

委員長 河上 正



消費者基本計画について

平成27年3月10日付け消政策第77号をもって当委員会に意見を求めた「消費者基本計画」の案については、消費者基本法の趣旨に鑑み妥当であり、その旨回答する。

教育・保育施設等における事故情報の収集及び活用に関する建議

平成26年11月4日
消費者委員会

安全が守られていると信じて我が子を託している幼稚園や保育所等の教育・保育施設等（注）において、子どもが亡くなったり、重篤な怪我を負ったりするような痛ましい事故が跡を絶たない。

こうした事故による被害の拡大防止や再発防止を図るためには、過去に起きた事故の情報を関係者の間で共有し、活かしていくことが重要であり、国では、消費者安全法により、事故情報を消費者庁に集約するための通知制度を設けているが、実態としては、事故情報は政府全体として把握されておらず、情報共有が図られていない。

当委員会では、平成23年度に、消費者事故の拡大及び再発の防止を図る観点から、内閣府特命担当大臣（消費者）、文部科学大臣及び厚生労働大臣等に対して、「消費者安全行政の抜本的強化に向けた対応策についての建議」（平成23年7月22日）を行っている。この建議では、「消費者安全法における重大事故等の通知義務については、関係省庁によって十分に遵守されていたとは言い難いし、消費者庁も個別に遵守を督促していなかったとみられる。また、一部の公共施設や商業施設等、事故の発生場所によっては、必ずしも関係省庁から消費者庁に通知される仕組みとなっていないものもみられ、重大事故等の通知に遅れや漏れが生じている。」と指摘し、こうした状況を抜本的に改善するため、消費者庁及び関係省庁においては、「消費者安全法に係る通知義務が励行されるよう督促するほか、消費者庁と関係省庁間で通知の遅滞等が生じた各事例に関して、定期的な協議の場を設けて改善を図ること」等を求めたところである。

しかし、今回、当委員会が調査審議を行った結果、教育・保育施設等における事故情報の収集及び活用は、依然として不十分であることが判明した。

当委員会は、今回の調査審議の結果を踏まえ、消費者庁及び消費者委員会設置法（平成21年法律第48号）に基づき、内閣府特命担当大臣（消費者、少子化対策）、文部科学大臣及び厚生労働大臣に対して、次のとおり建議する。

また、この建議への対応について、各大臣に対して、平成27年5月までにその実施状況の報告を求める。

(注) 本建議において対象とする「教育・保育施設等」は、以下の施設及び事業であり、子ども・子育て支援新制度¹に移行しない施設及び事業も含まれる。

認定こども園

幼稚園

保育所

放課後児童健全育成事業（放課後児童クラブ）

放課後子供教室

子育て援助活動支援事業（ファミリー・サポート・センター事業）

地域型保育事業

認可外保育施設

ベビーシッター事業

1 子ども・子育て支援新制度とは、平成24年8月に成立した「子ども・子育て支援法」、「就学前の子どもに関する教育、保育等の総合的な提供の推進に関する法律の一部を改正する法律」、「子ども・子育て支援法及び就学前の子どもに関する教育、保育等の総合的な提供の推進に関する法律の一部を改正する法律の施行に伴う関係法律の整備に関する法律」の子ども・子育て関連3法に基づく制度のことをいう。

1. 事故情報の収集

(建議事項1)

教育・保育施設等において消費者事故等が発生した場合、政府全体として事故の発生状況を的確に把握し、被害の拡大防止と再発の防止を図るため、消費者庁並びに内閣府、文部科学省及び厚生労働省は密接に連携し、次の措置を講ずること。

- (1) 内閣府、文部科学省及び厚生労働省(以下「関係府省」という。)は、子ども・子育て支援新制度(以下「新制度」という。)の施行に向けて、関係府省において平成26年9月から開催されている教育・保育施設等における重大事故の再発防止策に関する検討会(以下「事故再発防止策検討会」という。)において、事故情報収集の仕組みを検討するに当たっては、消費者庁の協力を得て、消費者安全法第12条の規定に基づく通知制度を含めて検討すること。
- (2) 厚生労働省は、事故情報を収集する仕組みのないベビーシッター事業や、十分に事業の実態を把握できていない小規模な認可外保育施設についても、事故情報を適切に収集する仕組みを構築すること。
- (3) 消費者庁は、消費者安全法第12条の規定に基づく事故情報の通知制度について、関係府省に対し、消費者庁へ通知する教育・保育施設等における事故情報の範囲や通知方法を継続的に周知し、必要に応じて通知を督促すること。

また、関係府省は、教育・保育施設等において消費者事故等が発生した場合には、同条の規定に基づき、事故情報が漏れなく消費者庁に通知されるようにすること。

そのため、関係府省は、通知の対象となる消費者事故等が発生した場合の事故情報の通知に関して、地方公共団体の教育・保育施設等担当部局から所管府省を経て消費者庁へ通知する方法を含めて検討するとともに、地方公共団体を通じて、教育・保育施設等に対して事故情報の報告について協力を求めること。

(理由)

建議事項1(1)について

事故再発防止策検討会では、重大事故の情報の集約の在り方や、収集した情報の分析・フィードバックの在り方等について検討を進めており、同検討会では消費者安全法に基づく事故情報の通知ルートを検討の視点の一つとして位置付けている。

消費者安全法では、「消費者事故等」とは、「事業者」がその事業のために提供する施設・役務において、「消費者」による使用等に伴い生じた事故で消費者の生命又は身体について一定程度の被害が発生したもの等と規定している。これを教育・保育現場に当てはめれば、教育・保育施設等を運営し、役務を提供する者は「事業者」となり、また、役務の提供を受ける子どもは「消費者」となる。

関係府省は、教育・保育施設等で発生した子どもの事故が、教育・保育サービスという、消費者に向けたサービスにおいて発生した事故でもあり、消費者安全

法で規定する消費者事故等に該当する可能性があることを改めて認識し、法執行を徹底すべきである。

消費者庁は、「事故情報を一元的に収集し、消費者行政の司令塔として注意喚起を図っていく」という、消費者庁が発足する大きな契機となった重要な責務を果たすために、事故情報収集の取組を確実に実施することが求められており、新制度においても、消費者安全法に基づく事故情報収集の仕組みも含めて検討がなされるよう、事故再発防止策検討会における検討に協力すべきである。

建議事項 1 (2) について

厚生労働省は、保育する乳幼児が 5 人以下の、児童福祉法で地方公共団体への届出の対象外となっている小規模な認可外保育施設やベビーシッター事業について、事業の実態を十分に把握しておらず、事故情報が適切に収集されていない。また、ベビーシッター事業については事故情報の収集やフィードバックの対象としていない。

一方で、認可外保育施設は認可保育所と比べて死亡事故発生率が高い現状にあり、またインターネットのマッチングサイトを利用した、自称ベビーシッターによる幼児の死体遺棄事件が平成 26 年 3 月に発生しているなど、地方公共団体への届出が必要のない施設・事業等においても事故が発生している。

厚生労働省においては、新制度に移行しない小規模施設やベビーシッター事業についても、事業者の地方公共団体への届出制を含め、事故報告の対象とすることや、再発防止に向けた事故情報の共有化を図るべきである。

建議事項 1 (3) について

文部科学省及び厚生労働省は、消費者庁と連名で、消費者安全法の施行（平成 21 年 9 月 1 日）に合わせて、地方公共団体に事故情報の通知について依頼しているものの、情報提供は低調である。

このうち、文部科学省所管施設においては、平成 24 年 6 月に消費者庁との連名で地方公共団体への再周知が行われたこともあったが、幼稚園事故において文部科学省に通知された事故情報は平成 25 年度までに 1 件しか確認することができず、改善が図られていない状況である。

厚生労働省は、上記の消費者庁との連名の通知において、社会福祉施設等の利用に係る消費者事故等を把握した場合は、地方公共団体から直接消費者庁あて通知することとしており、併せて厚生労働省にも通知することを依頼するものとな

っている。しかし、教育・保育施設等に関し、地方公共団体から消費者庁への、消費者安全法に基づく重大事故等の通知は平成25年度までに2件しか確認することができず、消費者庁における保育施設等の事故情報の把握は不十分である。

他方で、厚生労働省は、所管する施設・事業のうち、保育所及び認可外保育施設、放課後児童クラブ及びファミリー・サポート・センター事業について、事故情報の通知制度を設け、地方公共団体から厚生労働省への事故情報の報告を依頼している。しかし、当該通知では消費者安全法に触れていないこともあり、厚生労働省には地方公共団体が把握した事故の情報が集約されているが、地方公共団体から消費者庁に情報提供がなされていない状況である。

消費者庁においては、消費者安全法を地方公共団体へ周知するための説明会等を開催し、消費者安全法に基づく事故情報の通知を依頼しているものの、このような取組は消費者行政部門への周知にとどまり、地方公共団体内部において、福祉部門や教育委員会等への周知がなされていない可能性がある。消費者委員会においても複数の地方公共団体の教育施設・児童福祉部門へヒアリングを実施したが、消費者安全法に基づく通知義務を認識している地方公共団体は僅かであった。

このように、教育・保育施設等の分野において、消費者安全法に基づく事故情報の通知制度は実態としてほぼ形骸化している。この背景には、両省及び地方公共団体において、「事故情報を消費者庁に一元化し、政府全体で事故の再発防止を図っていく」という消費者安全法の意義が、十分に理解されていないことが挙げられる。

また、当委員会が、教育・保育施設等や関係団体、地方公共団体、有識者へヒアリングした結果、消費者安全法に基づく通知制度や、厚生労働省が地方公共団体に通知で示している「治療に要する期間が30日以上」という報告基準について、施設から所管地方公共団体に届出をすべきか判断に迷うことがあるとの意見があった。また、情報を受け取った地方公共団体においても、所管府省へ報告するかどうかの判断に差異が見られた。

事故情報の共有による被害の拡大防止や再発防止の対策を講ずるためには、その前提として、適切に情報が集約されることが必要である。したがって、消費者庁は、消費者安全法に基づく消費者事故等の情報の通知制度の実効性が確保されるよう、関係府省、都道府県及び市町村に対して、当該制度の意義及び消費者庁に通知すべき消費者事故等の範囲について継続的に周知することが必要である。

以上を踏まえ、消費者庁及び関係府省は、上記建議事項 1 に基づく措置を講ずべきである。

2. 事故情報の分析及び活用

(建議事項 2)

集約した教育・保育施設等における消費者事故等の情報について、その情報が被害の拡大防止及び再発防止に向けて確実に活用されるよう、消費者庁及び関係府省は、密接な連携により、次の措置を講ずること。

(1) 関係府省は、新制度の実施に向けて、教育・保育施設等において事故の被害の拡大防止及び再発防止に役立つ情報のフィードバックを行うため、事故情報に関する教育・保育施設等の現場のニーズを的確に把握することができるよう、所管府省だけではなく、施設等の運営主体又は運営主体の団体や、地方公共団体の教育・保育担当部局等を交えた検討を行うとともに、新制度の実施以後も検討を継続的に行い、改善を図っていくこと。

(2) 関係府省は、教育・保育施設等で発生した事故から得られた再発防止のための知識や注意喚起などの情報について、新制度に移行しないものも含め、すべての教育・保育施設等にフィードバックすること。

また、消費者庁は、教育・保育施設等において発生する事故は、家庭においても起こり得るものであることに鑑み、子育て世帯にも情報を届けるよう取り組むこと。

(3) 消費者庁は、関係府省における(1)の検討状況や(2)の実施状況を適切に把握し、フィードバックの取組に資するよう、事故情報を提供すること。また、教育・保育施設等に向けた事故情報のフィードバックのための資料作成などに「事故情報データバンク²」などが活用できることを関係府省の協力を得て地方公共団体に周知すること。

また、メール配信登録者に直接情報を届けることが可能な「子ども安全メール from 消費者庁」について保育従事者や子育て世帯に登録を促すなど、プッシュ型の配信方法の一層の活用を推進すること。

(4) 関係府省は、事故再発防止策検討会で検討している事故情報のデータベース化にあたっては、消費者庁の「事故情報データバンク」や独立行政法人日本スポーツ振興センターの「学校事件事例検索データベース」など、既存のデータベースとの整合を図り、その活用を含めて検討すること。

(5) 関係府省及び消費者庁は、教育・保育施設等における消費者事故等の検証については、個々の事故の検証を行うことと、被害の拡大防止や再発防止のための知見を得ることの二つの要請があることを踏まえ、前者の要請に対しては、検証の公正性を確保する必要があること、後者の要請に対しては全国で発生す

2 事故情報データバンクは、生命・身体に係る消費生活上の事故情報を関係機関から一元的に集約して提供するシステムであり、事故の再発・拡大の防止に資する環境整備の一環として、消費者庁と(独)国民生活センターが連携して、関係機関の協力を得て実施する事業。(関係機関：消費者庁、厚生労働省、農林水産省、経済産業省、国土交通省、独立行政法人国民生活センター、消費生活センター、日本司法支援センター、独立行政法人製品評価技術基盤機構、独立行政法人日本スポーツ振興センター)

る事故を地域や施設等の種別に関わらず横断的に分析することが有効であることに鑑み、それぞれの目的を達成するために適切な検証体制の構築に向けた検討を行うこと。

(理由)

建議事項2(1)について

消費者庁においては、消費者安全法の趣旨や制度に基づき、収集した情報について、定期的な公表や必要に応じた注意喚起を行っているが、前述のとおり、教育・保育施設等の分野に係る事故情報についての収集が不十分であるため、平成22年度から25年度までの間に定期公表された同分野に関する重大事故等は合計で5件にとどまっている。

厚生労働省においては、各種保育施設等に関する重大事故等について地方公共団体から情報が集約されているものの、事故防止対策の徹底の依頼とともに、事故の発生状況等に関する情報を所管課の任意の方法で公表している状況である。

その公表方法について、保育所及び認可外保育施設では、前年に地方公共団体から報告のあった死亡・重篤な事故について、「保育施設における事故報告集計」としてとりまとめ、毎年1月に記者発表するとともに、ウェブサイトに掲載している。また、同集計は都道府県等にも発出されており、管内の市町村・保育所及び認可外保育施設等への周知を求めている。

他方、放課後児童クラブについては、保育所及び認可外保育施設と同様に地方公共団体から報告のあった死亡・重篤な事故を取りまとめており、平成25年の1年間に発生した事故の報告集計については、地方公共団体の主管課長会議の配布資料としてウェブサイトにも掲載されているが、情報を必要とする施設等に向けて分かりやすく情報提供がされているとは言えない状況である。

ファミリー・サポート・センター事業については、事故の発生数が少ないという背景があるものの、平成23年に過去5年分の事故報告集計をウェブサイトで公表し、また、同集計は都道府県等にも発出されており、管内の市町村への周知を求めている。なお、それ以後は、公表されていない。

文部科学省においては、事故情報の公表は行われていない。また、独立行政法人日本スポーツ振興センターにおいて公表される情報も限定的(災害給付制度を利用した事故のみ情報が集まる)であり、実質的に事故情報の公表を網羅的に行う仕組みがない状況である。

当委員会が、教育・保育施設等や関係団体、地方公共団体、有識者へヒアリングした結果、所管府省による事故情報のフィードバックに関して、次のような問題点が指摘された。

- ・厚生労働省が公表する年1回程度の公表では、情報の速報性に欠けるため迅速な再発防止につながりにくい。また、事故の件数など統計的な報告が中心となり、具体例が分からないことから、再発防止の観点から現場で活用しづらい。
- ・行政から事故等の注意喚起があっても、既にマスコミ等で耳にした情報であり、内容も「注意してください」といった抽象的なものにとどまり、その原因や対処方法など、具体的な再発防止策に触れていない。
- ・例えば、1つの保育所しか運営していない事業者は、複数の保育所を運営する事業者と比べて、他の保育所で発生した事故情報を入手する機会がないために、行政からの情報提供が頼りであるが、現在は情報提供がほとんどされていない。

上記のような指摘に対応するため、関係府省は、施設等の運営主体又は運営主体の団体や、地方公共団体の教育・保育担当部局等を交えた検討を行い、事故情報に関する教育・保育施設等の現場のニーズを的確に把握することが必要である。

建議事項2(2)について

保育所等で起こった事故は幼稚園でも起こる可能性があり、その逆もまたあると考えられる。

また、保育所等での事故は集団保育特有の原因により発生する場合もあるが、家庭やベビーシッター等でも起こり得るものである。

このため、事故情報や再発防止のための知識は、事故が起きた施設と同種の施設だけにフィードバックするのではなく、新制度に移行しないものも含めたすべての教育・保育施設等及び子育て世帯にも情報を届けることが必要である。

建議事項2(3)について

消費者庁では、重大事故等の定期公表や注意喚起以外にも、消費者事故全般の収集・公表の機能を持つ「事故情報データバンク」や、消費者庁に集約される事故情報を基にした、子どもの事故予防の豆知識などを配信するメールマガジンである「子ども安全メール from 消費者庁」など、複数の情報発信手段を運用しており、その中には、実際に教育・保育等の現場で十分に活用できる情報も含まれている。

しかし、当委員会が、教育・保育施設等や関係団体、地方公共団体、有識者へヒアリングした結果、上記サービスを認識している者はなく、十分に活用されていないことが明らかとなった。これまでの一般消費者への周知を継続するとともに、関係省庁や地方公共団体と連携し、教育・保育等の関係者へ積極的に周知するなど、活用を図るべきである。

また、これらのヒアリングでは、施設や事業毎に情報の入手手段が異なってい

ることが明らかとなった。具体的には、認可保育所や幼稚園等の比較的大きな施設ではパソコンによる事務処理をしている所が多く、そのような施設では、施設長や事務担当者がインターネットを通じて情報を入手している。他方で、放課後児童クラブや小規模な認可外保育施設、家庭的保育事業など、パソコンを導入していない施設等では、スマートフォンやファクシミリを主な連絡手段としていた。

また、パソコンを配備している施設でも、業務の実態からみて、施設の職員に日々事故情報の把握を行うように求めるのは困難であり、また個々の保育従事者は、業務の中でパソコンを使用することは通常ない。

以上の実態を踏まえると、「事故情報データバンク」などウェブサイトによる情報提供を行うことには施設側の協力を得られれば相当の効果が認められるが、併せて、「子ども安全メール from 消費者庁」などのプッシュ型の情報配信を普及させることが効果的である。

建議事項 2 (4) について

事故再発防止策検討会では、集約した情報の公表、分析・フィードバックのあり方として、「既に集約している情報を中心とするデータベース化」を検討課題としているが、消費者安全法に基づいて消費者庁に通知された事故情報は全て事故情報データバンクに登録される仕組みとなっているため、データベース化の検討に当たっては、事故情報データバンクや学校事故事例検索データベースの活用を含めて検討すべきである。

建議事項 2 (5) について

厚生労働省においては、平成 25 年 3 月に都道府県等に対して、保育所において死亡等の重篤な事故が発生した場合には、保育の実施者である市町村において再発防止のための必要な検証が行われるよう管内市町村への周知を求める通知を发出している。しかし、検証結果の報告を求めてはならず、当委員会が行った地方公共団体へのヒアリングでは、死亡事故が起きても検証がされないケースがあることが明らかになった。

文部科学省においては、事故検証に関する統一的なルールはなく、対応は施設を所管する地方公共団体に任されている状況である。

当委員会が、教育・保育施設等や関係団体、地方公共団体、有識者へヒアリングした結果、死亡事故等の重大事故が発生した場合は、個々の事故事案について発生原因を特定し、被害者家族等へ情報開示することの必要性と、同種の事故事例の分析を行い、再発防止のための注意点を明らかにしたうえで、全国的に情報を共有することの必要性の、2 点の要請があることが判明した。

前者の要請に関しては、現在、個々の事故の検証に市町村が取り組んでいる例があるが、さらに、検証を受ける教育・保育施設等から一定の距離を保って公正に検証を行うために、例えば、第三者委員会を市町村又は都道府県が設置することが考えられる。

後者の要請については、大規模な人的、物的体制を整えて専門性の高い事故分析を行う必要があることに鑑み、国が主導して取り組む仕組みが考えられるが、その検討にあたっては、消費者安全調査委員会³の役割や同委員会との関係性を考慮すべきである。

子どもの安心・安全が守られるべき教育・保育施設等で、子どもが死亡するような事故を防止することは喫緊の課題であることから、検証は施設の種別を問わず実施すべきであり、上記2点の要請に応えるために適切な検証体制の構築に向けた検討を行う必要がある。

以上を踏まえ、消費者庁及び関係府省は、上記建議事項2に基づく措置を講ずべきである。

3 消費者安全調査委員会は、消費者安全法に基づき、生命又は身体の被害に係る消費者事故等の原因及びその事故による被害発生の原因を究明し、同種又は類似の事故等の再発・拡大防止や被害の軽減のため講ずべき施策又は措置について勧告又は意見具申することを任務としている。調査委員会の調査対象とし得る事故等は、運輸安全委員会が調査対象とする事故等を除く生命又は身体の被害に係る消費者事故等である。ここには、食品、製品、施設、役務といった広い範囲の消費者に身近な消費生活上の事故等が含まれる。

美容医療サービスに係るホームページ及び事前説明・同意に関する建議

平成27年7月7日
消費者委員会

消費者委員会では、平成23年12月21日に「エステ・美容医療サービスに関する消費者問題についての建議」を発出し、美容医療サービスに関しては、厚生労働大臣及び内閣府特命担当大臣（消費者）に対して、不適切な表示（広告）の取り締まりの徹底及び消費者への説明責任の徹底等を求めた。

この建議を受けて、厚生労働省は、平成24年9月、医療法（昭和23年法律第205号）（以下「法」という。）に関する「医療機関のホームページの内容の適切なあり方に関する指針（医療機関ホームページガイドライン）」（参考資料1参照）（以下「医療機関ホームページガイドライン」という。）を策定した。また、平成25年9月、「美容医療サービス等の自由診療におけるインフォームド・コンセントの取扱い等について」（参考資料2参照）を都道府県知事、保健所設置市の市長及び東京都の特別区の区長（以下「都道府県知事等」という。）に通知する対策を講じた。

当委員会は平成23年度の建議後、消費者基本計画の検証・評価・監視の機会等を捉え、厚生労働省に対してこれまで講じてきた取組の効果について十分に検証・評価を行い、十分でない点があれば法規制を含め、さらに必要な措置を講ずる必要があるということを再三指摘¹してきたところであるが、厚生労働省による検証・評価が適切に行われていない。

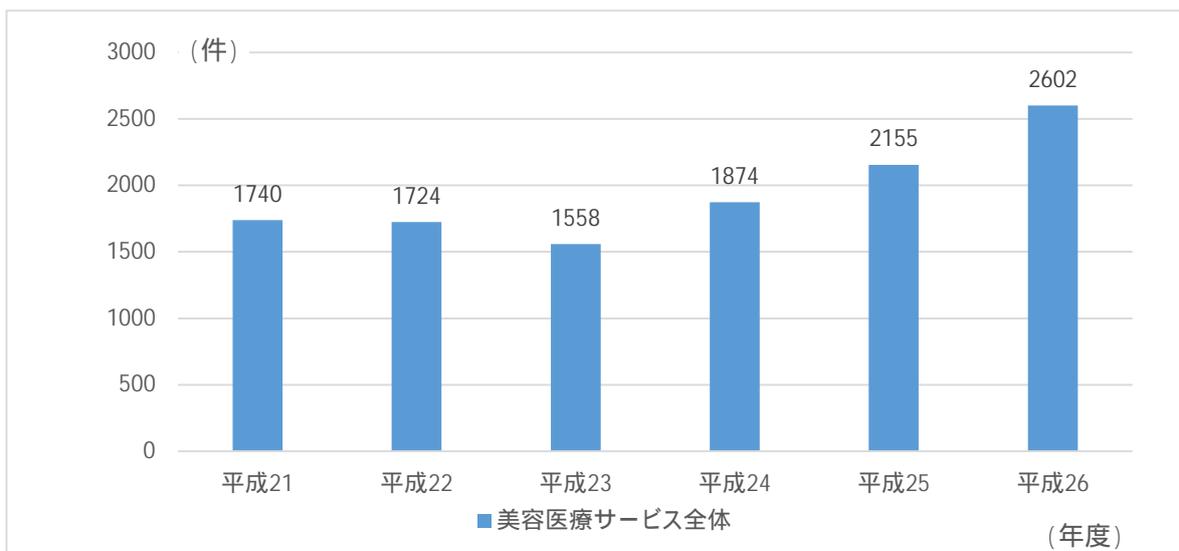
また、こうした対策が講じられてからも、美容医療サービスを受ける消費者が増加²する中で、美容医療サービスに関する身体被害を含む消費者トラブルは発生し続けており、全国消費生活情報ネットワーク・システム³（以下「PIO-NET」という。）に登録された美容医療サービスの相談件数（図1参照）は減少するどころか、当委員会が建議を行った平成23年度に約1,600件であったものが、26年度には約2,600件に増加しており（内訳は、図2参照）、厚生労働省が講じた対策では効果が十分とは言い難い状況にある。

¹ 消費者委員会本会議において、平成24年5月18日、同年7月24日、同年12月4日、25年5月21日、同年11月12日、26年5月27日、27年2月3日、同年3月3日、同年5月26日に審議を行った。

² 「医療施設（静態・動態）調査・病院報告の概況」（厚生労働省）による美容外科を受診した患者数。平成20年130,428人、23年175,485人

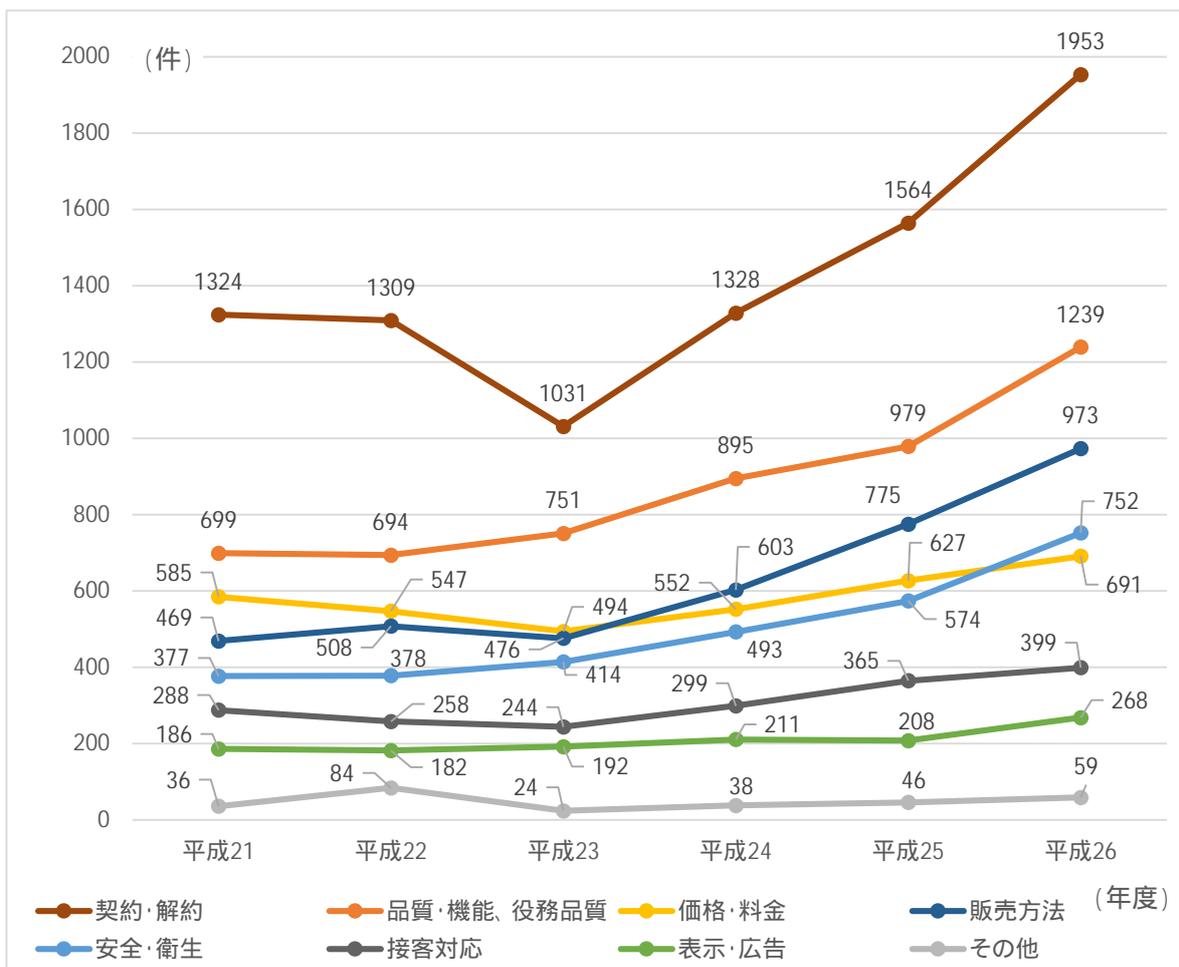
³ PIO-NET（パイオネット）とは、国民生活センターと全国の消費生活センターをオンラインネットワークで結び、消費生活に関する情報を蓄積しているデータベース

図1 美容医療サービスに関する相談件数の推移



(注) PIO-NETのデータ(データは平成27年5月31日までの登録分。以下同じ。)に基づき、当委員会が作成した。美容医療サービスとは、医療脱毛、脂肪吸引、二重まぶた手術、包茎手術、審美歯科、植毛などの「美容を目的とした医療サービス」を指す。

図2 美容医療サービスに関する相談の内容別分類の推移【複数回答】



(注) PIO-NETのデータに基づき、当委員会が作成した。

当委員会では、このような経緯から、美容医療サービスに関する消費者問題について平成23年度に発出した建議を土台として⁴、今回把握した実態を踏まえ、消費者庁及び消費者委員会設置法（平成21年法律第48号）に基づき、厚生労働大臣に対して、次のとおり建議する。

また、この建議への対応について、厚生労働大臣に対して、平成28年1月までにその実施状況の報告を求める。

なお、美容医療サービスに関する消費者トラブルは広告、勧誘、契約、施術前の診療情報の提供及び施術の各段階に起因し、それぞれに課題がある。当事者間の紛争解決のルールなど場面によっては特定商取引法や消費者契約法の規律によって消費者の利益の保護を図るということも考えられるところ、現在、当委員会の下部組織である特定商取引法専門調査会及び消費者契約法専門調査会において、それぞれの法律における規律の在り方についての検討が進められており、これらの法律による手当については本建議の対象とはせず、各専門調査会の審議に委ねることとした。

⁴ 本建議に係る調査結果については、本建議に掲載している図を除いては平成23年度の建議及び報告書を参照

1. 医療機関のホームページの情報提供の適正化

(建議事項 1)

厚生労働省は、医療機関のホームページにおける情報提供の適正化を図るため、医療機関のホームページについて、是正命令や命令に違反した場合の措置等を設けることにより医療機関に対する指導監督の実効性が確保されるよう、法令の改正に向けた検討を行い、以下の措置を速やかに講ずること。

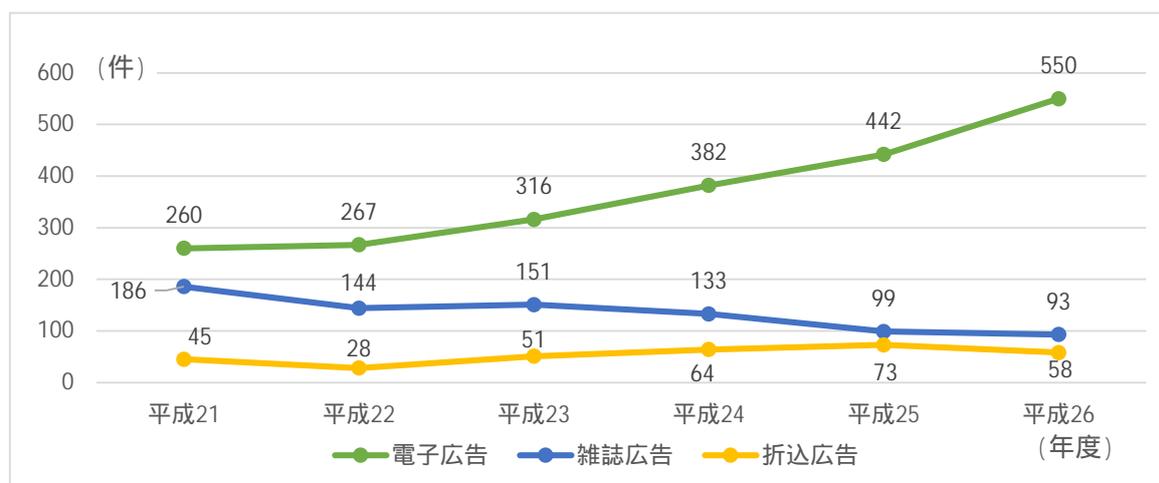
(1) 法第 6 条の 5 の規定に基づき規制の対象とされている「広告」の概念を拡張し、医療機関のホームページも「広告」に含めること。

(2) 少なくとも法第 6 条の 5 第 3 項の規定に基づき禁止されている「虚偽」の広告並びに同条第 4 項及び医療法施行規則（昭和 23 年厚生省令第 50 号）第 1 条の 9 の規定に基づき禁止されている類型（比較広告、誇大広告、広告を行う者が客観的事実であることを証明できない内容の広告及び公序良俗に反する内容の広告）の広告を、医療機関のホームページについても禁止すること。

(理由)

PIO-NETに登録された美容医療サービスに関する相談事例において、美容医療サービスを利用したきっかけとなった媒体として最も多いのは、インターネットにある医療機関のホームページなどの電子媒体である。平成23年度は約6割が電子広告であったが、平成26年度は約8割が電子広告となっており、電子広告の割合が高まっている（図3参照）。

図3 美容医療サービスを利用するきっかけとなった広告媒体



(注) PIO-NETのデータに基づき、美容医療サービスを利用するきっかけとなった広告媒体が判明しているものについて当委員会が作成したもの。なお、「電子広告」はホームページやネット広告等、「雑誌広告」は週刊誌、専門誌等、雑誌に掲載されている広告、「折込広告」は新聞等への折り込みチラシ等のことを指す。

このように、インターネット上のホームページの表示に誘引された消費者の割合が高いことを考えると、インターネットを通じた情報提供の重要性が高まっている。

しかし、美容医療サービスについては、医療機関のホームページにおいて、次のように問題のある表示が行われている事例があり、相変わらず改善されていない（参考資料3参照）。

例1) 他との比較等により自らの優良性を示そうとするもの

- ・「リピート率No.1」と表示しているもの
- ・「アイドルさんが選んだ法」と表示しているもの

例2) 手術・処置等の効果・有効性を強調するもの

- ・二重瞼の施術前後の比較写真について、施術前は化粧をしていないと思われるが、施術後はアイシャドウやマスカラなどを使用しているもの

例3) 特定の手術・処置等の有効性を強調することにより、有効性が高いと称する手術等の実施へ誘導するもの

- ・「生着率が100%を超えた」旨の表現をしているもの
- ・「100%生体に安全」と表示しているもの

これらの事例は、医療機関ホームページガイドラインにおいて掲載すべきでないとされているものであり、ガイドラインが機能していないことを示すものである。

また、広告該当性が厚生労働省により明確化されているバナー広告及びそのリンク先のページ等については、法に基づく広告規制を遵守しているが、それとは別に一見すると同一の内容に見える医療機関のホームページは、法に基づく広告規制及び医療機関ホームページガイドラインにおいて認められていない体験談や比較写真等を用いたコンテンツを掲載している事例もあった。また、医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律（昭和35年法律第145号）で承認を得ていないため、広告表示できない施術を表示しているものもあった。

厚生労働省は、美容医療サービス等の自由診療を行う医療機関のホームページに掲載されている情報を契機として発生するトラブルを踏まえて、「医療機関ホームページガイドライン」を策定した。

しかし、上述のように医療機関ホームページガイドラインが遵守されておらず、同ガイドラインの実効性が確保されていないのは、医療機関のホームページが法に基づく広告規制の対象とされておらず、不適切な情報提供が行われていたとしても、改善措置を命ずるなどの法律上の措置がないためと考えられる。

厚生労働省は、医療機関のホームページを原則として広告規制の対象としていないことについて、患者や国民に対する医療情報の提供を一層推進していく必要があるためと説明⁵している。そのこと自体は当委員会として否定するものではないが、情報提供を推進するといふときの情報は、あくまで質が良い適正な情報でなければ意味がないのであり、その意味では情報提供の推進という大目標のためにも、医療機関のホームページに対する法的規制が必要である。

厚生労働省は、バナー広告及びそのリンク先のページ等については広告であるが、医療機関のホームページについては広告の定義（参考資料1参照）の一つである認知性の要件を満たさないとして、広告とみなしていない。しかし、実際はバナー広告から閲覧するか検索エンジンから閲覧するかの違いであり、医療機関が不特定多数の人間に対して示している治療内容ということには変わりなく、あえて区別をする必要性はないと考えられる。

したがって、医療機関のホームページについて法に基づく「広告」として取り扱うべきであると考ええる。

医療分野における「広告」一般の概念の拡張を速やかに行うことができない場合、少なくとも法及び医療法施行規則⁶で禁止されている「虚偽」の広告並びに比較広告、誇大広告、広告を行う者が客観的事実であることを証明できない内容の広告及び公序良俗に反する内容の広告を、医療機関のホームページについても禁止することとなるように、具体的には、医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律の例⁷にあるように、規制の対象として、「広告」の他に「記述」又は「流布」の概念を加えるなどの法令の改正に向けて速やかに措置すべきである。

なお、厚生労働省は、美容医療サービスに係るインターネットによる情報提供の適正化を図るためとして、平成27年5月26日の消費者委員会本会議に

⁵ 第192回 消費者委員会本会議（平成27年5月26日開催）

⁶ 法第6条の5第3項並びに同条第4項及び医療法施行規則第1条の9

⁷ 第66条

において、新たな対応案について説明を行った。

その内容は、広告に該当するか否かに関わらず、患者や国民に対して虚偽又は誇大な表示や説明等を行うことは、法第28条及び第29条における「医事に関する不正行為」に該当するおそれがあることを明確化し、監視・指導を強化するというものである。厚生労働省はこの対応案により、医療機関ホームページガイドラインの「関係団体等による自主的な取組を促す」という指導監督の姿勢から転換し、上記の「不正行為」があったときには、管理者の変更命令（第28条）や病院等の開設の許可の取消又は期間を定めての閉鎖命令（第29条）という処分の対象となり得ることを明確にすることにより、今後、都道府県、保健所設置市及び東京都の特別区（以下「都道府県等」という。）がこの規定を根拠に法第25条の規定に基づく報告の徴収、立入検査を行い、必要な指導監督を行えるようにしている。

医療機関ホームページガイドラインには強制力がなく、より実効性のある規制が必要であり、その観点では、上述の厚生労働省の新たな対応案も一定の効果を期待し得るものではある。

しかし、こうした措置だけでは規制の十分な実効性を確保できないものと考えられる。法第28条及び第29条は、管理者の変更命令及び病院等の開設許可の取消という非常に重い処分を課すものであり、実際に適用されていくのかについて懸念が残る。これに対して、法第6条の5の規定に基づく広告規制においては、都道府県知事等は、同条に違反しているおそれがあると認めるときは、「当該広告を行つた者に対し、必要な報告を命じ、又は当該職員に、当該広告を行つた者の事務所に立ち入り、当該広告に関する文書その他の物件を検査させることができる」（法第6条の8第1項）こととされ、さらに「違反していると認める場合には、当該広告を行つた者に対し、期限を定めて、当該広告を中止し、又はその内容を是正すべき旨を命じることができる」（同条第2項）こととされており、より実効性があるものと考えられる。このように、医療機関のホームページによる情報提供について規制を行うに当たっては、適正な情報を消費者に提供するための方策を考える必要がある。そのためには改善命令などができるような規制の枠組みというものを新たに考えていくべきである⁸。

以上を踏まえ、厚生労働省は、上記建議事項1に基づく措置を講ずべきである。

⁸ 法第6条の5第3項の規定に違反して内容が虚偽にわたる広告を行つた者については、法第6条の8第2項の規定に基づく是正命令の対象とはなっておらず、法第73条第1号の規定に基づく刑事罰の対象となっており、ホームページの記載が虚偽にわたる場合についてもこれに倣うことが適当と考えられる。

2. 事前説明・同意の適正化

(建議事項 2)

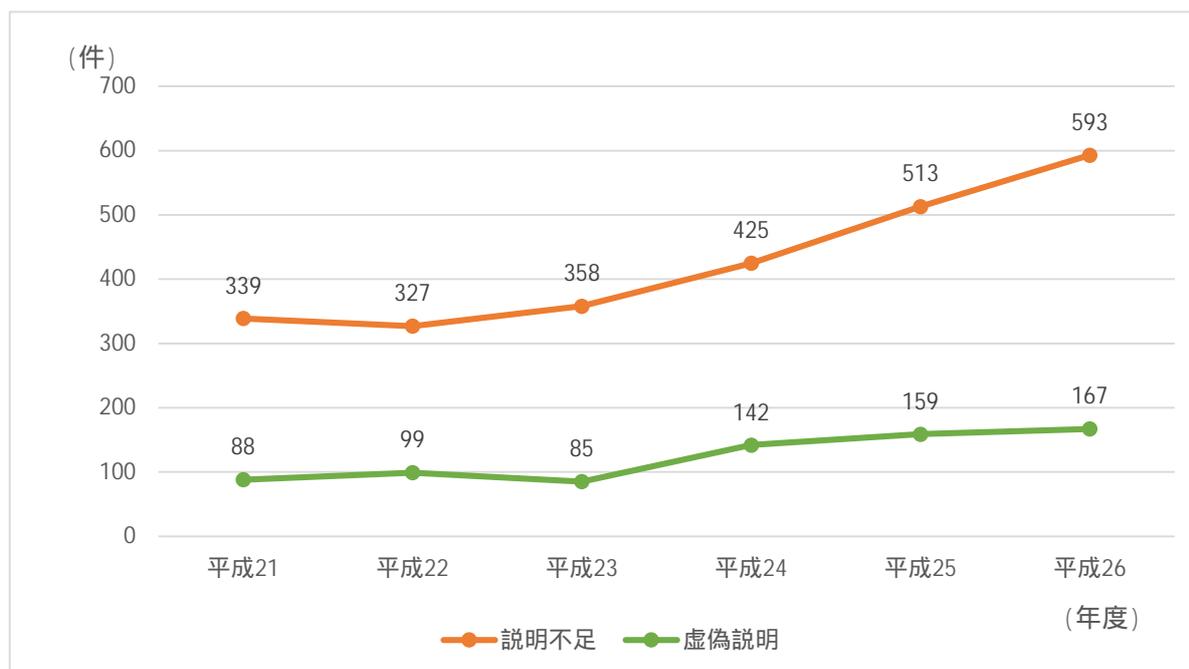
厚生労働省は、消費者が美容医療サービスについてそのリスクなどを正しく理解した上で、施術を受けるかどうかの判断を行えるようにするため、以下の措置を講ずること。

- (1) 都道府県等に対し、事前説明・同意に関する厚生労働省の通知の解釈や指導の基準 (Q & A 等) を速やかに示した上で、都道府県等による指導を通じ、美容医療サービスを行う医療機関に対して、患者に対する施術前の説明を適切に行い、患者の理解と同意を得た上で施術を行うべきこと、消費者トラブルの原因となりやすい即日施術を厳に慎むべきことを徹底すること。
- (2) 都道府県等と連携して、消費者に対し、美容医療サービスを受けるに当たって注意すべき事項について、医療機関にチラシを備え置くなどの方法により注意喚起すること。

(理由)

美容医療サービスにおける事前説明・同意に関する相談の状況 (図 4 参照) を見るため、美容医療サービスに関する相談のうち、「説明不足」と「虚偽説明」を抽出した。これら二つを合計した件数は、平成 23 年度には 443 件であったものが、26 年度には 760 件に増加している。

図 4 美容医療サービスにおける事前説明・同意に関する相談件数【複数回答】



(注) PIO-NET のデータに基づき、当委員会が作成した。

国民生活センターが公表した資料⁹及びPIO - NETに登録された相談事例（参考資料4参照）に以下のようなものも見られた。

例1) 即日施術を受けるかどうか熟慮するための十分な時間を与えないもの

- ・カウンセラーから「ダウンタイム¹⁰ゼロのとても良い治療がある」と勧められ、術前・術後の写真を数枚見せられた。当時、しわ等は気にしていなかったが、写真を見るととても効果があるように思えたので、費用を聞くと「普段は200万円だが、今日治療すればキャンペーン適用で60万円」と言われた。昼時だったので食事に出てからゆっくり考えようと思ってその旨を伝えたが「手術前に食事などとんでもない」と言われ、そのまま手術を受けることになった。

例2) 施術の安全性に係る説明が丁寧に行われていないもの

- ・カウンセリングの担当者が「痛みはない。私も受けた。その日に友人と飲みに行った」と言っていたが、実際は麻酔中も痛く、頭の中まで糸を通すのが分かった。腫れは2～3日で引いたが、こめかみから頭にかけてズキズキ痛み、今でも時々痛み、市販の薬を飲んでいる。

例3) 施術の有効性及び安全性に係る説明に当たって、個人差がある旨が説明されていないもの

- ・「リフトアップをすれば永久的に効果が持続するので、今後美容整形にお金をかける必要はない。痛みもダウンタイムもない」との説明を医師から受けたが、実際に施術を受けてみると、手術後、効果はないが、こめかみや頬に痛みが強く何も食べられない状態が続き、内出血も引かなかった。

美容医療サービスは侵襲性を有する施術を行うことから、患者の十分な理解と同意を得た上で行われるべきものであるが、上記に示したように、実際には不適切な説明や説明不足により、消費者はリスクの少ない施術であると誤認し、十分な情報を得られない状態で施術を受ける判断をすることが、被害につながっている。

厚生労働省は、平成25年に「美容医療サービス等の自由診療におけるインフォームド・コンセントの取扱い等について」を都道府県知事等に通知している。この通知においては、「美容医療サービス等の自由診療におけるイン

⁹ 第185回消費者委員会本会議（平成27年3月3日開催）「美容医療サービスに関する相談の概要」

¹⁰ 施術から回復するまでの期間

フォームド・コンセントに関して特に留意すべき事項」として5項目を示している。上記の事例は事前説明・同意に関する厚生労働省の通知が機能していないことを示すものである。

また、当該通知の内容を見ると、「品位を損ねる又はそのおそれがある情報及び方法を用いて説明してはならない」、「当該施術を受けようとする者に対して、丁寧に説明しなければならない」というように、抽象的な表現が散見され、具体的に何をすべきなのか、何をしてはいけないのかが不明確なものとなっている。

消費者にとって美容医療サービスは施術を受ける緊急性が低い一方で、一度施術を受けると場合によっては回復できないリスクがあることなどを正しく理解した上で、施術を受けるかどうかの判断を行えるようにする必要がある。都道府県等に対し、事前説明・同意に関する厚生労働省の通知の解釈や指導の基準（Q & A等）を速やかに示した上で、都道府県等による指導を通じ、美容医療サービスを行う医療機関が、患者に対する施術前の説明を適切に行い、患者の理解と同意を得た上で施術を行うべきこと、消費者トラブルの原因となりやすい即日施術を厳に慎むべきことを徹底すべきである。

また、消費者に対しては、

- ・ 目先の広告やインターネット上の情報を鵜呑みにしないこと
- ・ 施術の内容や時期、後遺症などを含めて診療に係る情報について納得が行くまで医師から説明を受けること
- ・ 説明を理解した上で施術を受けるか否かの判断をすべきこと
- ・ 美容医療サービスは施術を受ける緊急性が低いことを踏まえ、即日施術を避けるべきこと

について、厚生労働省が都道府県等と連携して医療機関にチラシを備え置くなどの方法により注意喚起すべきである。

以上を踏まえ、厚生労働省は、上記建議事項2に基づく措置を講ずべきである。

3．苦情相談情報の活用

(建議事項 3)

厚生労働省は、美容医療サービスに係る法令やガイドラインに違反等する事例を適切に把握し、都道府県等が医療機関に対する指導監督を効果的に行えるようにするため、PIO-NET や都道府県等に置かれている医療安全支援センターに蓄積された情報の活用を図るとともに、医療安全支援センターの相談窓口が活用されるよう、消費者に周知を図ること。

また、行政手続法に基づき、国民が、法令に違反する事実を発見した場合に、行政機関に対し、それを是正するための処分や行政指導を求めることができる仕組みについても活用を図ること。

(理由)

都道府県等が美容医療サービスに係る法やガイドラインに違反等する例を把握するきっかけとして、消費者からの苦情相談が重要な役割を果たすと考えられる。

苦情相談情報の入手元としては、PIO-NETや都道府県等に置かれている医療安全支援センターが有力であるが、厚生労働省においてはそれらの活用が十分でなく、適切な実態把握のためには、PIO-NETや医療安全支援センターに蓄積された情報を収集し活用を図るべきである。

また、医療安全支援センターの相談窓口が一層活用されるよう、同センターにおいて患者等の相談を受け付けていることについても周知を図るべきである。

この他、平成26年6月に改正（27年4月1日施行）された行政手続法においては、国民が、法令に違反する事実を発見した場合に、行政機関に対し、それを是正するための処分や行政指導を求めることができる仕組みが設けられた。申出を受けた行政機関は、必要な調査を行った結果、必要があると認めるときは、その処分又は行政指導を行うこととされており、こうした仕組みが消費者に周知され活用されるよう広報にも注力すべきである。

以上を踏まえ、厚生労働省は、上記建議事項3に基づく措置を講ずべきである。

4．執行体制

なお、以上で述べた対応を含めて、美容医療サービスの諸問題に適切に対応するためには、厚生労働省及び都道府県等における指導監督の執行体制にも目を向けるべきである¹¹。

医療機関のホームページに対する規制を強化する場合、ホームページによる被害は都道府県を超えて広域に及ぶことが通例であるため、国は地方自治体に対する技術的助言だけではなく、調査、指導権限を強化することが必要である。そのために、厚生労働省及び都道府県等の役割分担¹²、都道府県等の医療監視に従事する職員の専門性の確保、人員配置について必要に応じて見直し・強化を図るべきであることを付言しておく。

¹¹ 国においては厚生労働省が法を所管し、都道府県知事等に対して技術的助言を行っている。広告規制に係る法執行については、その医療機関を管轄している都道府県等に置かれた医療監視員が、報告徴収や立入検査を行い、必要に応じて指導、さらには指導に応じない場合には是正を命ずることにより、その実効性を確保する役割を担うという体制になっている。

その人的体制を見ると、厚生労働省においては、美容医療サービスに関する業務に携わっている職員は1人しか配置されていない。また、都道府県では、東京都の場合、保健所等に医療監視員が配置されているが、このうち保健所に配置されている専任の医療監視員は1保健所当たり3人程度となっている（平成25年4月1日現在）。いずれも、美容医療サービス以外の診療科を有する管轄区域内の病院及び診療所全体に対する医療監視を担っている。

なお、法第6条の11の規定に基づき、都道府県等は、医療安全支援センターを設けるよう努めることとされており、医療に関する苦情・心配や相談に対応するとともに、医療機関、患者・住民に対して、医療安全に関する助言及び情報提供等を行っている。苦情については、必要に応じて指導監督権限を有する行政機関に連絡し、当該行政機関が対応する体制になっている（全国の医療安全支援センターの配置状況及び相談件数については参考資料5参照）。

¹² 地方公共団体のみに与えられていた権限について、国も自ら権限行使を行えるように見直した例がある。建築基準法では、建築物の事故等に対する調査体制の強化のため、従来、特定行政庁にのみ与えられていた調査権限について、国が自ら必要な調査を行えるようにする改正を行っている（建築基準法の一部を改正する法律（平成26年法律第54号））。

電子マネーに関する消費者問題についての建議

平成27年 8月18日
消費者委員会

インターネット取引の拡大に伴って、クレジットカードや電子マネーなど支払手段が多様化している。

これらの支払手段のうち、クレジットカード取引については、当委員会は、平成26年 8月26日に「クレジットカード取引に関する消費者問題についての建議」を発出し、経済産業省に対して、加盟店管理の徹底など消費者保護のための制度整備を求め、同省においても、割賦販売法（昭和36年法律第159号）に基づく規制の強化に向けて検討が進められている。

一方、電子マネーについては、他の支払手段と比較して歴史が浅いが、発行額が年々増加している。また、政府が「『日本再興戦略』改訂2015」（平成27年 6月30日閣議決定）において「2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催等を踏まえ、キャッシュレス決済の普及による利便性・効率性の向上を図る」こととされていることから、今後、普及が拡大することが見込まれている。

しかし、電子マネーの利用拡大に伴って、消費者問題も発生している。全国消費生活情報ネットワーク・システム（PIO-NET）（注1）に登録された電子マネーに関する消費者からの相談の件数は、平成17年度から26年度で約80倍に増加している。相談事例を見ると、加盟店の悪質な行為が原因で生じる被害や電子マネーのIDが詐取される被害などが発生しており、電子マネーの健全な市場が形成されているとは言い難い状況にある。消費者が安心して電子マネーを利用できる環境の整備を進める必要がある。

消費者基本計画（平成27年 3月24日閣議決定）において、「多様な決済手段に関連する消費者トラブルへの対応について検討し、必要な取組を推進することとされていることも踏まえ、当委員会は、電子マネーに関する消費者問題が発生している原因や背景を探るべく、調査審議を行ってきた（注2）。

その結果、電子マネー発行業者の加盟店の管理及び苦情処理体制が十分でないこと、電子マネーのIDを詐取されることによる被害の防止対策が十分でないこと、電子マネーの特徴や利用に関する留意点の消費者への教育や情報提供が十分でないことなどの課題が明らかになった。

言うまでもなく、インターネット取引における被害の防止に向けた課題は、電子マネーだけにとどまらず、場の提供者の責任についての考え方、セキュリティの確保、発信者情報開示の必要性など多岐にわたる。

しかし、電子マネーはクレジットカードと決済の仕組みが類似しており、これまでクレジットカードを媒介としていた消費者問題が、クレジットカードに対する規制の強化に伴って、比較的規制の緩やかな電子マネーに移行していくことが懸念される。当委員会は、現時点において早急に効果的な対策を講ずるため、調査審議し、本建議に至ったものである。

当委員会は、以上の状況を踏まえ、内閣府特命担当大臣（金融）に対して、次のとおり、消費者庁及び消費者委員会設置法（平成21年法律第48号）に基づき建議する。また、この建議への対応について、内閣府特命担当大臣（金融）に対して、平成28年2月までにその実施状況の報告を求める。

（注1）PIO-NET（パイオネット）とは、独立行政法人国民生活センターと全国の消費生活センター等をオンラインネットワークで結び、消費生活に関する相談情報を蓄積しているデータベース。

（注2）電子マネーには媒体別にIC型電子マネーとサーバ型電子マネーがある。今回当委員会が建議の対象としたのは、電子マネーのうちインターネット取引で主に利用されているサーバ型電子マネーである。

1 加盟店管理及び苦情処理体制の整備

(建議事項 1)

金融庁は、電子マネーを利用した取引における悪質な加盟店による消費者の被害の発生・拡大防止及び回復を図るため、電子マネー発行業者に対し、資金決済に関する法律（平成 21 年法律第 59 号）（以下、「法」という。）における義務付けを含む、加盟店の管理及び苦情処理体制の制度整備に向けた措置を講ずること。

(理由)

電子マネーの利用における被害の主な類型の一つとして、消費者を言葉巧みに電子マネーの加盟店のサクラサイトなどに誘導し、役務を提供すると偽って何度も繰り返し利用料金を電子マネーで支払うよう指示するが、結局、役務が提供されないといった悪質な行為により、被害を受けたという事例が発生している。このような被害を防止するためには、加盟店が消費者に対して悪質な行為を行った場合、電子マネー発行業者は当該加盟店との契約を解除するなど適切な加盟店管理を行う必要がある。

加盟店管理につき、法は、電子マネー発行業者の加盟店の取り扱う物品及び役務について公の秩序又は善良の風俗を害し、又は害するおそれがあるものではないことを確保するために必要な措置を講じていない法人（電子マネー発行業者）を第三者型発行業者の登録拒否事由としており（法第 10 条第 1 項第 3 号）、登録拒否事由に該当するときは登録を取り消し、又は 6 か月以内の発行業務の全部若しくは一部の停止を命ずることができることとしている（法第 27 条第 1 項第 1 号）。また、電子マネー発行業者の業務の運営に関し、利用者の利益を害する事実があると認めるときは、その利用者の利益の保護のために必要な限度において、当該業務の運営の改善に必要な措置をとるべきことを命ずることができることとしている（法第 25 条）。

これを受けて、「金融庁事務ガイドライン」（以下「ガイドライン」という。）において、電子マネー発行業者における加盟店管理について、「第三者型発行業者については、利用者に物品・役務を提供するのは主に加盟店であるため、前払式支払手段に係る不適切な使用を防止する趣旨から、加盟店が販売・提供する物品・役務の内容について、公序良俗に反するようなものではないことを確認する必要がある」とした上で、電子マネー発行業者に対する監督に当たっての主な着眼点を示している。

「公序良俗違反」という要件については、犯罪行為に使用されるなどの悪質性が強い場合などが該当すると考えられるが、加盟店管理義務をより明確

にする観点から、悪質な加盟店による被害の防止に資するように電子マネー発行業者の加盟店管理責任を法令などにおいて、明文化することが求められる。

クレジットカード取引については、加盟店管理について割賦販売法に基づく規制の強化に向けて検討が進められている。クレジットカードの加盟店管理の仕組みを参考に、電子マネー発行業者における加盟店管理の制度整備に向けた措置を講ずる必要がある。

電子マネー発行業者における利用者からの苦情処理について、法第13条第1項第4号では、「利用者からの苦情又は相談に応ずる営業所又は事務所の所在地及び連絡先を表示すること」とされている。また、ガイドラインにおいては、電子マネー発行業者に対する監督に当たっての主な着眼点を示している。

なお、電子マネー発行業者が法に基づく認定資金決済事業者協会（法第87条）の会員の場合には、同協会の自主規制規則により苦情処理が義務付けられているところであるが、同協会の会員以外の電子マネー発行業者も存在する。

電子マネー発行業者の規約では「加盟店・利用者間のトラブルは当事者間で解決する」旨が規定されているものも存在し、電子マネー発行業者が紛争解決に非協力的である場合もあるとの報告もあるため、電子マネー発行業者に対して、苦情処理について、より徹底させる必要がある。

以上を踏まえ、金融庁は、上記建議事項1に基づく措置を講ずべきである。

2 電子マネーのIDを詐取されることによる被害の防止対策

(建議事項2)

金融庁は、消費者が電子マネーのIDを詐取されることによる被害を防止するため、以下の措置を講ずること。

- (1) 消費者が電子マネーを詐取される被害が発生している電子マネー発行業者に対し、各発行業者のウェブサイトや販売時における注意喚起の表示、販売上限額の引き下げなどの販売方法の見直し並びに被害発生状況のモニタリング及び分析を通じて消費者の被害の予防及び救済に向けた取組を促すこと。
- (2) 経済産業省、警察庁、消費者庁と連携し、電子マネーを販売する事業者に対し、電子マネーの販売店において高額又は大量の電子マネーを購入しようとする消費者に対して、従業員から注意喚起の声かけを行うことなどにより、電子マネーを詐取しようとする者に支払うことを目的とした電子マネーの購入を未然に防ぐ取組について協力を要請すること。

(理由)

電子マネーの利用における被害の主な類型の一つとして、消費者に対して架空の利用料金を請求するなど不正な請求を行い、その支払いを電子マネーで行うよう指示する事例が発生している。

具体的には、悪質な業者などのアカウントへの入金手続きを消費者に行わせる、コンビニエンスストアなどの電子マネーの販売店で消費者に電子マネーを購入させてIDを詐取する、譲渡型の機能を利用してギフト型の電子マネーを購入させてそれを譲渡させるなどである。

電子マネーは、販売店において匿名で誰でも比較的簡単に購入して利用でき、他人に譲渡することができる特徴がある。しかし、その特性を逆手に取られ、被害に遭うケースがみられる。たとえ、被害に気が付いても、電子マネーを詐取した者を特定できないため、被害救済を著しく困難にしている。このような点からすれば、電子マネーを詐取した者を特定できる手段の検討が必要であるが、一律に電子マネーの利用者に本人確認などを行うことは利便性を妨げるものであり、現実的ではないと考えられる。

そこで、消費者保護の観点から、電子マネーの利便性にも留意しつつ、次の措置を講ずべきである。

- ・消費者が電子マネーを詐取される被害が発生している電子マネー発行業者に対し、各発行業者のウェブサイトや販売店に設置しているMMK端末(マ

ルチメディアキオスク端末) などにおいて販売時における注意喚起の表示、販売上限額の引き下げなどの販売方法の見直し並びに被害発生状況のモニタリング及び分析を通じた消費者の被害の予防及び救済に向けた取組を促すこと。例えば、電子マネー発行業者に対して、これらに取り組むことを求めることをガイドラインに盛り込むことが考えられる。

- ・電子マネーのID詐取による被害の発生を未然に防止するため、高額又は大量の電子マネーを購入しようとする消費者に対して、販売店の従業員から注意喚起の声かけを行うことなどにより、消費者がだまされていることに気づき、被害を未然に防いだ事例があり、この対策には効果が認められる。この「声かけ」に広く販売店が取り組むことで被害の予防を拡大することが期待されるため、関係省庁と連携し、電子マネーを販売する事業者に対し、販売店において高額又は大量の電子マネーを購入しようとする消費者に対して、従業員から注意喚起の声かけを行うことなどにより、電子マネーを詐取しようとする者に支払うことを目的とした電子マネーの購入を未然に防ぐ取組について協力を要請すること。

以上を踏まえ、金融庁は、上記建議事項2に基づく措置を講ずべきである。

3 消費者教育及び情報提供

(建議事項 3)

金融庁は、消費者庁及び文部科学省並びに関係団体の協力を得て、電子マネーの特徴や利用に関する留意点、被害の発生・拡大防止及び回復を図る際に有用と思われる知識についての消費者教育及び消費者への情報提供を一層積極的に推進すること。

その際、消費者の適切な理解を得るため、対象となる年齢層などにも配慮すること。

(理由)

消費者が電子マネーの特徴や利用に関する留意点や、詐欺等の被害に遭わないための知識を身に付け、適切に行動することができるようにするためには、消費者教育や情報提供を推進していくことが重要である。

学校教育では、文部科学省が作成する中学校学習指導要領解説の技術・家庭編や高等学校学習指導要領解説の公民編や家庭編等において、電子マネーについても記述されており、指導が行われている。電子マネーによる決済の仕組みは複雑であるため、中学生、高校生、大学生など年齢層に応じて理解できるような展開が必要である。

すでに消費者庁等関係行政機関や関係事業者・団体においては、各種の取組を実施しているところもみられるが、被害の防止を図っていくためには、そうした取組を一層充実させ、継続して取り組んでいく必要がある。

以上を踏まえ、金融庁は、上記建議事項3に基づく措置を講ずべきである。

商業施設内の遊戯施設における消費者安全に関する建議

平成 27 年 8 月 28 日

消費者委員会

子どもが楽しく遊ぶはずの商業施設¹内の遊戯施設²において、消費者安全法(平成 21 年法律第 50 号)の重大事故等³に該当すると思われる骨折等の事故が起きている。消費者庁の事故情報データバンク⁴には、平成 20 年度から 26 年度までの 7 年間で骨折等の治療期間 1 か月以上の事故が 28 件登録されており、平成 26 年度に発生したものは 5 件であった。しかしながら、当委員会の調査によれば、平成 26 年度だけで少なくとも 88 件の骨折等の事故が発生していることが明らかとなり、事故情報⁵が十分に把握されていない事実が浮かび上がってきた。

また、当委員会が遊戯施設を実地に調査した結果、施設面や運営面で子どもが安全に遊ぶのに不安のある施設も見受けられた。

この背景には、商業施設内の遊戯施設における、明確な安全基準がなく、指導監督に当たる行政機関も定められていない(いわゆる「すき間」である。)ため、事故情報の収集や、事業者に対する指導監督が行われていないことがある。

当委員会はこうした状況を踏まえ、商業施設内の遊戯施設における消費者事故等⁶の防止のために、消費者庁及び消費者委員会設置法(平成 21 年法律第 48 号)に基づき、内閣府特命担当大臣(消費者)及び経済産業大臣に対し、次のとおり建議する。また、この建議への対応について、各大臣に対して、平成 28 年 2 月までにその実施状況の報告を求める。

¹ 本建議において、「商業施設」とは、小売業、飲食業及び娯楽業の業務を行う者の事業の用に供される施設を指す。具体的には、ショッピングセンター、家電量販店、書店、飲食店、コンビニエンスストア、遊園地、テーマパーク並びに小売業、飲食業及び娯楽業が主催する屋内外イベント会場等が該当する。

² 本建議において、「遊戯施設」とは、子どもが体を動かして遊ぶことを目的とした施設及び遊具を指す。具体的には、屋内遊戯施設(インドアプレイグラウンド)、複合アスレチック、エア遊具、ジャンピング遊具、ボールプール、ぶらんこ、滑り台、シーソー、ジャングルジム、ラダー、砂場、その他これらに類するものが該当する。なお、建築基準法(ジェットコースター等)、電気用品安全法(ゲームセンターの遊戯器具等)、消費生活用製品安全法(玩具等)が対象としている遊戯施設・遊具は含まない。

³ 本建議において、「重大事故等」とは、消費者安全法第 2 条第 7 項に規定する重大事故等をいう。

⁴ 「事故情報データバンク」とは、消費者庁が独立行政法人国民生活センターと連携し、関係機関より「事故情報」、「危険情報」を広く収集し、事故防止に役立てるためのデータ収集・提供システム(平成 22 年 4 月より運用開始)。なお、消費者からの申出等をもとにしたものであり、事実関係が確認されていない事例も含む。

⁵ 本建議において、「事故情報」とは、消費者安全法第 2 条第 5 項に規定する消費者事故等のうち、同法第 12 条第 1 項及び第 2 項において、その発生に関する情報を行政機関の長等が得たときは内閣総理大臣に通知することとされている情報をいう。

⁶ 本建議において、「消費者事故等」とは、消費者安全法第 2 条第 5 項に規定する消費者事故等をいう。

1. 商業施設内の遊戯施設における消費者安全に関する取組の強化

(建議事項 1)

消費者庁は、商業施設内の遊戯施設において、消費者安全法に基づく消費者事故等が発生していることを踏まえ、経済産業省において、同省所管の商業施設について消費者安全の観点から適切に業振興に取り組まれるよう同省と調整を行うこと。

(理由)

商業施設内の遊戯施設において、事業者が子どもの骨折等の事故防止に向けて十分な安全対策を適切に講ずるためには、行政機関が必要な指導監督を行っていく必要がある。

消費者庁は、消費者安全法第40条第1項及び第2項に基づいて、商品等又は役務が消費安全性を欠くことにより重大事故等が発生した場合（当該重大事故等による被害の拡大又は当該重大事故等とその原因を同じくする重大事故等の発生の防止を図るために実施し得る他の法律の規定に基づく措置がある場合を除く。）において、重大生命身体被害の発生又は拡大の防止を図るため必要があると認めるときは、当該商品等又は役務を供給し、提供し、又は利用に供する事業者に対し、当該商品等又は役務につき、必要な点検、修理、改造、安全な使用方法の表示、役務の提供の方法の改善その他の必要な措置をとるべき旨を勧告、命令することができることとされている。

したがって、現状においても消費者庁が、問題に一定の対処をすべき立場にあるが、同法が規定するのは個別の重大事故等が発生した場合の当該事業者への措置にとどまるものである。すなわち同法において、全ての事業者に対して安全基準を示し、その遵守を指導するなど消費者の安全確保に関して恒常的に指導監督を行うことが規定されているものではない。

経済産業省は、商鉦工業の発達及び改善に関する基本に関する事務を所掌するとともに、所掌事務に関連する一般消費者の利益の保護に関する事務を所掌しているところであるが、これまで、商業施設内の遊戯施設における消費者事故等の防止に向けた事業者に対する指導監督は行われてこなかったのが実態である。

しかし、商業施設内の遊戯施設において、骨折等の事故が発生している状況に鑑み、今後は、消費者事故等を防止するための措置を恒常的に講ずる体制を構築するため、経済産業省において、同省の所管する商業施設について、そこに設置されている遊戯施設の運営事業者等に対し恒常的に指導監督を行うことを明確に位置付ける必要がある。

消費者庁は、商業施設内の遊戯施設における消費者安全政策を推進するため、経済産業省が同省所管の商業施設について、消費者安全の観点から適切に業振興に取り組み、遊戯施設の運営事業者等に対する指導監督体制を構築することができるよう、経済産業省と必要な調整を行うべきである。

以上を踏まえ、消費者庁は、上記建議事項 1 に基づく措置を講ずべきである。

2 . 事故情報の収集

(建議事項 2)

経済産業省は、建議事項 1 における調整の結果、取り組むこととされた商業施設内の遊戯施設における事故情報を適切に収集する仕組みを構築し、収集した情報を消費者安全法に基づき消費者庁へ通知すること。

(理由)

事故情報データベースには、平成 26 年度に発生した治療期間が 1 か月以上の事故は 5 件（平成 20 年度から 26 年度までの 7 年間では 28 件）登録されている。

一方、当委員会が商業施設内の遊戯施設を運営する事業者から聞き取り調査を行ったところ、平成 26 年度に少なくとも 88 件の骨折等の事故が発生していた。

このように、商業施設内の遊戯施設における消費者の事故について、消費者安全法に基づいて消費者庁に集約されている事故情報と、事業者が保有している事故情報との乖離は非常に大きく、現状では消費者庁は事故情報を十分に収集できていないと言わざるを得ない。この理由は、消費者安全法が行政機関の把握した事故情報を消費者庁へ集約する制度であることを踏まえると、商業施設内の遊戯施設の消費者安全について恒常的に指導監督を行う行政機関がないため、事故が発生した場合に事業者から行政機関に事故情報が伝達される仕組みが整っていないことが考えられる。

事故情報は、事故の発生防止を図るための施策の企画立案の基盤となるものである。商業施設内の遊戯施設の事故防止を図るため事業者が保有している事故情報が経済産業省において十分に収集され、また、消費者庁へ通知されることにより、消費者安全の実現のための施策に活かされるとともに、国民に共有される必要がある。具体的には、経済産業省において、事業者から事故情報を収集する仕組みを実効性のあるものとするため、例えば、消費者安全法第 12 条に規定するものを参考に、事業者へ事故情報の提供を要請することが考えられる。

以上を踏まえ、経済産業省は、上記建議事項 2 に基づく措置を講ずべきである。

3 . 事故情報の活用

(建議事項 3)

経済産業省は、建議事項 1 における調整の結果、取り組むこととされた商業施設内の遊戯施設における消費者事故等の発生を防止するため、以下の措置を講ずること。

- (1) 関係事業者が遵守すべき安全面に関する基準 (ガイドライン、自主基準を含む。) の策定に向けた措置を講ずること。
- (2) 関係事業者と事故情報を共有し、同種の事故に対して予防対策を講ずるよう注意喚起すること。

(理由)

事故情報データバンクに登録されている (平成 20 年度から 26 年度まで) 治療期間 1 か月以上の事故 (28 件) を分析すると、事故の事例は以下のものがあり、その原因は高所からの落下・転落、転倒、飛び降り及び衝突によるものが多かった。

- ・ 滑り台の出発部から落下し、意識不明の重体になった。
- ・ 滑り台の階段で転倒し、怪我を負った。
- ・ ボールプールに飛び込み、足の脛を骨折した。
- ・ 遊具の送風機に手を入れて指を切断した。

さらに、当委員会の調査では、商業施設内における遊戯施設において、事故の発生の一因となりうる下記のような状況が認められた。

- ・ 1 人用の遊具を複数の子どもが利用している。
- ・ 遊具の間隔が狭いため子ども同士がぶつかりやすい。
- ・ エア遊具から空気が漏れており、空気圧が不足している可能性がある。
- ・ エア遊具の滑り台の降り口と壁との距離が近く、次に滑る子どもが下にいる子どもと衝突しやすい構造となっている。

現在、商業施設内の遊戯施設の運営事業者等は、独自の安全対策を行っているところもあるが、安全対策の内容に差がみられる。商業施設内の遊戯施設において、適切な安全対策の実施が確保されるためには、例えば、遊戯施設の設計や配置、人数制限、年齢制限、突起処理や空間確保等の環境の整備などに関する一定の安全面の基準を設けることが必要である。その基準は、必ずしも法的基準である必要はなく、経済産業省が策定するガイドラインや業界団体が策定する自主基準でも目的を達成しうるものと考えられるが、その場合、経済産業省は、ガイドラインや自主基準の効果を適宜フォローするとともに、指導監督の根拠法の立法の必要性についても念頭に置きつつ、注視していくべきである。

消費者安全法に規定する消費者事故等に関する情報を共有することで、遊具製造

事業者、施設運営事業者、イベント事業者、遊具レンタル事業者及び商業施設の開発事業者(デベロッパー)等の関係事業者は同種の事故に対して予防対策を講ずることができ、商業施設内の遊戯施設における安全の確保に有用であるため、経済産業省は、関係事業者に対して広く情報を共有し、同種の事故に対して予防対策を講ずるよう注意喚起すべきである。

以上を踏まえ、経済産業省は、上記建議事項3に基づく措置を講ずべきである。

4．専ら経済産業省が所管する商業施設内の遊戯施設を除く遊戯施設への安全対応

(建議事項 4)

消費者庁は、専ら経済産業省が所管する商業施設内の遊戯施設を除く遊戯施設においても消費者事故等が発生していることを踏まえ、それらの事故防止を図るため、当該施設に係る事故情報の収集・活用が適切に行われるよう、関係行政機関と調整すること。

(理由)

事故情報データベースに登録された遊戯施設における事故に関する情報によると、専ら経済産業省が所管する商業施設内の遊戯施設を除く遊戯施設(飲食店、公園及び学校の遊戯施設等)でも事故が発生していることが明らかとなっている。これらの施設についても関係行政機関と調整の上、事故情報の収集・活用にすき間がないように対策を講ずる必要がある。

以上を踏まえ、消費者庁は、上記建議事項 4 に基づく措置を講ずべきである。

5 . 関係行政機関への情報提供及び消費者への注意喚起

(建議事項 5)

消費者庁は、遊戯施設において発生した事故情報の適切な活用を図るため、収集した事故情報を、商業施設以外の施設を含め、遊戯施設を設置している事業を所管する関係行政機関に提供すること。

また、消費者庁は、消費者事故等の防止のため、引き続き、消費者に対して適時適切に注意喚起を行うこと。

(理由)

遊戯施設における事故は、商業施設に限らず、様々な施設(宿泊施設、スポーツ施設及び児童福祉施設等)でも発生する可能性があり、事故情報を共有することで、関連施設は予防対策を講ずることができ、同種の事故の発生を予防できる可能性がある。

消費者への注意喚起については、これまでに消費者庁は平成 24 年 12 月に「屋内アミューズメント遊具に関する注意喚起」、国民生活センターは平成 25 年 6 月に「商業施設内の屋内遊戯施設における子どもの事故」を公表しているが、今後とも消費者に対して安全に利用するための注意点などについて、注意喚起する必要がある。

以上を踏まえ、消費者庁は、上記建議事項 5 に基づく措置を講ずべきである。

いわゆる名簿屋等に関する今後検討すべき課題についての意見

平成 26 年 9 月 9 日
消費者委員会

当委員会は、政府の高度情報通信ネットワーク社会推進戦略本部が本年 6 月 24 日付けで決定した「パーソナルデータの利活用に関する制度改正大綱（以下「大綱」という。）に対し、本年 7 月 15 日付けで『パーソナルデータの利活用に関する制度改正大綱』に関する意見」（以下「一次意見」という。）を公表した。

このうち、いわゆる名簿屋等により販売された個人情報¹について、大綱が、「犯罪行為や消費者被害の発生と被害の拡大を防止するためにとり得る措置等については、継続して検討すべき課題」としていることに対して、一次意見では、犯罪行為や消費者被害の発生と被害の拡大を防止するための削除請求権等の民事効を含む実効性ある措置は、新制度の創設と同時に実施されるべき喫緊の課題であり、消費者の安心感を確保しつつ円滑なパーソナルデータの利活用を可能とする環境整備のためには、大綱が示す対策だけでなく、早急に実効的な対策の在り方を検討することが必要であるとして、次の 5 つの視点を提示していた。

特定可能性が低減されていない個人情報の移転についての第三者機関等の関与

名簿等の個人情報リストを入手・保有する事業者の責任の明確化

情報のロングリングを許さないトレーサビリティの確立

不正の手段により流出した個人情報の削除

いわゆる名簿屋に対する規制

一次意見公表後の調査審議結果を踏まえ、本意見では、上記視点に係る制度改正の在り方について、より具体的に述べるものである。

前提となる当委員会の基本的な考え方は次のとおりである。すなわち、個人情報については、個人情報の保護に関する法律（平成 15 年法律第 57 号。以下「現行法」という。）の施行後も、多くの個人情報流出事故が発生しており²、自らの個人情報

¹ 個人情報の保護に関する法律では、個人情報とは、「生存する個人に関する情報であつて、当該情報に含まれる氏名、生年月日その他の記述等により特定の個人を識別することができるもの」とされている（第 2 条第 1 項）。ただし、本意見では、現行法について述べている部分を除き、大綱でパーソナルデータとして保護することが検討されている情報も含む概念として、「個人情報」の語を用いている。

² 消費者庁「個人情報の保護に関する法律 施行状況の概要」によると、事業者からの個人情報漏えい事案の状況は、過去 5 年間で、平成 20 年度 538 件（18 件）、平成 21 年度 490 件（15 件）、平成 22 年度 413 件（13 件）、平成 23 年度 420 件（13 件）、平成 24 年度 319 件（13 件）に上る（括弧内は、漏えいした人数が 50,001 人以上

が本人の認知していないところで流通しているかもしれない現状や、既に流出してしまった個人情報の取扱いについて、消費者の不安感が高まっている。そもそも、自己の個人情報については、自らがコントロールできることが原則であるべきである。自己の個人情報のコントロールを確保するためには、第1に、個人情報取扱事業者³（以下「事業者」という。）が個人情報を保有する際には、本人の同意を得ているか又は同意を得ている状態に準ずる状態にあること、第2に、本人の意に沿わない個人情報の保有に対し、本人から利用の停止又は消去ができるようにすること、第3に、前述の第1、第2の規律が実効的に行われるよう、個人データ⁴の流通に係るトレーサビリティを確保し、個人データをどの事業者がどのような経緯で保有しているかを本人が把握できるようにすること、が必要である。これらの条件が満たされることにより、個人情報が架空請求や詐欺的投資勧誘等の犯罪行為に悪用されることへの懸念といった消費者の不安感が払拭されるとともに、個人情報の悪用による被害の発生・拡大⁵が防止されることにもつながると考える。

以上に鑑みると、現行法には緩やかに解釈運用され過ぎている面があると考えられる。したがって、上記の基本的な考え方を踏まえて現行法の解釈運用を改めることにより、個人情報保護を本来あるべき水準に近づけることも、一定程度は可能であると考えられる。しかし、現行法の解釈運用による対応には限界があり、法改正が必要なことも否定できない。そこで、以下では、不適正な個人情報の流通を防止し、消費者の権利利益が侵害されないようにするため、現行法の改正に関し、当委員会として意見を述べることにする。今後、内閣官房における現行法の改正のための作業が、本意見を踏まえて行われることにより、消費者の理解と安心の確保がもたらされることを期待する。

なお、現在、経済産業省等において、現行法の事業等分野ごとのガイドラインの見直しの検討が進められているところと承知している。当委員会としては、かかるガイドラインの見直しにとどまらず、速やかな関係法令の改正という法制度的対応により、個人情報の管理が一層徹底されることを期待するものである。

の事案の件数。）、さらに近時では、2,000万件を超える大量の個人データが流出する深刻な個人情報漏えい事案も発生した。

³ 現行法では、個人情報取扱事業者とは、「個人情報データベース等を事業の用に供している者」とされている（第2条第3項）。なお、現行法下では、事業者が取り扱う個人情報により識別される特定の個人の数5,000以下である場合、個人情報取扱事業者の範囲から除外されるが、大綱は、この適用除外の制度を廃止することとしており、本意見も、そのことを前提にしている。

⁴ 現行法では、個人データとは、「個人情報データベース等を構成する個人情報」とされている（第2条第4項）。

⁵ 流出した個人情報の悪用による被害だけでなく、最近では公的機関をかたって「漏れた個人情報を削除する」と持ちかける詐欺も急増している（独立行政法人国民生活センター報道発表資料「個人情報が漏れているので削除してあげる?! 公的機関をかたって個人情報の削除を持ちかける詐欺にご注意!」平成26年7月30日）。

1 第三者提供時のオプトアウト⁶手続の適正化と提供を受ける側の事業者の責任の明確化

(a) 現行法の内容と解釈運用

事業者が個人データを第三者提供する場合、現行法上は、第23条第1項で、本人の同意を得ることが原則とされている一方、第23条第2項で、事業者が「本人の求めに応じて当該本人が識別される個人データの第三者への提供を停止することとしている場合であって」、所定の事項を「あらかじめ、本人に通知し、又は本人が容易に知り得る状態に置いているとき」は、本人の同意が不要とされている。この第2項は、第1項の定める原則に対して例外を定めるものであるから、本来、事業者が本人の同意を得ている状態に準ずる状態にある場合に限り、適用されなければならないと考えられる。

しかし、現行法の下、事業者が本人の求めに応じて個人データの第三者提供を停止する旨等のオプトアウト手続をホームページ等に掲載すれば、「本人が容易に知り得る状態に置いている」と解されており、現実には、本人が十分認知していない状態のまま第三者提供がなされている。そのため、消費者は、自己の個人データがどの事業者にどのように保有されているか、把握できていないのが現状である。このような現状では、消費者がオプトアウトの請求を行おうにも、その請求先事業者の特定すら困難であり、オプトアウトによる個人データの第三者提供の停止等は事実上形骸化している。

(b) 大綱の内容

この点について、大綱では、「個人データの第三者提供におけるオプトアウト規定については、運用上の問題点が指摘されているところ、現行法の趣旨を踏まえた運用の徹底を図る」とし、「個人データにより識別される本人が、前述のオプトアウト規定を用いて個人データの提供を行っている事業者を容易に確認できる環境を整えるため、個人情報取扱事業者がオプトアウト規定を用いて第三者提供を行う場合には、現行法の要件に加え、第三者機関に対し、法に定める本人通知事項等を届け出ることとするほか、第三者機関は届け出られた事項を公表するなど、必要な措置を講じる」としている。

こうした措置は、形骸化しているオプトアウト手続の実効性の確保に資するものと評価できる。しかし、大綱の述べる措置は、本人の同意なしに個人データの提供を受ける側の事業者（以下「受領者」という。）の責任を規定していない現行法の構造には変更を加えていない点で、なお不十分であると考えられる。

⁶ 「本人の求めに応じて当該本人が識別される個人データの第三者への提供を停止すること。」（現行法第23条第2項第4号）

大綱は、「個人が特定される可能性を低減したデータ」を第三者提供する場合に関しては、受領者に対し、「特定の個人を識別することを禁止する」など、適正な取扱いに係る義務を課すこととしている⁷が、これとの比較においても、本人の同意なしに個人データそのものの提供を受ける受領者の責任が明確に定められていないことは、著しく均衡を欠くと言わざるを得ない。

(c) 意見

そこで、大綱の述べる措置から一步進めて、本人の同意なしに個人データの提供を行う側の事業者（以下「提供者」という。）のみならず、その個人データの受領者にも第三者機関への届出義務を課し、届出を受けた第三者機関が届け出られた事項を公表することを制度化すべきである。これにより、消費者本人が、本人の同意なしに個人データの提供を行う提供者及びこれを受ける受領者の双方を把握できるようになり、個人データの第三者提供について「本人が容易に知り得る状態」が明確となり、情報のトレーサビリティの確保につながるるとともに、第三者機関が公表した事項に基づき、本人がオプトアウトや個人データの開示、訂正等及び利用停止等を行う必要性について判断できるようになる。

このように、形骸化しているオプトアウト規定の実効性を確保するため、まずは実質的に「本人が容易に知り得る状態」へと改善した上で、本人がオプトアウトをするか否かを選択する機会も実質的に保証されるよう、第三者提供を行う側の事業者は、本人への通知又は上記の第三者機関による公表から第三者提供まで、一定期間を置かなければならないとすることも考えられよう。

もっとも、以上のように、個人データの第三者提供に関し、提供者と受領者の双方について第三者機関への届出義務及び第三者機関による公表を制度化するとしても、本人が第三者機関による公表を常時分析して、適時に的確にオプトアウトの手続を採ることは実際には困難であり、提供者の下でのオプトアウトの仕組み自体になお限界があることも否定できない。したがって、更に、オプトアウト規定により、本人の同意なしに個人データの提供を受ける受領者に対しても、本人が自己の個人データの利用（第三者提供を含む）の停止又は消去を求める請求権を認めることも検討されるべきである⁸。

⁷ 大綱の第3-1（10頁）。加えて、政府のパーソナルデータに関する検討会に置かれた技術検討ワーキンググループの報告書（平成26年5月）及び当委員会の一次意見では、事業者が第三者「提供等の事実」について、第三者機関に情報提供しこれを公表することを、検討すべき課題としている。

⁸ 総務省「緊急時等における位置情報の取扱いに関する検討会報告書『位置情報プライバシーレポート』」（平成26年7月）が、電気通信事業者の保有する個人の位置情報の第三者提供について、位置情報の高いプライバシー性等に鑑みて、電気通信サービスの利用者による「個別かつ明確な同意の原則」を厳格に求めている（27頁）ことが、参照されるべきである。

2 不正取得された個人情報の流通の防止

(a) 現行法の内容と解釈運用

現行法は、第 17 条で「個人情報取扱事業者は、偽りその他不正の手段により個人情報を取得してはならない」としており、個人情報は適正に取得されることが前提とされている。しかし、一旦「偽りその他不正の手段により」取得された個人情報が個人データとして転々流通する場合、現行法上、個人情報の提供を受けた各事業者が「偽りその他不正の手段により個人情報を取得」したと言えるか否かは明確でなく、また、本人及び主務大臣にとって、各事業者が「偽りその他不正の手段により個人情報を取得」したことの立証は、困難と言わざるを得ない。

(b) 意見

そこで、個人データを第三者提供するに当たっては、現行法第 17 条の定めに加えて、提供者と受領者の双方に対して次のような義務を課すことが必要であると考えられる。すなわち、提供者には、提供しようとしている個人情報が適正に取得されたものであること、提供することができる権限（社内的権限を含む）を持っていること、その提供行為が適法なものであること（本人同意を得る、利用目的の範囲内であるなど）を保証する義務を課し、また、受領者には、得ようとしている個人情報が前述の の要件を満たしていることを事前に確認する義務を課すべきである。事業者にこうした義務を課すことによって、不正の手段により取得された個人情報が個人データとして転々流通する事態を防止すべきであると考えられる。

3 本人同意原則によらずに流通した個人情報の利用停止・消去

(a) 現行法の内容

現行法は第 27 条で、事業者に対し、第 16 条（利用目的による制限）に違反して取り扱われているという理由又は第 17 条（適正な取得）に違反して取得されたものであるという理由により、当該保有個人データ⁹の利用の停止又は消去を義務付けている。

(b) 意見

しかし、もともと適法な手続によらずに取得された個人情報が個人データとして転々流通した場合に対応するため、当該個人情報の提供を受けた全ての事

⁹ 現行法では、保有個人データとは「個人情報取扱事業者が、開示、内容の訂正、追加又は削除、利用の停止、消去及び第三者への提供の停止を行うことのできる権限を有する個人データであって、その存否が明らかになることにより公益その他の利益が害されるものとして政令で定めるもの又は一年以内の政令で定める期間以内に消去することとなるもの以外のもの」とされている（第 2 条第 5 項）。

業者に、本人からの利用の停止又は消去の請求に応じることを義務付ける制度が必要である。併せて、このように不正の手段により個人情報が流出した場合、行政庁（第三者機関又は主務大臣）は、当該個人情報を個人データとして取得した全ての事業者に対し、当該個人情報の利用の停止又は消去を命令できることを定めるべきである¹⁰。

なお、この利用の停止又は消去の請求について、本人からだけでなく、不正の手段により個人情報の流出の被害を受けた事業者からも行えるようにすることが、迅速性及び個人の事務負担の軽減等に有効と考えられるが、個人情報保護法ではなく不正競争防止法等により規律すべき事項とも考えられ、更に検討する必要がある。

4 個人データのトレーサビリティの確保

現行法は、第 24 条で、事業者が保有個人データに関する事項の公表等を行う義務を定めている。しかし、これまでに発生した様々な個人情報流出事故からも分かるように、現状では本人が自己の個人データがどのように流通し、現在どの事業者の下にあるのか把握できない現状がある。このような現状に鑑みると、事業者に対し、保有個人データの取得手段、（第三者提供による保有の場合）取得元や（第三者提供をした場合）提供先の公表も原則として義務付けることが必要であると考えられる。

また、現行法は第 25 条で、本人から事業者に対する保有個人データの開示請求につき定めているが、この内容にも、保有個人データの取得手段、取得元や提供先の開示が含まれていない¹¹。事業者が本人から保有個人データの開示を求められたときには、当該保有個人データとともに、その個人データの取得手段、取得元や提供先についても開示するよう義務付けることが必要であると考えられる。

このように、個人データに関するトレーサビリティの確保は、個人データを保有する事業者の責任において行うべきであるが、個人データが第三者提供される場合、提供者と受領者それぞれが措置を採るだけでは、関係する本人及び事業者が個人データの流通経路を追跡することは困難である。そこで、前述 1 (c) で述べ

¹⁰ なお、個人データを消去することが個人情報流出事故に関する調査の支障になる場合には、調査に必要な期間に限り、個人データの消去はせずに利用停止の措置にとどめる可能性も、念のために法定することが考えられる。

¹¹ 「本項に基づく開示は、開示の求めがあった時点で存在する保有個人データがあるがままの状態で本人に示すものであり」、「本人から保有個人データの入手元の開示を求められたとしても、対象となる保有個人データに入手元が記録されていない場合には、それを追加して開示する必要はない」とされている（宇賀克也「個人情報保護法の逐条解説 [第 4 版]」有斐閣、2013 年、125 頁）。なお、同書によると、ドイツの連邦データ保護法では、本人に、個人データの入手元の開示請求権が認められている。

たように、第 23 条第 2 項による第三者提供の場合の第三者機関への届出、及び届け出られた事実に関する第三者機関による適切な公表を、制度化する必要がある。

以上のように個人データのトレーサビリティを確保することにより、本人が個人データの利用停止等を請求し又は行政庁が個人データの利用停止等を命令すること（3 参照）の実効性が確保されることとなり、また、個人データの提供を受けた受領者が、当該個人情報に適正に取得され流通したことを確認すること（2 参照）が容易になると考える。

5 加工された個人データの取扱い

1～4 で提案した制度の下においても、事業者が第三者提供を受けた個人データを加工して、当初の個人データと同一ではない個人データを作成した場合に、新たに作成された個人データは第三者提供を受けたものではないとして、制度の適用対象から外すと、制度の趣旨が全く実現できない。

したがって、事業者にとって、提供を受けた個人データがなければ、新たな個人データを作成することが社会通念上不可能であった場合には、新たな個人データも第三者提供を受けた個人データとみなして、制度を適用すべきである。

6 いわゆる名簿屋等に対する業規制

いわゆる名簿屋等については、実態が十分に判明しておらず、「名簿屋」の範囲を法律上明確に定義することは現時点では難しいと考えられる。このため、まずは「営利目的で個人データを取引等する行為」について、上記 1～5 のような行為規制で対応し、名簿屋等の実態がより明らかになった段階で、上述のような行為規制だけでは十分でないことが判明した場合に、名簿屋等を事業者として定義し、規制の対象にする業規制について検討すべきであると考えられる。

本意見は、新たな制度化に向けた具体的方策を述べるものであるが、今後取得される個人情報のみならず、現在、事業者によって保有されている個人情報の取扱いにも波及するものであることは言うまでもない。新制度の検討と同時に、既存の個人情報の取扱いの在り方について、具体的な検討が行われることが望まれる。

また、事業者の多くは、これまでに顧客から取得した個人情報を「自らの営業努力によって積み上げた資産の一部」と考えているが、同時に、それは顧客である「本人からの預かりもの」であることに思いを致し、その責任を自覚して、情報管理に万全を期し、適正な利活用をなすことにより市場における信頼を獲得すべきである。

以上

河上委員長発言

商品先物取引法施行規則等の改正について

〔平成27年2月17日〕
消費者委員会

経済産業省及び農林水産省は、平成26年4月5日、「商品先物取引法施行規則」及び「商品先物取引業者等の監督の基本的な指針」の改正案を公表して意見公募手続を開始した。当委員会としては、この改正案が、消費者保護の観点から見て、重大な危険をはらむものであることに鑑み、かかる動向を看過することができず、深く憂慮し、その再考を強く求める意見書を同年4月8日に公表した。

その後、消費者庁も含む3省庁間で協議が行われた結果、本年1月23日、経済産業省及び農林水産省は、「商品先物取引法施行規則」を改正し、新たな「商品先物取引業者等の監督の基本的な指針」(以下「新監督指針」という。)を公表した。

消費者委員会は、1月27日の第182回本会議において、本件について3省庁からヒアリングを行ったが、残念ながら、以下の点については、消費者保護の観点から、懸念が拭えない。

第1に、法令の構造上の問題である。本省令では、契約を締結できる基準について事前に説明する義務を課す、年令、収入に関する条件を設ける等、契約締結と契約内容に制限を設けた上で、勧誘行為を認める結果になる。

しかし、不招請勧誘の禁止は法律において規定されたものであり、それを大幅に緩めて原則と例外を逆転させるかのごとき形で省令で規定することが論理的に可能なのかという問題がある。

第2に、不招請勧誘禁止規制の立法趣旨との関係である。本省令では、契約締結の条件として、適合性原則や事前の説明義務の徹底が規定されているが、立法の際に、これらの措置では被害防止には不十分であると判断され、不招請勧誘が禁止されたものである。

本省令は、このような立法の際の経緯に反するものであり、問題が大きい。

最後に、実質的な問題で、消費者被害を防止できないのではないかという懸念である。

契約が認められる基準を説明する際、事業者は消費者に接触するが、その際、通常の外務員の行動パターンを考えれば、商品の有利さとか取引の持っている魅力といったものを語るセールス・トークが合わせて行われることが十分に予

想される。

本省令においては、基準について説明すれば、基準を満たすことを確認しなくとも（確認は契約までにすればよい）、実質的な勧誘を行うことは認められている。新監督指針においても、説明の際には、「勧誘条件を満たさないことが判明した場合には、速やかに電話を切る等の対応を行わなければならない」とあり、逆に言えば、年齢、収入等の条件を満たさないことが判明しなければ、事実上勧誘することになりかねない。

従って、事業者は、基準を説明しても、条件を確認しなければ、条件を満たさない者に勧誘することは可能となる。条件を満たさない者と契約することはできないが、勧誘された消費者が、後日、自ら契約を申し込むという形にすれば、違法とはならないとされることが懸念される。なるほど、新監督指針においては、「顧客から勧誘の要請があった場合でも、その前に顧客に対して勧誘がなされたことを受けて顧客が勧誘を要請するなど、実質的に顧客からの勧誘の要請があったと考えられない場合には、法第 214 条第 9 号に規定する不招請勧誘の禁止規定に抵触する」とされてはいるが、その前に顧客に対して勧誘がなされたことを受けて顧客が勧誘を要請したのかどうかを判断することは困難である。

少なくともこのような脱法的な行為を許さないためには、基準の説明の際に合わせて条件を満たすかどうかを確認することを義務付けるとともに、基準の説明内容や方法を限定する必要があると考えられるが、そもそも条件の確認については、これまでも金融資産等を多めに記載するように担当者が誘導したと認定した裁判例が多くあるように、その実効性は大いに疑問である。

さらに、理解度確認テストについても、商品先物取引の仕組みを説明されても、実際の相場変動によるリスクの大きさが分かるものではなく、また、これまでも事業者が理解度確認を書面で行っているが、予め正解を教えるなどの行為によって被害が生じてきていることから、今後、理解度確認テストを行うこととしても、同様の行為が行われることが予想され、被害防止への効果には疑問がある。

仮に、以上のような問題をはらむ本省令が施行される場合には、経済産業省、農林水産省及び消費者庁において、まず、施行前より、あらゆる消費者に対して商品先物取引のリスクを最大限周知することはもちろん、特に、条件を満たさない消費者が条件に合致しない事実をあらかじめ自覚できるようにするとともに、取引の損失が事業者の計算となるべき省令違反の事業者の行為を具体的に周知し繰り返し広く広報する等、想定される消費者被害の発生を防止するために最大限の取組を行うべきである。また、当初の接触時から取引開始に至るまでのあるべき事業者の説明対応内容を限定的に明示することにより、事業者が脱法的対応をする可能性を可及的に排除すべきである。さらに、勧誘に関する苦情相談が増加に転じる兆しが少しでも見えたときには、直ちに省令を見直すべきである。

河上委員長発言

ノンアルコール飲料への特保認可について

〔平成27年2月19日〕
消費者委員会

平成27年2月18日、消費者庁は、消費者委員会が平成26年8月5日付答申書において特保として表示許可することが不適切であるとしたノンアルコール飲料2品目について、特保として認可した。

消費者委員会としては、同答申書ではノンアルコール飲料が特保になることで、健康に良いイメージにひかれて未成年者の飲用が懸念されること、ノンアルコール飲料が未成年者のアルコールへの入り口となることを懸念したところ。

消費者庁は認可の条件として、酒類に関する事業者団体(酒類に関する連絡協議会)のノンアルコール飲料に関する取り組みに準拠して取り組むことを求め、遵守されない場合には、許可の取り消しもありうるとのことである。

これは委員会の答申の趣旨を尊重した配慮がされたものと理解している。

一方、厚生労働省の調査研究()によると、ノンアルコール飲料が30%近い中高生に飲まれているとの結果が出ており、酒類に関する事業者団体のノンアルコール飲料に関する取り組みのみに依拠して未成年者への配慮が担保されるかについては懸念もある。

平成25年3月「未成年者の喫煙・飲酒状況に関する実態調査研究」厚生労働科学研究費補助金 研究年度終了報告書、対象者：2万人超の中高生

国民の健康増進に寄与する食品であることを示すトクホのマークが付された新たなノンアルコール飲料が市場に流通することになるからには、20歳以上の成人向けであることを分かりやすく目立つ形で明確にするなど、未成年者に飲用されることがないための販売・広告上の工夫がなされることが期待される。

なお、ノンアルコール飲料に係る特保の諮問・答申に限らず、特保に関する消費者委員会での審議一般に係わることであるが、一昨日（2月17日）の規制改革会議第30回健康・医療ワーキング・グループにおいて、消費者庁から、特定保健用食品の許可の要件の中で「食生活の改善が図られ、健康の維持・増進に寄与する事が期待できるものであること」については、消費者委員会への諮問の対象ではないとの説明があった。この点は少なくとも、私の認識とは大きく異なるものである。

一昨日（2月17日）初めての話であり、まずは特保の諮問の範囲について、今一度消費者庁から、消費者委員会、特に新開発食品調査部会および評価調査会の委員に対し、しっかりとした説明を求める必要があると考えている。



特定保健用食品の表示許可に係る答申について

平成 26 年 11 月 18 日
内閣府消費者委員会事務局

平成 26 年 7 月 31 日付け特定保健用食品の表示許可に係る内閣総理大臣からの諮問に関し、平成 26 年 9 月 17 日の第 20 回消費者委員会新開発食品調査部会において審議を行い、当該部会において結論が得られた品目について、昨日付けで消費者委員会委員長より答申を行った。

1. 次の品目は、第 20 回新開発食品調査部会において結論が得られ、特定保健用食品として認めることとして差し支えないこととされた。
 - ・ヘルシアコーヒーエッセンス
2. 上記品目については、平成 26 年 11 月 17 日付けで消費者委員会委員長より「特定保健用食品として認めることとして差し支えない」旨、答申を行った。

別添資料：平成 26 年 11 月 17 日付けで答申を行った品目

【本件問い合わせ先】内閣府 消費者委員会事務局
担 当：大貫・錦織
電 話：03 - 3507 - 9945
F A X：03 - 3507 - 9989

(1) 平成26年7月31日付け消食表第172号により諮問を受けた品目

	製品名	申請者	特定の保健の目的が期待できる旨の表示内容
1	ヘルシアコーヒーエッセンス	花王株式会社	本品は、コーヒーポリフェノール(クロロゲン酸類)を豊富に含み、エネルギーとして脂肪を消費しやすくするので、体脂肪が気になる方に適しています。



内閣府

プレスリリース

特定保健用食品の表示許可に係る答申について

平成 27 年 3 月 19 日
内閣府消費者委員会事務局

平成 26 年 7 月 31 日付け特定保健用食品の表示許可に係る内閣総理大臣からの諮問に関し、平成 27 年 3 月 16 日の第 24 回消費者委員会新開発食品調査部会において審議を行い、当該部会において結論が得られた品目について、昨日付けで消費者委員会委員長より答申を行った。

1. 次の品目は、第 24 回新開発食品調査部会において結論が得られ、特定保健用食品として認めることとして差し支えないこととされた。
 - ・ヘルシア紅茶
 - ・キシリトールガム<フレッシュミント>
 - ・キシリトールガム<ライムミント>
 - ・キシリトールガム<エアミント>
 - ・キシリトールガム<ブラックベリーミント>
 - ・キシリトールガム<テイスティミント>
2. 上記品目については、平成 27 年 3 月 18 日付けで消費者委員会委員長より「特定保健用食品として認めることとして差し支えない」旨、答申を行った。

別添資料：平成 27 年 3 月 18 日付けで答申を行った品目

参 考：答申書

【本件問い合わせ先】内閣府 消費者委員会事務局

担 当：錦織・中島・中西

電 話：03 - 3507 - 9945

FAX：03 - 3507 - 9989

(1)平成26年7月31日付消食表第172号により諮問を受けた品目

	製品名	申請者	特定の保健の目的が期待できる旨の表示内容
1	ヘルシア紅茶	花王株式会社	本品は茶カテキンを豊富に含んでおり、エネルギーとして脂肪を消費しやすくするので、体脂肪が気になる方に適しています。
2	キシリトールガム <フレッシュミント>	株式会社ロッテ	このガムは、むし歯の原因にならない甘味料(キシリトール及びマルチトール)を使用しています。また、歯の再石灰化を増強するキシリトール、フクロノリ抽出物(フノラン)、リン酸一水素カルシウムを配合しているので、歯を丈夫で健康に保ちます。
3	キシリトールガム <ライムミント>	株式会社ロッテ	このガムは、むし歯の原因にならない甘味料(キシリトール及びマルチトール)を使用しています。また、歯の再石灰化を増強するキシリトール、フクロノリ抽出物(フノラン)、リン酸一水素カルシウムを配合しているので、歯を丈夫で健康に保ちます。
4	キシリトールガム <エアミント>	株式会社ロッテ	このガムは、むし歯の原因にならない甘味料(キシリトール及びマルチトール)を使用しています。また、歯の再石灰化を増強するキシリトール、フクロノリ抽出物(フノラン)、リン酸一水素カルシウムを配合しているので、歯を丈夫で健康に保ちます。
5	キシリトールガム <ブラックベリーミント>	株式会社ロッテ	このガムは、むし歯の原因にならない甘味料(キシリトール及びマルチトール)を使用しています。また、歯の再石灰化を増強するキシリトール、フクロノリ抽出物(フノラン)、リン酸一水素カルシウムを配合しているので、歯を丈夫で健康に保ちます。
6	キシリトールガム <テイスティミント>	株式会社ロッテ	このガムは、むし歯の原因にならない甘味料(キシリトール及びマルチトール)を使用しています。また、歯の再石灰化を増強するキシリトール、フクロノリ抽出物(フノラン)、リン酸一水素カルシウムを配合しているので、歯を丈夫で健康に保ちます。

2～6キシリトールガムの特定の保健の目的が期待できる旨の表示内容は、審議過程で変更された為、諮問時とは異なる。



特定保健用食品の表示許可に係る答申について

平成 27 年 4 月 9 日
内閣府消費者委員会事務局

平成 25 年 1 月 31 日付け特定保健用食品の表示許可に係る内閣総理大臣からの諮問に関し、平成 27 年 4 月 7 日の第 25 回消費者委員会新開発食品調査部会において審議を行い、当該部会において結論が得られた品目について、昨日付けで消費者委員会委員長より答申を行った。

1. 次の品目は、第 25 回新開発食品調査部会において結論が得られ、特定保健用食品として認めることとして差し支えないこととされた。
 - ・朝食プロバイオティクスヨーグルト BifiX
2. 上記品目については、平成 27 年 4 月 8 日付けで消費者委員会委員長より「特定保健用食品として認めることとして差し支えない」旨、答申を行った。

別添資料：平成 27 年 4 月 8 日付けで答申を行った品目

参 考：答申書

【本件問い合わせ先】内閣府 消費者委員会事務局
担 当：錦織・中島・中西
電 話：03 - 3507 - 9945
F A X：03 - 3507 - 9989

(1)平成25年1月31日付消食表第9号により諮問を受けた品目

	製品名	申請者	特定の保健の目的が期待できる旨の表示内容
1	朝食プロバイオティクス ヨーグルト BifiX	グリコ乳業株式会社	B.lactis GCL2505(Bifix)は生きて腸まで届き、おなかで増えるビフィズス菌です。本製品はBifiXを含んでおり、BifiXが腸内で増殖した分、腸内のビフィズス菌が多くなるので、腸内環境を改善し、おなかの調子を整えます。

「特定の保健の目的が期待できる旨の表示内容」は、審議過程で変更された為、諮問時とは異なる。

特定保健用食品の表示許可に係る答申について

平成 27 年 4 月 23 日
内閣府消費者委員会事務局

平成 22 年 2 月 5 日付け特定保健用食品の表示許可に係る内閣総理大臣からの諮問に関し、平成 27 年 1 月 9 日の第 23 回消費者委員会新開発食品調査部会において審議を行い、当該部会において結論が得られた品目について、昨日付けで消費者委員会委員長より答申を行った。

1. 次の品目は、第 23 回新開発食品調査部会において結論が得られ、特定保健用食品として認めることとして差し支えないこととされた。
 - ・キシリトール オーラテクトガム<クリアミント>
 - ・キシリトール オーラテクトガム<スペアミント>
2. 上記品目については、平成 27 年 4 月 22 日付けで消費者委員会委員長より「特定保健用食品として認めることとして差し支えない」旨、答申を行った。

別添資料：平成 27 年 4 月 22 日付けで答申を行った品目

参 考：答申書

【本件問い合わせ先】内閣府 消費者委員会事務局
担 当：錦織・中島・中西
電 話：03 - 3507 - 9945
F A X：03 - 3507 - 9989

(1)平成22年2月5日付消食表第28号により諮問を受けた品目

	製品名	申請者	特定の保健の目的が期待できる旨の表示内容
1	キシリトール オーラテク トガム<クリアミント>	株式会社 ロッテ	本品はユーカリ抽出物を配合しているため、歯垢の生成を抑え、歯ぐきを健康に保ちます。
2	キシリトール オーラテク トガム<スペアミント>	株式会社 ロッテ	本品はユーカリ抽出物を配合しているため、歯垢の生成を抑え、歯ぐきを健康に保ちます。

「特定の保健の目的が期待できる旨の表示内容」は、審議過程で変更された為、諮問時とは異なる。



特定保健用食品の表示許可に係る答申について

平成 27 年 6 月 25 日
内閣府消費者委員会事務局

平成 22 年 2 月 5 日付け特定保健用食品の表示許可に係る内閣総理大臣からの諮問に関し、平成 27 年 4 月 7 日の第 25 回消費者委員会新開発食品調査部会において審議を行い、当該部会において結論が得られた品目について、本日付けで消費者委員会委員長より答申を行った。

1. 次の品目は、第 25 回新開発食品調査部会において結論が得られ、特定保健用食品として認めることとして差し支えないこととされた。
 - ・キリン 午後の紅茶 ヘルシーストレート
2. 上記品目については、平成 27 年 6 月 25 日付けで消費者委員会委員長より「特定保健用食品として認めることとして差し支えない」旨、答申を行った。

別添資料：平成 27 年 6 月 25 日付けで答申を行った品目

参 考：答申書

【本件問い合わせ先】内閣府 消費者委員会事務局

担 当：錦織・中島・中西

電 話：03 - 3507 - 9945

F A X：03 - 3507 - 9989

(1) 平成22年2月5日付消食表第28号により諮問を受けた品目

	製品名	申請者	特定の保健の目的が期待できる旨の表示内容
1	麒麟 午後の紅茶 ヘルシーストレート	麒麟ビバレッジ株式会社	本品は、「高分子紅茶ポリフェノール」の働きにより、食後の血中中性脂肪の上昇をおだやかにするため、血中中性脂肪が高めの方で、脂肪の多い食事を摂りがちな方の食生活改善に役立ちます。

「特定の保健の目的が期待できる旨の表示内容」は、審議過程で変更された為、諮問時とは異なる。

特定保健用食品の表示許可に係る答申について

平成27年7月1日
内閣府消費者委員会事務局

平成22年2月5日付け、平成27年4月30日付け特定保健用食品の表示許可に係る内閣総理大臣からの諮問に関し、平成27年6月29日の第26回消費者委員会新開発食品調査部会において審議を行い、当該部会において結論が得られた2品目について、本日付けで消費者委員会委員長より答申を行った。

特定保健用食品として認めることとして差し支えないとの答申を行った品目

1. 次の1品目は、第26回新開発食品調査部会において結論が得られ、消費者庁で既に許可されているノンアルコールの特定保健用食品と同様の措置をとられることを前提として、特定保健用食品として認めることとして差し支えないこととされた。
・ヘルシースタイル
2. 上記1品目については、平成27年7月1日付けで消費者委員会委員長より、「消費者庁で既に許可されているノンアルコールの特定保健用食品と同様の措置をとられることを前提として、特定保健用食品として認めることとして差し支えない」旨、答申を行った。

特定保健用食品として認めることは適切ではないとの答申を行った品目

1. 次の1品目は、第26回新開発食品調査部会において結論が得られ、特定保健用食品として認めることは適当でないこととされた。
・緑茶（清涼飲料水） 製品名は非公表
2. 上記1品目については、平成27年7月1日付けで消費者委員会委員長より「特定保健用食品として認めることは適当でない」旨、答申を行った。

別添資料：答申を行った品目一覧

参 考：答申書

【本件問い合わせ先】内閣府 消費者委員会事務局

担 当：錦織・中島・中西

電 話：03 - 3507 - 9945

F A X：03 - 3507 - 9989

特定保健用食品として認めることとして差し支えないとの答申を行った品目

(1)平成27年4月30日付消食表第192号により諮問を受けた品目

	製品名	申請者	特定の保健の目的が期待できる旨の表示内容
1	ヘルシースタイル	アサヒビール株式会社	本品は食物繊維(難消化性デキストリン)のはたらきにより、食事から摂取した脂肪の吸収を抑えて排出を増加させ、食後の血中中性脂肪の上昇をおだやかにするので、脂肪の多い食事を摂りがちな方、血中中性脂肪が気になる方の食生活改善に役立ちます。

特定保健用食品として認めることは適切ではないとの答申を行った品目

(1)平成22年2月5日付消食表第28号により諮問を受けた品目

	製品名	申請者	特定の保健の目的が期待できる旨の表示内容
1	非公表	株式会社 リコム	本品は、体脂肪を減少させる働きのあるエノキタケ抽出物を配合しており、体脂肪が気になる方や肥満気味の方に適しています。



特定保健用食品の表示許可に係る答申について

平成 27 年 8 月 6 日
内閣府消費者委員会事務局

平成 26 年 10 月 23 日付け特定保健用食品の表示許可に係る内閣総理大臣からの諮問に関し、平成 27 年 6 月 29 日の第 26 回消費者委員会新開発食品調査部会において審議を行い、当該部会において結論が得られた品目について、昨日付けで消費者委員会委員長より答申を行った。

1. 次の品目は、第 26 回新開発食品調査部会において結論が得られ、特定保健用食品として認めることとして差し支えないこととされた。
 - ・三ツ矢サイダー クリアスペシャル
 - ・ウィルキンソン タンサン エクストラ
2. 上記品目については、平成 27 年 8 月 5 日付けで消費者委員会委員長より「特定保健用食品として認めることとして差し支えない」旨、答申を行った。

別添資料：平成 27 年 8 月 5 日付けで答申を行った品目

参 考：答申書

【本件問い合わせ先】内閣府 消費者委員会事務局

担 当：錦織・中島・中西

電 話：03 - 3507 - 9945

F A X：03 - 3507 - 9989

(1) 平成26年10月23日付消食表第255号により諮問を受けた品目

	製品名	申請者	特定の保健の目的が期待できる旨の表示内容
1	三ツ矢サイダー クリア スペシャル	アサヒ飲料株式会 社	本品は、食物繊維(難消化性デキストリン)の働きにより、食事から摂取した脂肪の吸収を抑えて排出を増加させ、食後の血中中性脂肪の上昇をおだやかにするので、脂肪の多い食事を摂りがちな方の食生活の改善に役立ちます。
2	ウィルキンソン タンサン エクストラ	アサヒ飲料株式会 社	本品は、食物繊維(難消化性デキストリン)の働きにより、食事から摂取した脂肪の吸収を抑えて排出を増加させ、食後の血中中性脂肪の上昇をおだやかにするので、脂肪の多い食事を摂りがちな方の食生活の改善に役立ちます。



内閣府

プレスリリース

特定保健用食品の表示許可に係る答申について

平成 27 年 8 月 13 日
内閣府消費者委員会事務局

平成 27 年 6 月 1 日付け特定保健用食品の表示許可に係る内閣総理大臣からの諮問に関し、平成 27 年 6 月 29 日の第 26 回消費者委員会新開発食品調査部会において審議を行い、当該部会において結論が得られた品目について、昨日付けで消費者委員会委員長より答申を行った。

1. 次の品目は、第 26 回新開発食品調査部会において結論が得られ、特定保健用食品として認めることとして差し支えないこととされた。
 - ・リカルデント グレープミントガム
 - ・リカルデント グリーンミントガム
 - ・リカルデント ライムミントガム
 - ・リカルデント グレープ&ライムミントガム
2. 上記品目については、平成 27 年 8 月 12 日付けで消費者委員会委員長より「特定保健用食品として認めることとして差し支えない」旨、答申を行った。

別添資料：平成 27 年 8 月 12 日付けで答申を行った品目

参 考：答申書

【本件問い合わせ先】内閣府 消費者委員会事務局

担 当：錦織・中島・中西

電 話：03 - 3507 - 9945

F A X：03 - 3507 - 9989

(1)平成27年6月1日付消食表第243号により諮問を受けた品目

	製品名	申請者	特定の保健の目的が期待できる旨の表示内容
1	リカルデント グレープミントガム	モンデリーズ・ジャパン株式会社	むし歯の始まりである脱灰を抑制し、再石灰化及びその部位の耐酸性を増強するCPP-ACPを配合しているため、歯を丈夫で健康にするのに役立ちます。
2	リカルデント グリーンミントガム	モンデリーズ・ジャパン株式会社	むし歯の始まりである脱灰を抑制し、再石灰化及びその部位の耐酸性を増強するCPP-ACPを配合しているため、歯を丈夫で健康にするのに役立ちます。
3	リカルデント ライムミントガム	モンデリーズ・ジャパン株式会社	むし歯の始まりである脱灰を抑制し、再石灰化及びその部位の耐酸性を増強するCPP-ACPを配合しているため、歯を丈夫で健康にするのに役立ちます。
4	リカルデント グレープ&ライムミントガム	モンデリーズ・ジャパン株式会社	むし歯の始まりである脱灰を抑制し、再石灰化及びその部位の耐酸性を増強するCPP-ACPを配合しているため、歯を丈夫で健康にするのに役立ちます。

「特定の保健の目的が期待できる旨の表示内容」は、審議過程で変更された為、諮問時とは異なる。



内閣府

プレスリリース

特定保健用食品の表示許可に係る答申について

平成 27 年 8 月 26 日
内閣府消費者委員会事務局

平成 22 年 2 月 5 日付け、平成 22 年 10 月 15 日付け、平成 25 年 12 月 9 日付け、平成 26 年 5 月 19 日付け及び平成 27 年 7 月 21 日付け特定保健用食品の表示許可に係る内閣総理大臣からの諮問に関し、平成 27 年 8 月 24 日の第 27 回消費者委員会新開発食品調査部会において審議を行い、当該部会において結論が得られた品目について、本日付けで消費者委員会委員長より答申を行った。

1. 次の品目は、第 27 回新開発食品調査部会において結論が得られ、特定保健用食品として認めることとして差し支えないこととされた。

- ・コタラエキス
- ・サラシア 100
- ・大麦若葉の食物繊維が入った青汁
- ・スタイリースパークリング 265ml
- ・おさかなのソーセージ 70
- ・おさかなのソーセージ 75

2. 上記品目については、平成 27 年 8 月 26 日付けで消費者委員会委員長より「特定保健用食品として認めることとして差し支えない」旨、答申を行った。

別添資料：平成 27 年 8 月 26 日付けで答申を行った品目

参 考：答申書

【本件問い合わせ先】内閣府 消費者委員会事務局

担 当：錦織・中島・中西

電 話：03 - 3507 - 9945

F A X：03 - 3507 - 9989

(1)平成22年2月5日付け消食表第28号により諮問を受けた品目

	製品名	申請者	特定の保健の目的が期待できる旨の表示内容
1	コタラエキス	富士産業株式会社	本製品はチオシクリトール(ネオコタラノールとして)を含んでおり、食後の糖の吸収を穏やかにすることが特長です。食後の血糖値が気になる方の食生活改善に役立つ食品です。

「特定の保健の目的が期待できる旨の表示内容」は、審議過程で変更された為、諮問時とは異なる。

(2)平成22年10月15日付け消食表第347号により諮問を受けた品目

	製品名	申請者	特定の保健の目的が期待できる旨の表示内容
2	サラシア100	小林製薬株式会社	本品は、天然のサラシアを原料とし、食後の血糖値を上昇させる糖の吸収をおだやかにする働きのあるネオコタラノールを含んでいるので、食後の血糖値が高めの方、食事に含まれる糖質が気になる方に適した食品です。

「特定の保健の目的が期待できる旨の表示内容」は、審議過程で変更された為、諮問時とは異なる。

(3)平成25年12月9日付け消食表第334号により諮問を受けた品目

	製品名	申請者	特定の保健の目的が期待できる旨の表示内容
3	大麦若葉の食物繊維が入った青汁	株式会社東洋新薬	食事に含まれる糖の吸収を抑え、食後の血糖値の上昇をおだやかにする大麦若葉由来食物繊維を含んでいるため、食後の血糖値が気になる方に適しています。

「特定の保健の目的が期待できる旨の表示内容」は、審議過程で変更された為、諮問時とは異なる。

(4)平成26年5月19日付け消食表第97号により諮問を受けた品目

	製品名	申請者	特定の保健の目的が期待できる旨の表示内容
4	スタイリー スパークリング265ml	株式会社伊藤園	本品は、血中の中性脂肪を減らす作用のあるモノグルコシルヘスペリジンを含んでおり、中性脂肪が高めの方や、脂肪の多い食事を摂りがちな方に適しています。

(5)平成27年7月21日付け消食表第362号により諮問を受けた品目

	製品名	申請者	特定の保健の目的が期待できる旨の表示内容
5	おさかなのソーセージ70	日本水産株式会社	本品はカルシウムを豊富に含みます。日頃の運動と適切な量のカルシウムを含む健康的な食事は、若い女性が健全な骨の健康を維持し、歳をとってからの骨粗鬆症になるリスクを低減するかもしれません。
6	おさかなのソーセージ75	日本水産株式会社	本品はカルシウムを豊富に含みます。日頃の運動と適切な量のカルシウムを含む健康的な食事は、若い女性が健全な骨の健康を維持し、歳をとってからの骨粗鬆症になるリスクを低減するかもしれません。



府消委第267号

平成26年10月31日

内閣総理大臣

安倍 晋三 殿

消費者委員会

委員長 河上 正二



答 申 書

平成26年7月23日付け消食表第165号をもって諮問のあった件につき、農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律第19条の13第5項の規定により下記のとおり答申します。

記

遺伝子組換えに関する表示に係る加工食品品質表示基準第7条第1項及び生鮮食品品質表示基準第7条第1項の規定に基づく農林水産大臣の定める基準
(平成12年農林水産省告示第517号)

諮問された改正案のとおり一部改正することが適当である。

別添

遺伝子組換えに関する表示に係る加工食品品質表示基準第7条第1項及び生鮮食品品質表示基準第7条第1項の規定に基づく農林水産大臣の定める基準（平成12年農林水産省告示第517号）一部改正（案）新旧対照表 （傍線の部分は改正部分）

改 正 案			現 行		
第1条～第5条 【略】			第1条～第5条 【略】		
別表1～別表2 【略】			別表1～別表2 【略】		
別表3（第3条関係）			別表3（第3条関係）		
形質	加工食品	対象農産物	形質	加工食品	対象農産物
高オレイン酸	1 大豆を主な原材料とするもの（脱脂されたことにより、左欄に掲げる形質を有しなくなったものを除く。）	大豆	高オレイン酸	1 大豆を主な原材料とするもの（脱脂されたことにより、左欄に掲げる形質を有しなくなったものを除く。）	大豆
<u>ステアリドン酸産生</u>	2 第1号に掲げるものを主な原材料とするもの			2 第1号に掲げるものを主な原材料とするもの	
高リシン	1 とうもろこしを主な原材料とするもの（左欄に掲げる形質を有しなくなったものを除く。）	とうもろこし	高リシン	1 とうもろこしを主な原材料とするもの（左欄に掲げる形質を有しなくなったものを除く。）	とうもろこし
	2 第1号に掲げるものを主な原材料とするもの			2 第1号に掲げるものを主な原材料とするもの	