

情報提供について

・「情報提供のあり方について」の基本的な考え方

1. 公正な計量の実現を図るためにも、市場の監視機能を有効に機能させることが必要であり、そのため、不正事業者名の公表などの手続きを整備し、消費者を中心とした国民に対する計量に関する情報提供や啓発活動を行い、適正な計量に関する関心と知識を持って貰うことが重要。

事業者が怖れるのは、行政指導ではなく、消費者等の信頼を失うことであること等から、消費者を中心とした国民（地域住民）が適正計量に関する関心と知識を保有することにより、取引における事業者の適正な計量の確保に関する緊張感を高め、また努力を促すことにより、公正な計量の実現を図ることが必要。

2. 行財政改革が求められる中、限られた人員、予算等のリソースを、計量行政に適切に投入すべく、住民の主体的・積極的な参画を促すことにより、住民の考え方を反映させることが必要。

行財政改革の必要性が増大しており、多くの地方公共団体では計量行政に投入する人員や予算の拡大等が見込めないことから、限られた人員、予算等のリソースを計量行政のどの分野にどの程度投入するかを判断することが必要。

このため、住民（消費者）の不正計量に関する不満・不信を受け付ける制度など、住民の主体的・積極的な参画を促す仕組みを設けることにより、住民の意見を取締り行政等に反映していくことが必要。

・ 情報提供の具体的な方策について

1. 計量行政に関連した情報提供の現状

経済産業省では、計量法の概要について説明した資料（「計量のはなし」、「新計量法とS I化の進め方」）をホームページ上に公表するとともに、パンフレットを作成している。また、経済産業省では、商品量目の調査と適正計量の啓発を目的として計量モニター事業を行っており、この事業では、一般消費者から募集した計量モニターが県等が貸し出す「はかり（質量計）」を使用して食料品の内容量（重さ）が表示通りであるかどうかについて調査している。

一方、都道府県の例では、東京都では、計量法の制度概要や定期検査の実施案内等を、また、大阪府では、計量法の制度概要や立入検査結果等をホームページ上で公表している。このように、地方レベルでも計量行政に関連した情報の提供を行っている。

2. 問題の所在

- (1) 現在、経済産業省及び地方公共団体において提供されている情報については、計量制度の概要等が主であり、違反事例、取締状況、相談事例等の一般消費者の関心を高めるような情報については、ほとんど提供されていない。このため、国民の適正な計量に関する関心と知識を向上させる観点からも、より詳しい計量制度の概要に加え違反事例、取締状況等の情報についても積極的に提供していくことが必要と考えられる。
- (2) ホームページの活用等により計量関連情報の提供に積極的な地方公共団体もあるものの、依然として計量関連情報の提供に積極的でないところも見受けられることから、積極的な取り組みを促していくことが必要。
- (3) 現在のところ、住民（消費者）が計量行政に関して持っている意見を交換したり、議論したりするための場、住民（消費者）自らが有している不正計量等に対する不満や不信等を訴えていく手段等が不足していることから、住民（消費者）が主体的・積極的に参画し、自らの考え方を計量行政に反映させていくための手段を拡充していくことが必要。

3. 具体的な方策

. の基本的な考え方をもとに、以上のような現在の計量行政に関連した情報の提供における問題点及び、各省庁における情報提供の取り組み（別紙参照）等を踏まえた上で考えられる具体的な方策は次のとおり。

(1) 国民の適正な計量に関する関心と知識の向上

a) 適正な計量に関する関心の向上

適正な計量に関する関心の向上を図るためにも、安全・安心の観点、または適切な事業者の選択を行う観点から消費者にとって関心の高い以下のような情報について、ホームページの活用、パンフレットの作成・配布、イベントの開催等により、情報提供を行うことも考えられる。

計量法上の違反事例等に関する情報

量目規制による取締状況（立入検査等）に関する情報

事業者等の計量結果に関する消費者の不満、相談事例等の情報

適正計量管理事業所マークの概要、及び指定された事業者に関する情報（連絡先等）

計量モニター事業の実施結果

b) 適正な計量に関する知識の向上

適正な計量に関する知識の向上を図る観点から、以下のような計量法の概要について、ホームページの活用、パンフレットの作成・配布等により、情報提供を行うことも考えられる。

特定計量器に関する規制概要

- 特定計量器毎の器差（例えば、電力量計の検定公差は2%等）
- 特定計量器毎の有効期限（例えば、電力量計の有効期限が10年等）

量目規制に関する概要

- 特定品目の概要（表記義務対象品目の品目名等。例えば、精米、野菜、漬物、果実、魚等。）
- 許容誤差の概要（特定品目毎の許容誤差。例えば、50g以下の生鮮野菜4%等）
- 適正計量管理事業所の概要（指定の要件、指定のメリット（定期検査の免除等）等）

c) 計量に関する教育の充実

適正な計量に関する関心及び知識の向上を図る上でも、初等中等教育等から計量に関する教育を積極的に行っていくことが重要であると考えられるため、関係省庁との連携を図りながら、計量教育の更なる充実を図っていくことも考えられる。

(2) 住民（消費者）の主体的・積極的参画の促進

住民（消費者）の主体的・積極的参画を促し、計量行政等に住民の考え方を反映する観点から、情報提供等を以下のように行うことも考えられる。

各都道府県毎に地域における会議を設置し、規制行政にかかるコストに関する情報を提供しつつ、いかなる点に重点をおいて、（例えばタクシメーターに重点を置くのか、中小商店に重点を置くのかなど）行政を行うべきなのかについて議論を行い、地域住民の意見を積極的に取締り行政に反映していく。

経済産業省や各都道府県等においても、ホームページやパンフレット等の活用により計量に関する相談窓口が設置されていることを積極的にPRすることにより、住民（消費者）の不正計量に関する不満・不信等を受け付け、取締り行政への反映や相談事例の公表等を行っていく。

現在の計量モニター事業（注）を拡充し、一般消費者の計量行政への主体的・積極的な参画をより一層促すことにより、商品量目の調査を取締り行政の参考とする。また、その計量モニター事業の結果をホームページやパンフレットの活用により情報提供を行うことで、消費者の適正計量への関心を向上させる。

（注）計量モニター事業では、計量モニターが、県等の貸し出す「はかり（質量計）」を使用し、食料品の内容量（重さ）が表示通りであるかどうかについて調査を行う。

情報提供に関する検討事項

【諮問文 要旨】

事業者の適正計量を促すのは、厳しい消費者の目であるという視点を考慮しつつ、商品の適正計量など消費者に身近な計量につき、科学技術に裏打ちされた合理的、効果的かつ持続的な制度、体制はいかにあるべきか。

【計量行政審議会資料（新しい計量行政の方向について、2005.7.26、要旨）】

不正事業者が怖れるのは、行政指導ではなく、消費者等の信頼を失うことであることに鑑みれば、これまでほとんど実績のない不正事業者名の公表などの手続きを整備し、透明性をもって取締り等を行う方が、同じく投入行政コストに対する効果が高いのではないか。

消費者を中心とした国民（地域住民）が適正計量に関する関心と知識を持つことが公正な計量を実現するための最も重要な要件であることに鑑み、国も地方公共団体も積極的に計量に関する情報提供や啓発活動を行うべきではないか。

規制行政にあっても投入コストとその効果を念頭に置かざるを得ないことを示しつつ、例えば規制の重点をどこに置くべきかなどにつき、住民の考え方を反映するべきではないか。

既に一部では実施されていることではあるが、住民（消費者）の不正計量に関する不満・不信を受け付ける制度など、住民（消費者）の主体的・積極的参画を促す仕組みを考えるべきではないか。

(別紙)

各省庁における情報提供への取組み状況について

1. 内閣府

5月を「消費者月間」と定め、毎年5月にテーマ(今年度のテーマは、「活かそう 権利 めざそう自立」)を設定し、「消費者問題国民会議」をはじめとして、各種機関・団体と連携を図りつつ、消費者政策への取組みを実施。

消費者政策の状況等を収録したハンドブックを作成するなど、消費者を巡る諸問題について広報・啓発に努めている。

テレビ、新聞、週刊誌等各種媒体を通じて消費生活情報(治安対策、青少年健全育成、振り込め詐欺等)の提供を行うとともに、国民生活センターを通じた情報提供(消費者からの相談事例、回収無償修理等のお知らせ、消費生活や消費者問題に関して参考になる判例集等の情報提供等)を実施。

また、あわせて、公募により選定した国政モニターから政府施策に関する意見・要望を聞く国政モニター制度の運用も実施。

2. 警察庁

悪質商法(インターネットを利用した架空請求、ねずみ講等)による消費者被害の未然・拡大防止を図るため、各都道府県警察では、地域における町内会等の各種会合において、講演、ビデオ放映等の実施のほか、インターネットのホームページ利用やミニ広報誌、パンフレットの作成・配布等による積極的な広報啓発活動を実施。

知的財産権の保護を図るため、商標権者、著作権者等の関係団体で構成される「不正商品対策協議会」が開催する「不正商品防止フェア」の後援や、不正商品(ニセモノや模倣品等)の展示、パンフレットの作成・配布等による広報啓発活動も積極的に実施。

3. 金融庁

金融サービスの利用者保護を図るため、金融商品販売業者等の顧客に対する説明義務、説明をしてこなかったことにより生じた損害賠償責任等を規定する「金融商品の販売等に関する法律」について、解説したパンフレットを作成・配布。

ペイオフ解禁(2002年4月)に関し、預金者等に対し、ペイオフに係る制度等の内容の正確な理解の一層の浸透を図るため、パンフレット等の作成・配布を行

っているほか、テレビ、新聞等各種媒体を通じ、広報啓発活動を実施。

ホームページを活用し、以下のような金融に関する情報を提供し、知識の向上・啓発に努めている (<http://www.fsa.go.jp/teach/index.html>)

- 金融のしくみの解説 (小学生向け、中高生向け、社会人向けの3バージョン)
- 消費者等に役立つ情報や気をつけてほしい情報 (預金保険制度の概要、投資者保護基金制度の概要、違法な金融業者に対する注意喚起等)

4 . 総務省

消費者の電波環境保護に関する意識の向上等を推進するため、「電波利用保護旬間 (毎年6月)」等を中心に広報活動を実施。また、真実でない放送により権利を侵害された者を簡易・迅速に救済するための訂正放送制度の周知を目的として総務省のホームページにおいて制度の概要を掲載 (http://www.soumu.go.jp/joho_tsusin/ho_so_seido/)

ホームページ上に、電気通信消費者情報コーナーを設け、

- 総務省が取り組んでいる電気通信サービスに関する施策
- 電気通信サービスモニターに対するアンケート調査結果
- 総務省が事業者の不正行為等に対して行った措置の内容

等について掲載 (http://www.soumu.go.jp/joho_tsusin/s-jyoho.html)

5 . 公正取引委員会

消費者の正しい商品選択を妨げる不当な表示や過大な景品類に対する規制内容等、消費者が商品を選択するに際しての適正な情報を提供するため、パンフレット等を作成・配布。

ホームページでは、景品表示法の概要、各種ガイドライン、最近の動きとして独占禁止法や景品表示法上の違反事例を掲載するとともに、相談事例集や世界の競争法等についても紹介 (<http://www.jftc.go.jp/keihyo/index.htm>)

6 . 厚生労働省

労働衛生については、事業場における自主的労働衛生管理活動を通じた労働者の健康の確保と快適な職場環境の形成を図ることを目的として、昭和25年から毎年、「全国労働衛生週間 (10月1日から10月7日)」が実施されている。

栄養・食生活について、国民一人ひとりの食生活改善に対する自覚を高め、日常生活での実践を促進するために、ポスター等による広報を実施するとともに、地方公共団体や関連団体を通じて各種イベント等を実施。

以下のような情報の提供を独立行政法人を通じて実施。

- 医薬品・医療機器の安全性に関する情報が発出された時に、病院や医薬品販売業者等に対して、その情報をメールによって配信。
- 医療機関、薬局及び製薬企業から報告のあった副作用が疑われる症例に関する情報をホームページ上に掲載 (http://www.info.pmda.go.jp/fsearch/jsp/menu_fukusayou_base.jsp)。

7. 農林水産省

農林水産省は、Webサイト、広報誌、メールマガジンなどを活用し、食品の安全に関する情報などを積極的に提供。また、独立行政法人も活用しながら同様の情報の提供を行っている (<http://www.maff.go.jp/soshiki/syokuhin/heyah/HEYA.html>)。

「消費者の部屋」などにおいて消費者からの問い合わせに対応（ホームページの活用、相談窓口の設置等）しているほか、都道府県なども相談窓口を設置。また、子ども相談専用電話「子ども相談電話」を設け、子どもからの相談や質問に答えている。

農林水産省では、食品安全委員会及び厚生労働省とともに、多くの国民の方が参加できるように全国的に意見交換会を開催しており、これまでも、食品安全行政全体を扱うような大きなテーマから、BSE、農薬、輸入食品などを取り上げた個別のテーマまで幅広く意見交換を実施。

消費者が、購入した国産牛肉について、ホームページにアクセスし、当該牛肉に表示されている個体識別番号を入力することにより、その牛肉にかかる牛がどこで生まれ飼養されたか（原産地はどこか）、種別は何か（和牛かどうか）などの情報の提供を実施 (<https://www.id.nibc.go.jp/df03a001sear.php4>)。

8. 経済産業省

消費者保護施策や商品・サービスあるいは契約に関する情報を一般消費者に浸透させ、消費者の知識・意識の向上を図るため、悪質商法対策等の消費者啓発ビデオやパンフレットを作成・配布。

リサイクルや資源・エネルギーなどの地球環境問題等、消費者と関係が深い分野について、ポスター配布、表彰制度の活用及びホームページの活用等により普及啓発を実施 (http://www.meti.go.jp/policy/recycle/main/stake_01.html)。

消費生活用製品（家庭用電気製品等）が原因で人的被害の発生した事故、人的被害の発生する可能性の高い物的事故、人的被害の発生する可能性の高い製品の欠陥

の情報を収集、調査、分析、評価を行い、事故原因、事業者の再発防止策等を含め、定期的にその内容を公表している (<http://www.jiko.nite.go.jp/>)。

知的基盤・計量行政に関する情報提供として、計量法の概要について説明した資料(「計量のはなし」、「新計量法とS I化の進め方」)等をホームページ上に公表するとともに、パンフレットを作成 (http://www.meti.go.jp/policy/techno_infra/index.html)。

9 . 国土交通省

リコール届出に関する資料やガソリン乗用車等の燃料消費率のホームページ上での公表を実施 (http://www.mlit.go.jp/jidosha/recall/recall05/recall_.html)。

自動車の保守管理に関する意識の高揚や自主的な点検整備の励行を推進するため、「自動車点検整備推進運動」において、自動車点検フェスティバルの開催や、パンフレット、ポスターなどによる情報提供等を実施。

自動車ユーザーが安全な車選びをしやすい環境を整えるとともに、自動車メーカーのより安全な自動車の開発を促し、安全な自動車の普及を促進するために、自動車アセスメントとして、現在市販されている自動車の安全性能について試験に基づき評価を行い、ホームページや冊子等により、その結果を公表 (<http://www.mlit.go.jp/jidosha/carinf/ast/default.htm>)。

10 . 環境省

良好な環境を維持し、消費者の生活や健康を守るために、(財)日本環境協会において、環境省と連携を図りつつ助言の下に「エコマーク」事業を実施。

地球温暖化対策について、京都議定書による我が国の温室効果ガス6%の削減約束を達成するため、6つの具体的な温暖化防止の行動の実践を促して国民運動を推進するキャンペーンを実施。この「国民運動」の愛称を「チーム・マイナス6%」とし、ロゴマークを定めるとともに各種イベントを実施。

各種環境問題に関する理解と協力を得るため、各種パンフレットの作成・配布等を通じての普及啓発活動を実施。

(内閣府「ハンドブック消費者2005」及び各省ホームページより作成)