

第 12 回 参与との意見交換 議事要旨

日時：平成 27 年 7 月 1 日（水）14:00～16:00

場所：消費者庁 62 会議室

出席者：

〔参与〕阿南 久、河野 康子、向殿 政男、山口 範雄、吉川 萬理子

〔消費者庁〕長官、次長、河津審議官、岡田審議官、菅久審議官、服部審議官、
総務課長、参事官 ほか

主な議題：

- （１）最近の消費者行政の動向について
- （２）今後の消費者行政について

議事概要：

- （１）事務方から資料 1－1 から資料 1－7 までに沿って説明が行われた後、参与から以下のような発言があった。

○「資料 1－2 機能性表示食品制度の現状」について

- ・本制度に対して消費者からの理解を得るためには、消費者庁において、制度の浸透度合いをフォローアップする組織を持つことが必要。
- ・消費者に対する制度の周知が不十分。制度の導入により、食品の機能性に関する情報がストレートに消費者に伝わり、その結果として需要が増えれば、経済が好転するというプラスの面と、科学的根拠が希薄な商品も現れる可能性があるというマイナスの面があるが、プラスの面とマイナスの面の両方を総合的に消費者に伝えることが重要。
- ・機能性表示食品の表示義務は 17 項目もあり、文字を小さくしないと商品のパッケージには納まらない。高齢化により、小さな文字が読めない消費者も増えている中、表示が消費者に読まれないのであれば、表示義務は消費者のために役立たないということになる。出来る限り多くの情報を求める消費者と、端的な分かりやすい情報を求める消費者いる中で、消費者にとってベストな選択は何か、バランスをとる必要がある。
- ・届出制を採用しているため、市場に出回った商品の監視をしっかりと行っていることをアピールすることと、優れた事業者を褒めることをセットで実践する必要がある。
- ・大急ぎで制度を整備したため、事業者と消費者の双方にとって理解が不十分のまま制度が始まった。事業者の責任において開示された情報を消費者が読み取り、判断するという、非常に画期的な制度ではあるが、安全性や機能の有効性に関する専門的な判断を消費者が行うことは難しい。そのため、制度の初期

である今こそ監視の目を光らせ、問題点を洗い出し、必要な修正を行ってほしい。食品表示対策室による監視・指導を徹底することによって、制度を定着させてほしい。

○「資料1-3 消費者ホットラインの3桁化」について

消費者ホットラインの3桁化に伴い、相談件数が増えることが見込まれるため、地方の相談窓口の体制充実に向けた取組をお願いしたい。

○その他

- ・特定商取引法改正の議論の場では、消費者と事業者の全面対決のような構図になりかけているが、今般の消費者基本計画に新たに加えられた「消費者志向経営に係る取組の推進」により、消費者の意向を反映した適切な事業活動の推進が求められる。消費者、事業者及び行政が、それぞれの最善策を見いだしていくような社会構造への変換のリーダーシップを、消費者庁にとっていただきたい。
- ・他省庁の審議会に消費者側の立場として参加しているが、意見が通りにくいと感じている。消費者庁も様々な審議会にオブザーバーとして参加しているので、消費者庁からの積極的な支援を期待したい。

(2) 事務方から資料2に沿って説明が行われた後、参与から以下のような発言があった。

- ・消費者庁創設から6年近くが経過し、振り返ってみると、創設当初は目の前の事案に対処することで手一杯だったが、最近では消費者問題の兆しが現れるとすぐに手を打つことができているように思う。今後は、仕組みとしてどのように先見性を高めることができるのかがポイント。全国の消費生活センターのほか、企業のお客様相談や新聞の投書欄など、様々な組織に蓄積されている消費者の声のビッグデータを分析することで、より先を見据えた対応ができるのではないだろうか。
- ・講演会等で地方に行くと、現在の消費者の課題は、「高齢化と貧困」であるように感じる。高齢消費者・障害消費者見守りネットワークの推進等、消費者庁として何か対応できないか。また、子供の貧困率が高いことから、学校での消費者教育によりお互いの暮らしを認め合う環境作りが必要。
- ・(物価関連対策の推進について) 今般の電力システム改革により、消費者が自由に電力会社を選択できるようになる。これは、長年続いた制度からの大きな転換である。そのため、消費者の選択する力を高めるための啓発が必要。また、事業者から消費者に対する正確な情報提供や適正な表示が実現するよう、消費者庁の積極的な関与が求められる。

- ・消費者安全確保地域協議会について、どのように運営すればいいのか分からずにいる地方の団体の職員も多い。協議会の実効性を確保するために、見本になるケースを広めていく取組を、消費者庁が率先して行ってほしい。
- ・消費者教育の推進のためには、地域の担い手一人一人が主体性を持って取り組んでいく必要がある。消費者庁は、インターネットで資料を提供し、地域の担い手を支援することが望ましい。
- ・（特定商取引法の見直しについて）訪問販売で購入した商品については、満足度は低いという声が多いようだ。訪問販売を行っていても、全くトラブルのない業界もあるが、消費者の安全・安心な暮らしのためにも、見直しが進むことを願っている。
- ・（事業者・消費者の行動規範に関する検討について）とても良いことだと思う。最近、行政機関の検討会において、「悪質な消費者」という言葉を耳にするようになった。かつては、「悪質」という言葉は事業者に対して使われ、消費者は保護を受ける対象として扱われてきたが、空気が変わってきたように思う。情報通信技術（ICT）が発達し、誰もがSNS等で情報を発信できるようになったが、そのマイナス面に消費者行政としてどのように対処していくのか検討する際に、消費者の行動規範を考えるのは大変重要。
- ・何か事件が起こると、その原因が短絡的に解釈されることが多いが、消費者庁としてはメディアに対して原因を丁寧に説明することで、メディアから消費者に正しい考え方を広めることが望ましい。
- ・（リスクコミュニケーションについて）食品中の放射性物質に関するリスクコミュニケーションは、比較的少人数に対して納得いくまで議論をするというスタイルだったが、その他の分野については、大人数を対象に、一方的に説明を行って終わり、という印象。それぞれの分野について、こういった方法でコミュニケーションを行うのか、検討が必要。突発的な事案に対処するためにも、リスクコミュニケーションの手法が確立していることが不可欠である。
- ・リスクコミュニケーションやクライシスコミュニケーションへの対応は、消費者庁が最も力を発揮すべきこと。庁内向けの勉強会により、職員一人一人がリスクについて理解を深めることが重要。

（速報のため事後修正の可能性あり）