

令和5年度～令和6年度
消費者委員会活動報告

令和6年12月
消費者委員会

本報告は、令和5年9月1日から令和6年8月31日までの1年間の消費者委員会の活動についてまとめたものである。

目次

鹿野委員長 巻頭言	4 ページ
第1章 消費者委員会の活動概要（令和5年9月～令和6年8月）	7 ページ
第2章 第8次委員会における主な調査審議事項	9 ページ
1. 消費者基本計画の検証・評価・監視	
（1）消費者基本計画の検証・評価・監視等に係る対応	
（2）消費者基本計画工程表に係る答申について	
2. 消費者委員会の建議、提言、意見、調査報告書	12 ページ
（1）「定形郵便物（25グラム以下のものに限る。）及び料金上限規制の対象となる25グラム以下の信書便物の料金の上限の改定案」に関する消費者委員会意見	
（2）「NTT東西の加入電話、公衆電話、ISDNの料金に係る基準料金指数の算出方法の変更案」に関する消費者委員会意見	
（3）サプリメント食品に係る消費者問題に関する意見	
3. 諮問を受けて答申を行った事項	16 ページ
（1）特定保健用食品の表示許可に係る答申	
（2）家庭用品品質表示法に係る告示改正についての答申	
（3）食品表示基準の一部改正に係る答申	
4. 外部との意見交換	17 ページ
（1）消費者団体ほか関係団体等との意見交換会	
（2）消費者行政に係る現地調査	
資料編	19 ページ

巻頭言

内閣府消費者委員会委員長 鹿野 菜穂子

第8次消費者委員会は、令和5年9月の発足から1年余りを経過した。ここでは、当委員会のこの間の主な活動を振り返りつつ、今後の取組等について触れたいと思う。

1 これまでの主な取組

(1) 次期消費者基本計画の策定に向けた調査審議と意見の発出

当委員会が、この間、特に時間をかけて検討してきたのは、次期消費者基本計画に向けての課題の検討である。令和7年度からの5年間を対象期間とする次期消費者基本計画の策定に向けた検討が、消費者庁をはじめとする関係府省庁において進められている。消費者委員会は、消費者基本計画の検証・評価・監視の一環として、今後5年間に取り組むべき諸課題について一連の調査審議を行い、令和6年4月と9月の2回にわたり、「次期消費者基本計画策定に向けた消費者委員会意見」を取りまとめ、関係府省庁宛てに発出した。

このうち、4月に発出した第1回意見では、3つの柱に括って、次期消費者基本計画に盛り込むべき重点課題を指摘した。第一は、新しい消費者問題への消費者視点からの対応である。より具体的には、デジタルプラットフォームに関する規律やダークパターン、アテンション・エコノミーなどへの対応、AIに関する消費者視点からの対応の検討、複雑化・多様化する決済制度の透明化、食品ロスへの対応などがこれに含まれている。デジタル化の急速な進展に伴い、新たな消費者問題が生じており、このような問題に対する対応が必要である。

第二は、デジタル化の進展以前から存在する重要課題についての抜本的な対応である。具体的には、高齢者・障がい者等の要支援消費者の権利擁護の充実、生命・身体の安全の確保、破綻必至商法への効果的な対応、特定商取引法の見直しを含め、消費者トラブルの生じやすい事業形態への対応、機能性表示食品制度やその枠外の「いわゆる健康食品」をめぐる課題への対応、消費者教育の充実などが含まれている。

第三は、これらの課題への対応を実現するための消費者政策の基盤整備であり、消費者法制度の抜本的見直し、消費者行政におけるEBPMの推進、消費者団体の活動を活性化させるための方策の検討、事業者・事業者団体による消費者志向経営の推進、消費者行政の体制整備などを指摘した。

さらに、令和6年9月に発出した第2回意見では、第1回の意見で十分に取り上げられなかった項目について指摘するとともに、第1回意見でも触れた中で、特に重要な事項に関して掘り下げた指摘を行った。

関係府省庁において、当委員会のこれらの意見の趣旨を踏まえて次期計画の策定作業が進められることを期待している。

（２）紅麹製品による消費者被害を契機とした食品問題に対する対応

令和５年の下旬から令和６年にかけて、紅麹を用いた機能性表示食品による消費者健康被害が表面化した。これを受けて、消費者庁では食品表示基準の一部改正に係る検討が行われ、消費者委員会は、同年６月に同改正についての諮問を受けた。そこで、当委員会では、下部組織である食品表示部会において、専門的な観点から集中的な検討を行って頂き、その部会での取りまとめについて本委員会のメンバー間でも意見交換を行ったうえで、７月１６日付けで、諮問に対する答申（附帯意見付き）を出すとともに、答申とは別に「サプリメント食品に係る消費者問題に関する意見」を発出した。

当委員会は、基準改正施行後の状況や上記の消費者委員会意見に対する政府の対応を注視し、必要に応じて今後も検討を行っていききたい。

（３）消費者法制度のパラダイムシフトに関する専門調査会

当委員会は、令和５年１１月７日付けの内閣総理大臣からの諮問を受けて、同年１１月に、下部組織として「消費者法制度のパラダイムシフトに関する専門調査会」（以下「パラダイムシフト専門調査会」という。）を設置した。同専門調査会では、消費者取引全体の法制度の在り方やデジタル化の影響に関するヒアリング、消費者の脆弱性に関する実態把握などを踏まえた検討が行われ、令和６年１０月に、「中間整理」が取りまとめられ公表された。

今後は、この中間整理を踏まえつつ、制度の在り方、つまり「ハードロー的手法とソフトロー的手法、民事・行政・刑事法規定など様々の手法をコーディネートした実効性の高い規律の在り方」について、検討が進められる予定である。

（４）消費者をエンパワーするデジタル技術に関する専門調査会

当委員会は、上記のパラダイムシフト専門調査会とは別に、令和６年３月に、「消費者をエンパワーするデジタル技術に関する専門調査会」（以下「エンパワーメント専門調査会」という。）を設置した。同専門調査会は、消費者契約の場面において、消費者の支援に活用できるデジタル技術の現状と可能性を確認し、その社会実装を進めるに当たって検討すべき課題等を整理することを目的とするものである。

令和６年１２月、エンパワーメント専門調査会では、報告書が取りまとめられ、それを踏まえ、消費者委員会から、「消費者をエンパワーするデジタル技術に関する消費者委員会意見」を関係行政機関に向けて発出したところである。

（５）その他の活動

当委員会が調査審議を進めるに当たっては、現場の実情を認識することが重要である。そこで、当委員会は、国民生活センターや地方消費者行政の視察を行

うほか、消費者団体との意見交換などを行ってきた。

2 今後の活動に向けて

今後の活動として、第一に、消費者委員会がこれまでに発出してきた建議・意見等に関するフォローアップを、適宜行っていきたい。サプリメントに関する意見については、既に上で触れたが、第7次消費者委員会以前においても、当委員会は重要な意見や建議を発出してきたところであり、それらに対する政府の対応を検証することも当委員会の重要な任務であると考えている。

第二に、当委員会は、次期消費者基本計画の策定に向けた消費者委員会意見（上記）を取りまとめる過程で、特に重要と思われるテーマないし課題を把握した。当委員会としては、現在、当期の残る期間の中で特に調査審議を深める必要性の高い重要な課題について意見交換を行っているところである。新たな専門調査会の設置も含め、重点項目についての検討を進めていきたい。

第三に、当委員会は、消費者の声を、専門的な分析・検討を通して行政に伝えるという役割を担っている。その役割を適切に遂行するために、今後も、相談現場や消費者団体との意見交換を行っていきたい。

消費者委員会で取り扱う対象は、消費者に関わる法と政策全般であり、幅広い分野に渡るが、消費者行政の監視役としての機能、審議会機能、消費者の声を行政に届けるという機能を適切に果たすことができるよう、今後も尽力したい。

第1章 消費者委員会の活動概要（令和5年9月～令和6年8月）

消費者委員会（以下「委員会」という。）は、平成21年9月1日に、消費者庁及び消費者委員会設置法（平成21年法律第48号。以下「設置法」という。）の施行に伴い、消費者行政全般に関する調査審議及び監視機能を有する独立した第三者機関として、消費者庁とともに発足した。

主な所掌事務は、

- 消費者の利益の擁護及び増進に関する基本的な政策等に関する重要事項に関し、自ら調査審議し、必要と認められる事項を内閣総理大臣、関係各大臣又は消費者庁長官に建議すること（設置法第6条第2項第1号）
 - 内閣総理大臣、関係各大臣又は消費者庁長官の諮問に応じ、重要事項に関し、調査審議すること（設置法第6条第2項第2号）
 - 消費者安全法（平成21年法律第50号）の規定により、内閣総理大臣に対し、必要な勧告をし、これに基づき講じた措置について報告を求めること（設置法第6条第2項第3号）
 - 個別の法律の規定によりその権限に属させられた事項を処理すること（設置法第6条第2項第4号）
- である（資料1－1）。

令和5年9月1日から令和6年8月31日までの1年間において、計31回の委員会本会議を開催した（資料1－5）。平成21年9月1日の委員会発足以降の通算では、計442回の委員会本会議を開催したこととなる。委員会本会議においては、様々な消費者問題や消費者行政が直面する課題について、関係府省庁や有識者へのヒアリングを行いながら調査審議を実施し、必要に応じて、委員会としての建議や各種の意見表明を行うとともに、諮問に対する答申等も行ってきた。

これらの活動においては、外部との意見交換の機会を積極的に設けている。また、準備会合として「委員間打合せ」を随時開催し、委員間での意見交換等を行っている。

加えて、消費者問題に係る広範な専門分野にわたり、多数の事項を審議する必要があることから、委員会の下に部会・専門調査会等を設けて審議を行うこととしている（資料1－3、資料1－4及び資料1－6）。

食品表示部会においては、①食品衛生法（昭和22年法律第233号）に基づき、内閣総理大臣が、販売の用に供する容器包装等の表示の基準を定めようとするときに、意見を述べること、②内閣総理大臣が、食品表示法（平成25年法律第70号）第4条において規定する食品に関する表示の基準を定めようとするときに、意見を述べること、③その他食品の表示に関することについて、調査審議を行っている。

公共料金等専門調査会においては、委員会の求めに応じて、公共料金等に関する重要事項について調査審議を行っている。

令和5年11月8日に設置した消費者法制度のパラダイムシフトに関する専門調査会においては、令和5年11月7日付けで内閣総理大臣より諮問のあった、超高齢化やデジタル化の進展等消費者を取り巻く取引環境の変化に対応するため、消費者の脆弱性への対策を基軸とし、生活者としての消費者が関わる取引を幅広く規律する消費者法制度のパラダイムシフトについて、委員会の求めに応じて、調査審議を行っている。

令和6年3月26日に設置した消費者をエンパワーするデジタル技術に関する専門調査会においては、消費者契約の場面において、消費者を支援することに活用できるデジタル技術の現状と見通し、個々の消費者にパーソナライズするAIの検討及び社会実装に向けた課題等を整理し、取りまとめることを目的とし、調査審議を行っている。

なお、新開発食品調査部会及び新開発食品評価第一調査会においては、健康増進法(平成14年法律第103号)の規定に基づき内閣総理大臣が特定保健用食品の表示の許可を行うとき等に、内閣総理大臣の求めを受けて調査審議を行ってきた。今般、食品衛生基準行政が厚生労働省から消費者庁に移管されたことに伴い特定保健用食品の許可等の審査手続の見直しがなされ、令和6年3月31日をもって部会及び調査会を廃止した。

委員会及び部会・専門調査会等における調査審議及び意見表明等の詳細については、第2章で記載する。

こうしたより良い消費者行政の実現に向けた委員会の活動については、広く周知・広報を行っている。

令和5年度から、より一層の広報活動の充実を図ることを目的とし、公式SNSアカウントとしてYouTubeチャンネル(@cao-CC-JAPAN)及びXアカウント(@Cons_commission)を開設し、下部組織の会議配信を含む運用を行っている。

また、イメージキャラクターとして「コンちゃん」及び「コミズク」を起用し、各SNSアカウントへの投稿等において活用している。



コンちゃん

コミズク

第2章 第8次委員会における主な調査審議事項

1. 消費者基本計画の検証・評価・監視

消費者基本法（昭和43年法律第78号。以下「基本法」という。）においては、消費者政策会議（基本法第27条に基づき設けられた閣僚等で構成される特別の機関で、消費者庁がその庶務を行う。）が、消費者基本計画の案を作成しようとするとき、また、消費者政策の実施の状況の検証・評価・監視に係る結果の取りまとめを行おうとするときには、委員会の意見を聴かなければならないとされている。

令和7年度からの5年間を対象とする第5期消費者基本計画（以下「次期計画」という。）の策定及び、現行の第4期消費者基本計画（令和2年3月31日閣議決定、令和3年6月15日改定。以下「現行計画」という。）の工程表改定に当たり、委員会では、消費者庁等の関係府省庁、有識者等へのヒアリングを行い、調査審議を行った。

（1）消費者基本計画の検証・評価・監視等に係る対応

関係府省庁、有識者等へのヒアリングについては、以下の通りテーマを選定し、実施した。

本会議	テーマ
第416回（令和5年11月14日）	決済制度の透明化
第417回（11月22日）	「食品ロス削減目標達成に向けた施策パッケージ」の策定に向けた検討状況
第418回（12月6日）	LPガスに関する消費者問題
第419回（12月19日）	子どもの事故防止
第420回（12月26日）	法や執行体制の及んでいない事業者への対応
第421回（令和6年1月17日）	高齢化等への対応
第422回（1月26日）	取引デジタルプラットフォーム
第423回（2月6日）	「食品ロス削減目標達成に向けた施策パッケージ」
第424回（2月14日）	法や執行体制の及んでいない事業者への対応
第426回（3月18日）	前受金ビジネスに関する消費者問題
第427回（3月26日）	AIと消費者保護
第433回（5月13日）	新未来創造戦略本部の取組
第434回（5月20日）	地方消費者行政
第436回（6月10日）	身元保証等高齢者サポート事業等
第437回（6月18日）	消費者教育の取組

第439回（7月8日）	「国民を詐欺から守るための総合対策」
第440回（7月16日）	クレジットカード不正利用防止の強化
第441回（7月25日）	適格消費者団体の活動の意義及び強化
第442回（8月7日）	自動運転における消費者保護
（第444回（9月19日））	食品衛生基準行政

加えて、次期計画における重点課題をテーマとして、消費者団体ほか関係団体等との意見交換会を2回実施した（詳細は4.（1））。

また、消費者庁に対して、第414回委員会本会議（令和5年10月30日）において次期計画の策定に係る方針等について、第428回委員会本会議（令和6年4月4日）において次期計画の骨子についてヒアリングを実施し、次期計画の策定に向けた検討状況を確認するとともに、意見交換を行った。

委員会としては、令和6年4月までのヒアリングや意見交換会、建議・意見等の内容も踏まえ、第429回及び第430回委員会本会議（令和6年4月9日、15日）の審議を経て、第431回委員会本会議（令和6年4月22日）において「次期消費者基本計画策定に向けた消費者委員会意見」を取りまとめた（資料2-1-1）。

次期計画に重点事項として盛り込むべきと考える事項について意見を述べたものであり、消費者庁を始めとする関係行政機関に対し、十分に検討の上、次期計画に反映することを求めた。

取りまとめに当たっては、近年登場した財・サービスが引き起こす「新しい消費者問題への消費者視点からの対応」、長年消費者が悩まされてきた「従来からの課題への抜本的な対策」、消費者法制度のパラダイムシフトや消費者行政の体制整備を中心とする「消費者政策の基盤整備」の3つを柱とし、以下の特に重要と考える観点を優先して打ち出した。

I 新しい消費者問題への消費者視点からの対応

- ① デジタル社会における安全・安心の確保
- ② AIと消費者保護の在り方
- ③ 取引の国際化への対応
- ④ 複雑化、多様化する決済制度の透明化
- ⑤ 食品ロスへの対応

II 従来からの課題への抜本的な対策

- ① 高齢者、障害者等要支援消費者の権利擁護の充実
- ② 生命・身体の安全の確保
- ③ 消費者に不利益をもたらし得るビジネスモデル対策の徹底
- ④ 特保・機能性表示食品の課題等への対応

⑤ 消費者教育の推進

Ⅲ 消費者政策の基盤整備

- ① 環境変化に応じた消費者法制度の根本的・抜本的な見直し
- ② 消費者行政におけるEBPM等の推進
- ③ 消費者団体の活性化
- ④ 事業者・事業者団体による消費者志向経営の推進
- ⑤ 消費者行政の体制整備

なお、その後のヒアリング等を踏まえ、第445回委員会本会議（令和6年9月27日）において、「次期消費者基本計画策定に向けた消費者委員会意見（第2回）」を取りまとめている。

（2）消費者基本計画工程表に係る答申について

消費者庁を始めとする関係府省庁において、現行計画の工程表の検証・評価及び見直し作業が行われ、改定素案が取りまとめられたことから、第428回委員会本会議（令和6年4月4日）において消費者庁に対しヒアリングを行った。

その後、同本会議における意見交換や消費者庁が実施したパブリックコメントの結果を踏まえて取りまとめられた工程表の改定案について、令和6年6月3日付けで、内閣総理大臣から、基本法第27条第3項第2号の規定に基づき意見を求められた。これについて、第435回委員会本会議（令和6年6月3日）において消費者庁から説明を受け審議した後、同日付けで、基本法の趣旨に鑑み妥当である旨の答申を行った（資料2-1-2）。

また、これに併せ、以下の内容を附帯意見として付した。

○ 現行計画期間中に留意すべき事項

- ① 食品の安全性の強化を含む機能性表示食品制度の在り方の見直しと実効性の確保について重点的に取り組むべき。
- ② 消費生活相談のDXの推進にあたり、少人数の消費生活相談員で対応している消費生活センターも含む現場の声を丁寧に聴きながら進めていくべき。
- ③ 「地方消費者行政強化作戦2020」の検証・評価の内容を明確にするとともに、次年度以降の強化作戦の後継政策の内容を明確にすべき。

○ 次期計画策定において留意すべき事項

- ① KPIの達成状況の検証・評価を明確にし、ロジックモデルの精緻化や、次期計画の策定作業につなげていくべきであり、具体的には

以下の点に留意すべき。

- 行政の無謬性を恐れず機動的かつ柔軟にアジャイルなロジックモデルの見直しに取り組むこと。
- アウトプット、アウトカム指標については、他の行政機関等が保有するデータも積極的に取り込むこと。
- 行政処分数や執行件数等の指標も KPI に取り込み、ロジックモデルの中で検証・評価すること。
- 今後課題別にロジックモデルを類型化することで、様々な施策に応用していくことを検討すること。

2. 消費者委員会の建議、提言、意見、調査報告書

(1) 「定形郵便物（25グラム以下のものに限る。）及び料金上限規制の対象となる25グラム以下の信書郵便物の料金の上限の改定案」に関する消費者委員会意見

委員会は、令和6年3月12日付けで、消費者庁より「定形郵便物（25グラム以下のものに限る。）及び料金上限規制の対象となる25グラム以下の信書郵便物の料金の上限の改定案について」の付議を受けた。改定案は、定形郵便物（25グラム以下のものに限る。）（以下「定形郵便物」という。）及び料金上限規制の対象となる25グラム以下の信書郵便物の上限料金を84円から110円に26円値上げするというものである。

公共料金等専門調査会では、同改定案について、令和6年3月15日及び4月15日に総務省及び日本郵便株式会社（以下「日本郵便」という。）に対するヒアリングを実施する等、3回にわたり調査審議を行った。これらの結果を踏まえ、公共料金等専門調査会は、改定案について妥当性を欠くとまでは認められない旨の意見を取りまとめ、第432回委員会本会議（令和6年5月7日）にて報告した。これを受けて委員会は、同日付けで、上記付議に対する意見を発出した（資料2-2-1）。

意見の概要は以下のとおり。

- 定形郵便物及び料金上限規制の対象となる25グラム以下の信書郵便物の料金の上限の改定案については、利用者に小さくない負担を生じさせるものであるが、郵便法（昭和22年法律第165号）第3条及び第67条第2項第1号において定められている「郵便事業の能率的な経営の下における適正な原価を償い、かつ、適正な利潤を含むもの」であるかを確認するに当たっての基本的な考え方を踏まえると、妥当性を欠くとまでは認められない。
- 今回の定形郵便物の上限料金の改定幅は31パーセントと非常に大きいことから、総務省及び日本郵便において、消費者の理解が得られるよう丁

丁寧な説明を行うことを求める。さらに、郵便料金に係る制度の見直し、業務効率化、サービスの向上及びユニバーサルサービス維持に向けた取組についても消費者に丁寧に説明し、値上げについての理解を得ていくよう求める。

- 公共料金である郵便料金の改定に当たっては、料金の適正性の確保が必要であり、法令等に基づいた適切な料金の算出を行い、料金の算定要領等は公表される必要があるが、現時点、郵便料金の設定の水準となる算定要領は存在しない。総務省は、透明性・適正性確保の観点から、郵便料金に関する算定要領について可能な限り早期に作成・公表すべきである。

加えて、公共料金等専門調査会では、総務省及び日本郵便に対して、①改定に関する消費者への丁寧な周知・説明、②消費者の今後の負担に対する対応、③サービスの利便性の確保・向上、④効率化に向けた更なる取組、⑤ユニバーサルサービスの維持等に関する留意事項を提示した上で、その対応状況について、今後必要に応じ総務省等へのヒアリングを含めた調査審議を行っていくとしたところである。

（２）「NTT東西の加入電話、公衆電話、ISDNの料金に係る基準料金指数の算出方法の変更案」に関する消費者委員会意見

委員会は、令和６年５月２２日付けで、消費者庁より「NTT東西の加入電話、公衆電話、ISDNの料金に係る基準料金指数の算出方法の変更案」の付議を受けた。変更案は、基準料金指数の算定に必要な生産性向上見込率（以下「X値」という。）に「０パーセント」を採用するというものである。

公共料金等専門調査会では、同変更案について、令和６年５月２７日に総務省に対するヒアリングを実施する等、２回にわたり調査審議を行った。これらの結果を踏まえ、公共料金等専門調査会は、変更案について妥当であると認められる旨の意見を取りまとめ、第４３７回委員会本会議（令和６年６月１８日）にて報告した。これを受けて委員会は、同日付けで、上記付議に対する意見を発出した（資料２－２－３）。

意見の概要は以下のとおり。

- 基準料金指数については、NTT東西の①収入予測、②費用予測、③適正報酬額の予測及び④消費者物価指数変動率の予測等に基づき、X値を算定することにより設定される。公共料金等専門調査会では、収入面に関しては回線契約数の減少を反映した使用料等収入減、費用面に関しては人件費減・回線数減を織り込んだ費用減及び経営効率分析に則った非効率性の解消を勘案した費用減に加えて、適正報酬額の水準などについても確認を行い、その予測にはいずれも一定の合理性があると判断した。

○ X値の算定に際しては、物価上昇局面や既存の公衆交換電話網（PSTN）からIP網への移行の過渡期にあるという期間限定の特殊事情を考慮し、次期に限って、①物価上昇に伴う価格転嫁は許容しつつ、②IP網への移行に伴うコスト増については予測が難しいことから事業者負担とすること、すなわちマイナスの値が得られた場合にはX値を「ゼロ」として扱う旨の措置が採用されている。公共料金等専門調査会では、この取扱いにも一定の合理性があると判断した。

加えて、公共料金等専門調査会では、総務省及びNTT東西に対して、①プライスキップ制度の在り方に関する抜本的な検討、②X値の算定方法に関する更なる検証、③電気通信役務制度に関する消費者へのわかりやすい説明についての留意事項を提示した上で、具体的な対応を促したところである。

（３）サプリメント食品に係る消費者問題に関する意見

委員会は、令和６年６月27日付けで、内閣総理大臣から食品表示基準（平成27年内閣府令第10号）の一部改正（機能性表示食品）についての諮問を受けた。

諮問について、委員会本会議及び食品表示部会において審議の結果、改正案を適当とした上で附帯意見を付した答申を発出した。しかし、当該改正は安全性の在り方に重点を置いたものであり、サプリメント食品が抱える問題という観点からみると、一側面への対応に留まっていることを踏まえ、委員会は、第440回委員会本会議（令和６年７月16日）において意見交換を行い、同日付で、以下のとおり意見を発出した。（資料２－２－５）

① 健康被害情報の収集・活用、有効性・安全性の実効性の確保

○ サプリメント食品は、基原材料の中に微量に存在する有害物質が製造等の過程において濃縮されうること又は製造等の工程において新たに有害物質が生成されうることから、有効性・安全性の実効的な確保に向けた取組が必要であり、特定保健用食品、機能性表示食品に限らず、その他のいわゆる「健康食品」を含めた全てのサプリメント食品に対する健康被害情報の収集、GMP（適正製造規範）に基づく製造管理が必要と考えられる。

○ ヘルスクレームを謳うためには、少なくとも機能性表示食品として届け出てもらふ必要があり、その移行がなされるような監視指導を行うための体制整備が必要である。

○ 有効性・安全性の確認手段を強化するため、必要に応じ、科学的知見を有する専門家（医学や薬学等の専門家や食品安全委員会等）に意見を聴く仕組みを構築する必要がある。

- 有効性・安全性が確認できないケースなども含め問題があると考えられる場合には、販売停止や製品回収等、消費者保護のためより踏み込んだ対応が必要である。なお、機能性表示食品を表示中心の届出制としたまま、表示との関係性の必ずしも強くない事項についての事業者の義務を強化する方向性は、消費者にとっても事業者にとっても不透明なものとなっており、行政運営における公正の確保と透明性の向上（行政手続法(平成5年法律第88号)第1条第1項）を図る観点からも、法制上明確化が望まれる。
- ② 表示・広告規制の強化
 - サプリメント食品は、摂取方法によっては、リスクが高いものと考えられるが、巧みな表現や行き過ぎた広告と相まって、消費者は「(たくさん摂取しても) 体によさそう」「病気の予防・治療に効果がある」等の認識に陥る可能性がある。そのため、表示・広告に対する厳しい規定が必要と考えられる。
 - 健康増進法による誇大表示の禁止規定はあるものの、依然として、本来違法であるはずのヘルスクレームを謳うその他のいわゆる「健康食品」のサプリメント食品が氾濫していることや、「著しく」の解釈のレベルに幅があり、執行にばらつきが生じる可能性がある等により取締りが不十分となっている可能性がある。
 - 機能性表示食品については、食品表示基準に義務的表示(第3条等)、表示禁止事項(第9条等)の規定はあるものの、届出の撤回や機能性表示食品という表示を削除すれば規制の対象外となる。また、同基準には、広告その他の表示を規律する規定がおかれていない。従って、現行法による表示・広告規制は必ずしも十分とはいえない。
 - サプリメント食品に対しては、消費者が、その形状と相まって、医薬品等に近い認知に陥る可能性があることに鑑み、薬機法(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))に定めるような広告規制も参考に、表示・広告規制を強化することが必要である。
- ③ 消費者への情報提供及び注意喚起
 - 国民生活センターが実施した調査によれば、錠剤・カプセル状の健康食品を、病気の治療・緩和のために摂取していると考えられる消費者が約20%となっており、健康上の課題を抱えている消費者に誤った認識のもとに、摂取されている実態がある。
 こうした実態をも踏まえ、サプリメント食品について、i 疾病の予防、治療を目的とする医薬品ではないこと、ii 特定の濃縮された成分を

長期間摂取や過量摂取することにはリスクがある等のリスク及び懸念や、iii 消費者において食品の安全性の確保に関する知識と理解を深めることの重要性等について、既に政府がホームページ等で実施している情報提供や注意喚起の取組を更に充実させると共に、消費者に確実に届き理解を深めることを念頭にした施策を講じる必要がある。

④ 消費者保護の取組を規律する法制度や組織の明確化

- サプリメント食品は、特定保健用食品、栄養機能食品、機能性表示食品、あるいは、その他のいわゆる「健康食品」等、多種多様な形で販売されている実態がある。それぞれを規定する法律に異なる部分があることやヘルスクレームを謳う根拠規定が異なること等を背景に、有効性・安全性に疑義が生じた場合に、誰が、どのような手順で確認を行い、違反した場合にどのような行政措置があるのかがわかりにくい。
- 法令違反の可能性がある表示・広告の取り締まりについても、監視・執行体制は十分ではない。こうしたことは、消費者保護の不十分性のみならず、事業者の立場の不安定性や競争条件の不均質性を惹起する可能性がある。
- 我が国には、サプリメント食品に関する、健康被害情報の収集・活用、有効性・安全性の実効的な確保、表示・広告規制等についてサプリメント食品を包括的に規律するための法制度がなく、一定の監視は行われているものの、サプリメント全般への監視・執行（販売停止や製品回収等）を担う組織が明確でない。そのため、サプリメント食品を規律するための制度整備や、サプリメント食品に係る消費者保護の取組を担う組織の在り方について検討が必要である。

3. 諮問を受けて答申を行った事項

（１）特定保健用食品の表示許可に係る答申

消費者庁長官が特定保健用食品の表示許可をするに当たっては、健康増進法に基づき定められた健康増進法に規定する特別用途表示の許可等に関する内閣府令（平成21年内閣府令第57号）により、その製品の安全性及び効果について、委員会の意見を聴かなければならないとされている。

上記による内閣総理大臣からの諮問に関し、新開発食品調査部会において審議を行った結果、令和5年10月に1品目、令和6年2月に1品目、同年3月に2品目、「特定保健用食品として認めることとして差し支えない」旨の答申を行った（資料2-2-6）。

(2) 家庭用品品質表示法に係る告示改正についての答申

家庭用品品質表示法（昭和37年法律第104号）において、内閣総理大臣が、表示の標準となる事項を制定、変更等しようとするときは、同法第11条に基づき、委員会に諮問しなければならないとされている。

これにしたがい、令和6年4月23日に同法第11条の規定に基づき、内閣総理大臣から委員会に対して諮問があった。諮問事項である繊維製品品質表示規程（平成29年消費者庁告示第4号）の繊維製品の取扱いに関する表示記号及びその表示方法に関して、第433回委員会本会議（令和6年5月13日）において審議を行った結果、家庭用品品質表示法の趣旨に鑑み妥当である旨、答申した。（資料2-2-2）。

(3) 食品表示基準の一部改正に係る答申

食品表示法において、内閣総理大臣が、同法第4条において規定する食品表示基準を定めようとするときには、委員会の意見を聴かなければならないとされている。

「紅麹関連製品に係る事案を受けた機能性表示食品制度等に関する今後の対応」（令和6年5月31日紅麹関連製品への対応に関する関係閣僚会合）において、機能性表示食品による健康被害の情報提供の義務化や、機能性表示を行うサプリメントについて適正製造規範（GMP）に基づく製造管理の要件化等の措置を講ずるとされたことに伴い、食品表示基準を改正する必要性が生じた。

令和6年6月27日に、内閣総理大臣から、上記を内容とする諮問があり、委員会では、本会議及び食品表示部会において4回の審議を行い、令和6年7月16日に改正案を適当とした上で、附帯意見を付した答申を発出した（資料2-2-4）。

4. 外部との意見交換

(1) 消費者団体ほか関係団体等との意見交換会

委員会では、審議の参考とするため、定期的に、消費者団体を始めとした関係団体等から意見や要望を伺い、意見交換を行う場を設けている。令和5年9月から令和6年8月までの1年間においては、2回開催した（令和6年1月30日及び2月21日）。テーマはいずれも次期計画における重点課題とした。

1回目は、主婦連合会、公益社団法人消費者関連専門家会議、日本司法書士会連合会、一般社団法人北海道消費者協会の4団体から話を聴いた。各団体からは、高齢化、デジタル化及び国際化の進展、持続可能な社会に関する

課題の重要性が増していることなどの時代の変化に対応した消費者関連の取組の必要性が多く指摘された。その他、委員会に期待することとして、委員会創設時の理念の継承についての意見を頂いた。

2回目は、一般社団法人全国消費者団体連絡会、公益社団法人全国消費生活相談員協会、公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会、日本弁護士連合会の4団体から話を聴いた。各団体からは、悪質商法への対応、デジタル化・国際化の進展への対応、複雑化する決済手段への対応等様々な観点の指摘がなされた。その他、委員会に期待することとして、積極的な調査審議及び現場の情報を機動的に収集して対応することなどについての意見を頂いた。

なお、委員会が令和6年に創設後15年という節目の年を迎えたことをうけ、同年9月に、委員会の役割、在り方等に関して、委員会の歴代委員長のうち3名との意見交換会を実施している。

(2) 消費者行政に係る現地調査

令和5年11月22日、国民生活センター東京事務所を視察し、国民生活センター職員等との意見交換を行った。

また、地方消費者行政の充実・強化は消費者政策における最重要課題の一つであるとの認識の下、消費者行政の現場である地域の消費生活センターを視察し、また、地方自治体から見た地方消費者行政の現状と課題等について生の声を聴くことなどを目的として、令和6年8月28日、静岡県沼津市において沼津市消費生活センターの視察及び消費者行政関係者等との意見交換を行った。意見交換では、沼津市及び静岡県からの消費者行政の概況説明並びに沼津市消費者協会からの活動報告の後、主に地方消費者行政の体制整備等について意見を交わした。