

第21回 参与との意見交換 議事要旨

日時：平成31年2月4日（月）10:00～12:00

場所：中央合同庁舎4号館会議室7-1

出席者：

【参与（●）】畑村 洋太郎、松葉 知幸、松岡 萬里野、吉川 萬里子、
渡辺 光一郎、板東 久美子

【消費者庁（○）】岡村長官、井内次長、高田政策立案総括審議官、小林審議官、
橋本審議官、高島審議官、参事官、消費者政策課長、
消費者教育・地方協力課長、食品表示企画課長 ほか

主な議題

テーマ1 最近の消費者行政について（食品表示法改正）

テーマ2 平成30年度第二次補正予算及び平成31年度予算案並びに機構・定員要求の結果について

テーマ3 今後の消費者行政について（第4期消費者基本計画）

議事概要：

1. テーマ1については、参与から以下のような発言があった。

●（リコール対象となった食品に関する情報提供について）末端のスーパーへの告知も含めて、どのようなことを考えているのか。

○必要な人のところに当該情報が届くようにすることが最も重要。周知方法として消費者庁HP、SNS、プレスリリース等を考えている。そのほか、企業努力として販売現場で消費者に周知することを推奨。あらゆる手段で必要な人のところに自主回収情報が届くようにしていきたい。

●（悪質な事業者に対しては）行政指導等も考える必要があると思うが、どのような手段を考えているのか。繰り返す事業者への対応も含めてどうするのか。自主回収に関する情報収集も必要。

○各企業が行う自主回収に関する情報の収集については、改正後の食品表示法には、違反した場合に罰則も科せられるようになった。あらかじめ新し

い制度について周知して、まず各企業が確実に保健所に情報を提供するよう
に取組を徹底したい。特にアレルギー表示が誤っている場合に情報がきち
んと必要とする方に行き渡るように、教育委員会の協力もおおぎながら
生徒を通じて親にSNSに登録してもらい、アレルギー関係の団体に本制度
の周知を徹底するなど進めていきたい。参考資料にあるとおり、食品表示
の誤りによるリコールが年間500件以上あることが分かっているが、この
制度によって、こういった種類の表示の誤りが多いかという傾向も分かる。
こうした情報を活用しながら、今後、どうしたことに注意すればいいか企
業に対して周知していくべきか検討していきたい。また、事業者によって
は個別の指導も必要になってくると認識している。

●ひとまずはこれで食品表示法の課題については十分と考えているのか。あ
るいは他にも課題があると考えているのか。

○今回の法改正は、緊急に対応が必要なものだったと認識。食品表示制度は
随時見直しを行ってきているが、施行から3年後に改正することとされて
おり、今回の改正はその趣旨にかなったもの。今後も食品表示法の周知や
検討は続けていく。現在、消費者委員会の食品表示部会でも、食品表示の
あり方について議論していただいているところであり、こうした議論を踏
まえて、見直しが必要であれば対応していく。ただし、当面は、今回改正
された内容以外に必要なものはないと認識。

2. テーマ2については、参与から以下のような発言があった。

●セキュリティ強化や働き方改革等に資する情報システムの整備のために予
算が措置されているが、特にセキュリティ強化について、具体的にどのよ
うなことに取り組んでいくのか。

○(災害など非常時に備え、) データバックアップセンターへの切替えのため
の訓練などを行う予定。その他脆弱性監査の実施経費、今年度実施したPC
機器の入替えに係る周辺機器の追加調達のための経費も措置したところ。

●地方消費者行政強化交付金については、補正予算で措置はされているもの
の、年々先細っている。自主財源の確保と言われても、地方の実態に照ら
せばなかなか難しい。(30年度二次補正予算で、) PIO-NETシステム刷新の
ための経費が措置されているが、システムに入力する相談員の手当ては地
方で負担している。負担が大きい。PIO-NET入力の人件費負担も含めて、地

方における今後の相談員の人材確保のあり方を国として考えていただきたい。

- PIO-NETシステムの刷新は相談員の業務効率を向上させ、相談員にしかできない業務に注力していただくことをその目的にしており、国民生活センターと国が連携して、次期システムの構築を進めている。人材確保については、相談員向け研修の充実を図っている。
- 大臣をはじめ幹部は地方消費者行政の推進への関心が高く、大臣主導でキャラバン隊を結成し、地方消費者行政や自主財源確保の重要性をこの2月3月で全ての都道府県に説明して回っているところ。地方では国の予算が減っているから地方の消費者行政予算が減っているという説明がされがちであるが、交付税措置の算定式を見直すことでその額は消費者庁発足時に比べて大幅に増加しているところであり、自主財源による消費者行政のための予算確保を促してまいりたい。それとともに、国としては法執行の面などで必要な協力・支援を継続してまいりたい。
- 予算措置について、新たなメニューが措置されるなど、補正予算も含めて国として努力しているのがうかがえる。他方で、中小の自治体ではなかなか（自主財源による）予算確保が難しい状況であること、消費者行政は社会の基礎的インフラであるということを（国において）改めてご理解いただきたい。外国人向けの相談体制についてはこれまで必ずしも十分ではなかったが、今後どのような取組を実施していくのか。
- 国民生活センターでは、訪日・在日外国人からの消費生活相談を受け付けるための6か国語に対応する相談窓口を昨年12月に設置したところ。これに加え、各自治体においても、例えば（通訳事業者との）三者通話システムを導入するなど、その地域の実態に応じた外国人対応を行っており、国としてもその取組を予算支援しているところ。
- （訪日・在日外国人の相談対応については、）言語の面が最大のネックになってくると思うが、色々なバックグラウンドがある外国人がいることも踏まえた相談員向けの研修の充実もお願いしたい。
- シェアリングエコノミーに関する実証実験等について予算措置がされているが、CtoCの取引に消費者が不慣れであることや、インターネット取引な

どにおいて新たな仲介業者が出てきていることなどを踏まえ、早急に取り組を進めていただきたい。

3. テーマ3については、参与から以下のような発言があった。

- 新しい時代にふさわしい消費者政策に向けて、非常に重要な局面を迎える。今回の報告書に賛同する立場から、3点お話ししたい。
 - ① 消費者基本法はそもそも消費者の安全や保護の観点だけではなく、高度情報化社会の進展や、国際化に関する言及など、新しい取組を想定した法律となっており、非常に先見性がある。新しい動きに対応していくためには、消費者、行政、事業者がどう連携を取っていくかが重要であり、この三者の意見を融和させる形で進める必要がある。
 - ② SDGsの取組について、事業者は「Society5.0 for SDGs」という考えを掲げており、デジタル革新に加えて多様な人々の創造という視点を入れ、人を中心に据えているという点で優れている。消費者、行政、事業者の間でも視点を重ねやすいため、こうした視点で連携を進める必要がある。消費者行政においても、最初から事業者規制を入れるという発想ではなく、例えばデジタル・プラットフォームに詳しい事業者へヒアリングを行う、またそうした事業者を検討会に入れる等のステップが必要である。
 - ③ 予算について、第4期消費者基本計画以降の予算の考え方には、大幅なスクラップアンドビルドの視点が必要である。新しい動きに対応するには、研究にも相当の予算をつけて検討する必要がある。新しい視点を入れた消費者基本計画に沿った全体の予算配分ということ、来年度の予算に限らず検討していくべきである。

- ① 消費者基本法の理念には、若者や障害者の方への対応や、デジタル（高度情報通信社会の進展）も盛り込まれており、今後も消費者基本法に沿って現状をみながらしっかりと対応を進めていくということが基本。
- ② SDGsについては、消費者志向経営等を通じて事業者も取り組んでいる。消費者と事業者が価値を共に創り出していくという点で向かっているところは同じなので、一緒になって進めていくということと理解。例えば、消費者団体の方も消費者志向経営のイベントに参加される等、その内容を理解していただくことが有用である。
- ③ 予算については、メリハリをつけて確保するところは確保しながら、他方で減額されているところは、執行の状況を見ながら減額しているため、事業に支障がでるということはなく、しっかり組み替えているということをご理解いただきたい。

●人材育成のための研究会において、消費者庁、消費者行政という、事業者にとっては消費者のための行政と思われがちなのではないかという趣旨の指摘があったと理解している。消費者行政はもちろん消費者のためだけのものではない。消費者志向経営に関する取組が始まったとき、消費者と事業者の両にらみの取組が始まったということの評価した。世間からも消費者庁、消費者行政というときに、消費者だけのためのもと思われているのではないか。現状、どちらかという監督官庁だけに目を向けている事業者が、事業経営のために消費者庁へ目を向けた方が良いと評価されるような消費者行政に取り組む消費者庁であってほしいし、今後、そういう方向でも取組を行っているというアピールが必要。

●産業育成を図るためのアプローチとして、経産省、農水省、国交省においては事業者育成という観点で行っており、消費者庁において消費者行政を進めている。消費者庁においては、製品を使う側である消費者の立場に立って、情報の非対称性といった消費者の不利益への対応を進めていただきたい。これまで、製品安全や契約の問題について、産業界と議論しながら進めてきた。こうしたことへの対応を進めるということでは、産業界も理解を示してきたと考えている。従来、何十年もかかって一緒に作ってきた規制によって、悪質な事業者を排斥できるというメリットについては事業者側においても認識がなされてきた。今後も、産業界には、広い観点から消費者行政に関わっていただきたいと思っている。

○どのように政策を考えるかというときに、事業者といっても継続的に事業運営を行って消費者からの信頼を重ねてきているという事業者もいれば、ほとんど詐欺的という事業者もいる。そうした悪質な事業者を取り締まっていく際に、一般の事業者にコストをかけないようにどのように進めていくかが重要。消費者という名の下で実際には事業者や他の消費者に大きな負担をかけている方もおり、そうした方に対する教育は必要。消費者庁だけではなく、学校教育や専門教育においても取組を行えればと思っている。一方で行政としては、高齢者、障害者や若年者に対してもきちんと手当てしなければならない。健全な消費者と事業者の関係をどう作っていくかが重要である一方、そこから外れるところは行政がしっかり出て行かないといけないのではないかと考えている。

●消費者安全調査委員会（以下、事故調という）において、太陽光発電についての問題を提起していたが、これは意義のあること。計画の策定に際しては、事故調も大事にしてほしい。

○事故調では、今回非常に難しい案件を取り上げた。太陽光発電の際に、火事になった案件について調査・分析が行われた。原因はなかなか立証できないものの、様々な実験を行い、製品が影響した可能性が排除できないという結論をだして、改善していくというところにようやくもっていくことができた。

●事故調での調査審議を行っているときに、例えばエコキュート等を調べた際に、技術的な問題よりもっと前に、製品を使う、作る方の側から見て当たり前ということをつっ込んで考えていくことが必要と感じた。ヒートポンプは周りから熱を取り込むことで、全体のサイクルとしては非常に効率的になっている。ヒートポンプで周りの空気の熱を取り込むときに技術上騒音が発生する。ヒートポンプのファンは風を壁側ではなく、外に向けて吹き出すため、騒音も風と共に外に向けて吹き出され、製品を取り付けた家屋の方には来ない。ファンからの風が当たる隣家の住民はたまらない。全体のことを考えずに製品を普及させた結果、いろいろなトラブルが起こっている。どこまで自分が責任を負わなければならないかを考えた上で製品を取り付ける必要がある。

また、リチウムイオン電池について見れば、制御系に問題が起こると火災が発生するが、それでも軽くて電力を貯めることができるため飛行機につけざるを得ない。利便性によって安全性が犠牲になる部分があり、バランスをみて使わざるを得ない。その上で、ある種の危なさはあるけれどもできるだけ対応をやっていく。そうした暗黙の了解の上で技術が進んでいることも了解しなければならない。危険や事故はありうるものとして考えるところまで、国民各位の考えが進む必要がある。それには時間がかかる。

こうした対応・取組をきちんとやらないのにコストが抑えられるとって導入を進めて、見たくないものを見ないで都合の良いコスト計算をして事業をやっているのではないかという面がある。考える範囲を都合のいいところにのみ限定して事業を行ったり、製品を購入したりするということは、消費者も事業者も一緒に、社会運営全部の未発達さというところが出てきているのではないか。基本のところのものの考え方をどこかで取り上げる必要があるのではないか。

- 消費者庁の役割、意義についてお話ししたい。福田元総理から、「消費者問題が起きたときにうまく対応するためだけに消費者庁を作ったのではない。年金記録の問題等も踏まえ、生活者への対応という部分が霞が関で疎かにされているのではないかという問題意識があり、真の行政改革の拠点という意識で消費者庁を作った。」という言葉をいただいた。

いろいろな関係者がベクトルを合わせていくのが非常に重要。その中で消費者庁は、行政も事業者も消費者も変わっていきけるよう、旗をふるという役割を果たす行政機関だと考えている。そうした、行政における消費者視点や生活者視点を実現するという立場から消費者庁は取組を進め、他方で事業者も消費者志向経営を進め、消費者も消費者としての行動を通じて社会を良くしていくべき。消費者庁も原点に立ち返りながら進化をしていく必要がある。消費者庁は関係者がベクトルを合わせていくためのプラットフォームになっていくことが重要ではないか。事故調については、事故調の成果を普及していくことをもっとやってほしい。例えば報告書をまとめたりマスコミに取り上げてもらうだけではなく、消費者安全に関するシンポジウムを行うといった取組をしてほしい。

- 定員が限られているなかで、消費者行政もこの10年は、法制度の整備を進めつつ、トラブル対応等に注力していた。消費者の安全・安心や危険について考えるときに、実際の情報や専門家の考えが重要。消費者庁は本来は研究機関や拠点をもって、大学の方と連携しながら情報発信、政策立案、教育等に取り組んでいかなければならない。アカデミズムの方は自らの立場から自由に政策提言等を発言できる。今後の10年はアカデミズムとの連携等にも力を入れていきたい。

- 例えば賞味期限について、私たちの子どもの世代と、自分たちの世代とでは捉え方が異なる。子供たちは期限を過ぎたら食べ物から毒に変わるというような考え方になってきている。

例えば賞味期限といった言葉と実際に食べるかどうかという行動の関係がどのようになっているのかをちゃんとした研究の対象にしている人はあまりいないはず。どのように何を表示するのがいいかということの研究したり調べる人を作っていかなければならない。そのためには、お金も時間もかかる。日本だけが取り組んでいるということにならないよう、世界レベルで認識を共有して取り組まなければいけない。人材を育てるのと同時に、世界とやり取りする場を作らなければならぬ。来年度に国際会議を予定しているが、それでは足りない。きちんとしたネットワークを作っていくには、予算の桁

がもう1桁、2桁必要なのではないか。ネットワークの形成ということも考えて進めていければいい。

- もっと踏み込んだ問題の捉え方が必要ではないか。100%の安全ということはありません、常に何かがおこる。どのレベルでOKとするのかということとともに、事業者が消費者との間にある情報の格差につけ込んではいけないということがスタート地点。事業者は100%安全と言いたいし、消費者はリスクに関する情報がないため100%安全というわけではないということを必ずしも知らない。そうしたなかで、どの程度のリスクなら許容できるのかという議論がされていない。原点に戻って、消費者庁はこうしたことについて考え、消費者基本計画の冒頭等に盛り込んでほしい。

(以上)