

東京都消費生活基本計画に対する都民意見の募集結果について

東京都は、令和4年8月31日に「東京都消費生活基本計画（素案）」を公表し、都民の皆様の御意見を募集しました。多くの御意見をお寄せいただき、誠にありがとうございました。

お寄せいただいた御意見と、御意見に対する都の考え方について、以下のとおり公表いたします。

1 意見の募集期間

令和4年8月31日（水曜日）から同年9月30日（金曜日）まで

2 意見の提出者及び意見数

意見提出者数：8

（内訳：個人3、消費者団体4、事業者団体1）

意見数：50件

※ 表中「御意見の内容」に記載のページ数については計画（素案）のものを示し、「御意見に対する都の考え方」に記載のページ数については計画のものを示しています。

東京都消費生活基本計画素案に対する都民意見

はじめに		
No.	意見の概要	御意見に対する都の考え
1	<p><u>2 計画改定にあたっての基本方針</u></p> <p>「今回の基本計画の改定に当たっては、これまでの取組実績に基づいて、今後の課題を整理した上で、審議会で審議が行われました。」とありますが、どのような検証が行なわれ、その結果今回の計画策定に至ったか、という過程が分かりません。その概要だけでも、どこか適切なところを示していただけたら、今回の基本計画（素案）への理解が深まると思います。</p>	<p>・現行計画が着手された平成30（2018）年度から4年間の取組実績に基づいて、課題を整理し、それらの課題の解決に向けた今後の取組の方向性について示しております。いただいたご意見を踏まえ、P2「はじめに 2 計画改定にあたっての基本方針」に、＜基本計画改定の審議経過＞を追記しました。</p>
2	<p><u>全般及び 2 計画改定にあたっての基本方針</u></p> <p>「東京都消費生活基本計画（素案）」の策定にあたり、今後の新たな消費生活に求められる施策・事業を進めるために、基本的な考え方として「サステナブルなライフスタイルの推進」と「デジタル社会の急速な進展に伴う新たな課題への対応」の2点を掲げられたことに賛同する。本件基本計画に関連した事業を進めるにあたり民間企業の担う役割は大変重要なものと考えている。消費者と企業の共生をめざす当団体としても、会員企業と連携し、本基本計画の具体的な施策の推進にあたり、会員企業の知見等を活かし適切に対応していきたい。</p>	<p>・P79「第4章 1 推進体制 （4）事業者、事業者団体等との連携・協働」に、民間企業を含む事業者との連携による施策の推進について記載しております。</p> <p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討・推進するに当たって参考としていきます。</p>

第2章 計画の視点と政策の柱

No.	意見の概要	御意見に対する都の考え
1	<p><u>1 計画全体を貫く視点</u></p> <p>新型コロナウイルス感染症は、国民の社会・経済生活全体に大きな影響を及ぼしています。また昨今の物価高により、くらしの安全・安心も脅かされる事態となっています。このような情勢のなかで、都民の安全・安心な消費生活の実現をめざす基本計画の推進は、これまで以上に重要であると考えております。当会としても、「サステナブルなライフスタイルの推進」と、「デジタル社会の急速な発展に伴う新たな課題への対応」という2つのポイントを柱とする本基本計画（素案）の基本的な考え方について賛同し、東京都のすすめる施策の推進に引き続き協力して参ります。</p>	<p>・P31「第2章 計画の視点と政策の柱」では、消費者を取り巻く環境の変化、特に、新型コロナウイルス感染症の感染拡大による変化を踏まえ、計画を推進していくに当たり特に留意すべき事項について、計画全体を貫く3つの視点を記載しており、ご意見の趣旨は計画に含まれています。</p> <p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討・推進するに当たって参考としていきます。</p>

第4章 各政策において重点的に取り組む課題と今後の方向性

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止

1 被害防止のための注意喚起・情報発信

No.	意見の概要	御意見に対する都の考え
1-1	<p>(1) これまでの主な取組と課題 (2) 今後の取組の方向性</p> <p>○デジタル社会に対応した「伝わる」情報発信</p> <p>デジタル社会に対応した「伝わる」情報発信に期待いたします。</p> <p>この9月から実施された若者を対象とした闇バイトのターゲティング広告による警告と特設サイトによる啓発の試みは、伝わる情報発信の例だと思えます。今後、効果の検証をふまえ、闇バイト以外の事案や他の年代を対象にするなど効果が期待される試みです。デジタル技術を積極的に活用し被害の拡大防止に取り組んでください。この取組が東京以外の地域でも実施されれば悪質事業者の減少にも寄与すると考えます。</p>	
1-2	<p>(1) これまでの主な取組と課題 (2) 今後の取組の方向性</p> <p>○デジタル社会に対応した「伝わる」情報発信</p> <p>今回計画では紹介されていませんが、「悪質事業者通報サイト」の周知も着実に進んでいるように感じます。令和3年度サイトへの通報件数と特徴では令和3年度通報件数()内は令和2年度 悪質事業者868件(824件) 誇大広告209件(170件) 架空請求770件(596件) となっています。また、通報から事業者の指導・処分につながった件数も報告されています。</p> <p>多くの人々が通報可能となるよう、更なる周知活動と通報サイト内のQ&Aや関連情報の充実を望みます。</p>	<p>・P36「第1章 政策1 1 被害防止のための注意喚起・情報発信 (2) 今後の取組の方向性」に情報発信の今後の取組の方向性について包括的に記載しており、ご意見の趣旨は計画に含まれています。</p> <p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討・推進するに当たって参考としていきます。</p>
1-3	<p>(1) これまでの主な取組と課題 (2) 今後の取組の方向性</p> <p>○デジタル社会に対応した「伝わる」情報発信</p> <p>以前からある施策とターゲティング広告のような新しい施策を相互に活用する、例えば、ターゲティング広告をクリックした人が悪質事業者通報サイトに通報することが出来たり、繋がることできれば、より効果的になり被害の未然防止と拡大防止が図られると考えます。</p>	
2	<p>若者の消費者被害に関する調査(29ページ)では、「相談しない」が23.6%、その理由として「相談しても仕方がないと思う」が28%を占めています。一方で、入手しやすいと思うメディア(30ページ)として、実際に問題が発生した場合には、そのほとんどがインターネットによって情報を入手するとなっています。その際に、東京くらしWEBや各区市町村の消費生活センターにつながり、情報の入手や相談ができることを認識しているかが重要と考えます。</p> <p>困った時に役立つ機能として消費生活センターがあることの認識を広げていくための施策の一つとして、具体的施策で示しているSNS等の電子媒体の活用については、ターゲットとなる若者世代に関係する情報に絞りこむ等、発信する情報のすみわけも検討するべきと考えます。</p>	<p>・P36「第1章 政策1 1 被害防止のための注意喚起・情報発信 (2) 今後の取組の方向性」及びP36「同 (3) 具体的施策(1-1-1) ホームページ「東京くらしWEB」等による消費生活情報の総合的な提供」に、SNS利用層の増加を踏まえたデジタル社会に対応した「伝わる」情報発信や読みやすく消費者の興味・関心を引き寄せる情報発信、消費者の興味・関心の深掘りを促し、関心のあるテーマを適切に探ってもらえるよう、コンテンツの充実を図る旨記載しており、ご意見の趣旨は計画に含まれています。</p> <p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討・推進するに当たって参考としていきます。</p>
3	<p>(2) 今後の取組の方向性</p> <p>○デジタル社会に対応した「伝わる」情報発信</p> <p>「東京くらしWEB」の「注意喚起情報」をメルマガで発信することも消費者被害の未然防止と拡大防止につながると考えます。「広報 東京都」などでメルマガ登録を呼びかけ、登録した都民にメルマガによる情報が随時届くシステムを作ってください。</p> <p>デジタル化の進展によるモバイルからのアクセス増加やSNS利用者の増加を踏まえ「東京くらしWEB」やTwitterなどについて、読みやすく消費者の興味・関心を引き寄せる情報発信を行っていくことは重要であると考えます。しかしながら、平成31(2019)年の東京都生活文化局「情報発信ツールに関する調査」では83.8%が「東京くらしWEB」を見たことがないと回答しています。日常生活でホームページにアクセスする時間が取れない人のスマートフォンにメルマガが届けば「伝わる」情報発信になると考えます。</p>	<p>・P36「第1章 政策1 1 被害防止のための注意喚起・情報発信 (3) 具体的施策 (1-1-1) ホームページ「東京くらしWEB」等による消費生活情報の総合的な提供」に、「東京くらしWEB」に掲載した情報は、SNS等の活用などにより効果的に発信する旨記載しており、ご意見の趣旨は計画に含まれています。</p> <p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討・推進するに当たって参考としていきます。</p>

4	<p>(3) 具体的政策 (1-1-2)</p> <p>特定の宗教団体による、いわゆる霊感商法を消費者被害として情報提供してください。 最新の被害事例や注意点などを情報提供することが安全・安心な都民の暮らしにつながります。</p>	<p>・ P36「第1章 政策 1 被害防止のための注意喚起・情報発信 (2) 今後の取組の方向性に霊感商法等に関する記述を追記しました。</p> <p>・ 特定の宗教団体への対応については、国の法整備等の状況を踏まえ、対応を検討します。</p>
---	---	---

2 高齢者の見守りによる消費者被害の防止と早期発見 について

No.	意見の概要	御意見に対する都の考え
1	<p>振込み詐欺が、注意喚起や見守り等の対策をやってきましたが、残念ながら増加しています。</p> <p>日本人の特に高齢者の優しすぎる良い面が、残念ながら減らないのが原因です。</p> <p>効果を最大限に上げるには、本人等の意識を高める対策では、限界にきています。</p> <p>物理的に高齢者の振込みに規制をかける必要があります。</p> <p>但し、一律に規制をかけるのではなく、不自然な口座にまとを絞る必要があります。自分や家族名義の証券会社や金融機関等を除外します。</p> <p>また、金額も考慮に入れた方が良いでしょう。</p> <p>規制をかけるには、色々難しい問題があるとは思いますが、ダメと決めつけないでどうすれば規制出来るかを知恵を絞って考えて下さい。</p> <p>私も、陰ながら対策に協力したいです。</p>	<p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討・推進するに当たって参考としていきます。</p>
2-1	<p>高齢者の消費者被害を未然に防ぐためには、家族だけでなく、地域住民や介護サービス事業者等による日常的な見守りと気付きを積み重ねていくことが大切であり、各 地域での 消費生活部門と福祉部門との連携はとても重要です。区市町村での消費者安全確保地域協議会の設置推進と合わせて、喫緊の取り組みとして、既存の見守りネットワークとの連携も積極的にすすめる必要があります。</p>	<p>・P38「第3章 政策1 2高齢者の見守りによる消費者被害の防止と早期発見（2）今後の取組の方向性」及びP39「同（3）具体的施策（1-2-1）高齢者の消費者被害防止のための見守りネットワークの充実」に、地域における消費生活部門と福祉部門との連携強化及び宅配事業者等の事業者と連携した効果的な啓発の実施を記載しており、ご意見の趣旨は計画に含まれています。</p> <p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討・推進するに当たって参考としていきます。</p>
2-2	<p>高齢者等の消費者被害を防止するための見守り人材の育成については、見守りネットワークの活性化とあわせて、協定締結の有無にかかわらず、高齢者が日常生活で利用する店舗等（コンビニエンスストア、薬局等）や宅配事業者に対しても、積極的な情報発信をすすめてください。</p> <p>当会会員生協のうち地域購買生協は、島しょ部を除く全ての区市町村で見守り協定を締結しております。当会といたしましても、引き続き情報共有などの連携をすすめて参ります。</p>	
3	<p><u>（2）今後の取組の方向性</u></p> <p>○消費者安全確保地域協議会設置に向けた働きかけ</p> <p>消費者安全確保地域協議会設置を予定している区市町村に対して計画を前倒して政策を進めてください。</p> <p>当会と東京都生協連食と消費者行政連絡会、多摩地域では多摩コンシューマーズが共同で行っている東京の53区市町村消費者行政アンケート調査では、今年度、7自治体が消費者安全確保地域協議会設置を予定しているとの回答がありました。予定している自治体の後押しとなるよう設置しやすい環境整備を前倒して取組んでください。</p>	<p>・P44「第3章 政策1 2高齢者の見守りによる消費者被害の防止と早期発見（2）今後の取組の方向性」及びP45「同（3）具体的施策（1-2-1）高齢者の消費者被害防止のための見守りネットワークの充実」に、区市町村が協議会を設置しやすい環境整備に取り組む旨を記載しており、ご意見の趣旨は計画に含まれています。</p> <p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討・推進するに当たって参考としていきます。都においては、取組の方向性を踏まえつつ、必要な施策について取組を進めています。</p>

政策2 不適正な取引行為等の排除と健全な市場の形成

1 不適正な取引行為等の排除

No.	意見の概要	御意見に対する都の考え
1	<p><u>不適正な取引行為等の排除の取組</u> 私は不適正な取引行為をされたことがあり、被害者として事業者にメールの問い合わせをしたが、返答がなかった。非常に悪かった。 事業者との問い合わせをフォームに開設にしたり電話の対応を行うべきでたり、都民の皆さまだけでなく全国的に被害に遭った方々が多い。ほとんどが、都内の事業者の所在地で不適正な取引行為をされたことが問題なので都消費生活相談センターを注意喚起としてSNSだけではなくWEBページでも通知してほしい。</p>	<p>・P36「第3章 政策1 1 被害防止のための注意喚起・情報発信（3）具体的施策（1-1-1）ホームページ「東京くらしWEB」等による消費生活情報の総合的な提供」に、くらしに関わる情報サイト「東京くらしWEB」で、消費者被害情報・危害危険情報等による注意喚起やアドバイスなど消費生活関連情報の効果的発信について、包括的に記載されており、ご意見の趣旨は計画に含まれています。</p>
2	<p><u>フリマアプリ（フリママーケットの取引行為）情報発信</u> フリマアプリでも不適正な取引行為をされたり繰り返ししたり被害が相次ぎました。 詐欺を目的があればありますし偽物であればあります。 都民の皆さまが注意喚起はもちろんです、被害事例を都消費生活相談センターがWEBページ、SNSに情報発信しながら被害防止につながる。都だけではなく国民生活センターとの連携を行ってほしい。</p>	
3-1	<p><u>（2）今後の取組の方向性</u> <u>○専門的な人材の活用や継続的な監視体制の構築によるデジタル広告への対応力強化</u> 令和5（2023）年からの5年間、デジタル社会は予想以上の進展があると思います。従って、東京都においてもデジタル技術や広告業界の動向などに高い専門性を備えた人材の活用を図ることを確実に進めてください。</p>	<p>・P41「第3章 政策2 1 不適正な取引行為等の排除（2）今後の取組の方向性」及びP43「同（3）具体的施策（2-1-2）不当表示に対する監視等の徹底」に、専門性を備えた人材の活用を記載しており、ご意見の趣旨は計画に含まれています。 ・いただいたご意見は、都が今後施策を検討・推進するに当たって参考としていきます。</p>
3-2	<p><u>（2）今後の取組の方向性</u> <u>○専門的な人材の活用や継続的な監視体制の構築によるデジタル広告への対応力強化</u> オンラインショップに見られるタイムセール等で利用者の正常な判断を妨げることを目的とした「ダークパターン」に関する研究を進め、取り締まりにつなげてください。</p>	<p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討・推進するに当たって参考としていきます。</p>
3-3	<p><u>（2）今後の取組の方向性</u> <u>○専門的な人材の活用や継続的な監視体制の構築によるデジタル広告への対応力強化</u> また、消費者に対してもオンライン広告に対するリテラシー教育、啓発も進めてください。</p>	<p>・P64「第3章 政策4 2 急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進（2）今後の取組の方向性」に、社会の高度情報化により生じる新たな消費者トラブルを取り上げるなどの消費者教育の創意工夫を記載しており、ご意見の趣旨は計画に含まれています。 ・いただいたご意見は、都が今後施策を検討・推進するに当たって参考としていきます。</p>

政策3 消費生活の安全・安心の確保

1 商品・サービスの安全の確保

No.	意見の概要	御意見に対する都の考え
1	<p>(2) 今後の取組の方向性 (3 具体的施策)</p> <p>(3-1-1) 商品安全のための交流型デジタルプラットフォームの運用支援等</p> <p>「プラットフォームでは、例として子供の事故に関する事例や対策、危害・危険情報の収集・発信、安全に配慮された商品の紹介、安全意識の向上につながるような学習コンテンツなどを掲載する」とあります。子育て世代はフリマアプリなどネット上で、中古品や手作り品の売り買いが気軽に行われている世代でもあります。プラットホーム内のコンテンツ情報に、出品する際の注意点、例えばリコール品の確認や、子どもの衣服の危険性など商品を提供する側の啓発情報も加えて頂けると子どもの悲惨な事故が防げると考えます。</p>	<p>・P48「第3章 政策3 1商品・サービスの安全の確保 (2) 今後の取組の方向性」に子育て世代への注意喚起・情報発信の今後の取組の方向性について包括的に記載しており、ご意見の趣旨は計画に含まれています。</p> <p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討・推進するに当たって参考としていきます。</p>
2-1	<p>(2) 今後の取組の方向性</p> <p>「子育て世代への注意喚起・情報発信を効果的に行う」とあります。特に親となって日の浅い子育て世代の中には、地域との結びつきが少ない方も多く、情報が届きにくい傾向があります。また、かつてと比較して、子育て世代の年齢層や属性も多様化しています。インターネットの様々な手法を活用するなど、子育て世代の特性を踏まえた情報発信の工夫はもとより、多様な場をとらえた情報発信をしていくことが必要と考えます。</p>	<p>・P48「第3章 政策3 1商品・サービスの安全の確保 (2) 今後の取組の方向性」に子育て世代への注意喚起・情報発信の今後の取組の方向性について、また、P79「第4章 1推進体制」に庁内関係局や事業者との連携について、包括的に記載しており、ご意見の趣旨は計画に含まれています。</p> <p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討・推進するに当たって参考としていきます。</p>
2-2	<p>(2) 今後の取組の方向性</p> <p>連携に関しては、90ページに全体に対する事項として「(2) 庁内連携」について記載がありますが、特に乳幼児期における注意喚起・情報発信については、保健所、地域の医療機関。乳幼児に関係する事業者等との連携も大切であると考えます。高齢者の見守りに関しては、43ページ記載の「2 高齢者の見守りによる消費者被害の防止と早期発見 (2) 今後の取組の方向性」において、「地域における消費者部門と福祉部門との連携強化」が記載されていますが、これと同様の視点が不可欠です。商品・サービスによる乳幼児の痛ましい事故を防ぐため、庁内外の連携による情報発信の強化を求めます。</p>	<p>・P48「第3章 政策3 1商品・サービスの安全の確保 (2) 今後の取組の方向性」に子育て世代への注意喚起・情報発信の今後の取組の方向性について、また、P79「第4章 1推進体制」に庁内関係局や事業者との連携について、包括的に記載しており、ご意見の趣旨は計画に含まれています。</p> <p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討・推進するに当たって参考としていきます。</p>

2 安心して商品・サービスを選択できる取組の推進

No.	意見の概要	御意見に対する都の考え
1-1	<p>(3) 具体的施策 (3-2-2)</p> <p>具体的施策として「食品の表示」に関する国の一連の法令に加え、東京都の「消費生活条例」が並んでいます。「消費生活条例」に規定されている表示に関連する具体的項目を明記した方が消費者と事業者の双方に分かりやすいと思います。食品や家庭用品の品質表示や単位価格表示(ユニットプライス)等に関する規定があることを東京都消費生活基本計画に具体的施策として明記することが事業者のコンプライアンス向上につながると考えます。</p>	<p>・いただいたご意見を踏まえ、P50「第3章 政策3 2安心して商品・サービスを選択できる取組の推進 (3) 具体的施策(3-2-3)」に、<単位価格表示>に関する記述を追記しました。</p> <p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討・推進するに当たって参考としていきます。</p>
1-2	<p>(3) 具体的施策 (3-2-2)</p> <p>東京都消費生活条例第18条に義務付けられている単位価格表示(ユニットプライス)については、東京都が毎年、店舗における調査と調査結果に基づく指導を行っていることは他県では見られない施策と聞いています。単位価格表示(ユニットプライス)は、消費者にとって商品選択に多いに資するものです。「食品の表示」に関して国の法律改正による施行開始が続く中、事業者に対して食品の適正表示推進のための講習を実施する際、東京都消費生活条例に基づく表示義務についても再確認してください。</p>	<p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討・推進するに当たって参考としていきます。</p>

3 災害時における消費生活の安心の確保

No.	意見の概要	御意見に対する都の考え
1	<p>(2) 今後の取組の方向性</p> <p>今後の取組の方向性については、災害時における生活物資の供給確保が掲げられており、具体的施策には備蓄物資や支援物資を避難所へ迅速に届ける輸送体制の強化とあるが、昨今の災害時の実態や電力事情を鑑みると、物資の確保だけでなく、避難所での生活環境や食事環境を整えるためには電力の確保が欠かせない。</p> <p>また、一方で東京都は施策4-3-13にもある通りZEVの普及に注力している中、ZEVはその環境性能だけに留まらず、災害時には移動電源として活用することが可能である。</p> <p>よって、災害時にはZEVを活用した避難所での電源確保といった視点も織り込むことで、災害時における消費者の安心の確保に繋げるとともに、防災都市としてのレジリエンス向上を望みたい。</p>	<p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討・推進するに当たって参考としていきます。</p>
2	<p>(2) 今後の取組の方向性</p> <p>当会は平成8年に東京都との間で「災害時における応急物資供給等に関する基本協定」を締結し、東京都の要請に基づき、会員生協等の協力を得て、必要な物資供給を行うこととしております。</p> <p>また、令和4年5月に発表された「東京都の新たな被害想定」では、住み慣れた自宅等での避難生活、いわゆる在宅避難におけるシミュレーションが発表されました。避難所ではすべての都民への対応が難しい現実をふまえて、日ごろからの備えの大切さを発信するとともに、在宅避難となる都民を支える店舗や宅配事業者との連携のあり方についても、ぜひ検討をすすめてください。</p>	<p>・P50「第3章 政策3 3 災害時における消費生活の安心の確保 (2) 今後の取組の方向性」及びP51「同 (3) 具体的施策 (3-3-1) 震災時等における応急生活物資等の流通確保」に災害時における生活物資の供給確保の今後の取組の方向性について包括的に記載しており、ご意見の趣旨は計画に含まれています。</p>
3	<p>(3) 具体的施策 (3-3-1)</p> <p>災害時等における応急生活物資等の流通確保に関して、福祉保健局が備蓄しているアレルギーに配慮した食料も円滑に流通できるようマニュアルの見直し、確認をお願いします。</p> <p>福祉保健局では、災害時におけるアレルギー疾患を持つ方の避難生活を支援するために、アレルギー用調製粉乳の備蓄委託をランニングストック方式で備蓄しています。余儀なく避難生活をするようになったアレルギー疾患がある人たちも安全・安心に過ごせるように生活文化スポーツ局において円滑な対応ができるように検討してください。</p>	<p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討・推進するに当たって参考としていきます。</p>

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及

1 成年年齢引下げに対応した消費者教育の強化

No.	意見の概要	御意見に対する都の考え
1	<p>(2) 今後の取組の方向性</p> <p>特に重要な分野として、1. 成年年齢引下げの対応した消費者教育、2. 急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育、3. 持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進が挙げられています。いずれも喫緊な課題であり、特に1については本年4月に成年年齢が引き下げられたこともあり、国も消費者庁を中心に各省庁が横断的に様々なキャンペーンを実施していますが、若者層への認知は期待ほど広まっていないようです。本基本計画の中からも、「特殊販売の形態別契約当事者相談件数」では20歳代がマルチ（まがい）商法で全体の51.2%（P18）と最も多く、消費者問題への関心については年代別で、18・19歳、20歳代が最も低くなっています（P29）。以上からも今後若者の消費者被害が増えることが予想されます。本基本計画では、学校教育コーディネーターの設置やライフステージにおける消費者教育の取り組みを示していますが、高校生や若者に対しては、東京くらしweb、Twitter、Facebookなどの普及を学校授業の中で図るなど、若者向けに有効な消費者教育を実施しその都度効果的な方法を検証してほしいと思います。</p>	<p>・P55「第3章 政策4 1 成年年齢引下げに対応した消費者教育の強化（2）今後の取組の方向性」に、教育現場の実情・ニーズを把握し、活用しやすい教材の作成や行動変容につながる講座の企画などの教育プログラム充実について、記載しており、ご意見の趣旨は計画に含まれています。</p> <p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討・推進するに当たって参考としていきます。</p>
2-1	<p>(2) 今後の取組の方向性</p> <p>○幅広い主体に対する消費者教育の実施</p> <p>「消費者教育を受ける機会のない若者」とは、教育機関等に在籍しない若者を指すのだと思われそうですが、漠然としています。対象者が明確でない、消費者団体やNPOなどとの連携について具体的にイメージすることができないので、記述の検討をお願いします。</p>	<p>・いただいたご意見を踏まえ、P56「政策4 1 成年年齢引下げに対応した消費者教育の強化（2）今後の取組の方向性」に、＜消費者教育を受ける機会のない若者の具体例＞に関する記述を追記しました。</p>
2-2	<p>(2) 今後の取組の方向性</p> <p>○幅広い主体に対する消費者教育の実施</p> <p>また、「消費者団体、NPOなど」と、「など」という文言で表記されていますが、「消費者教育推進法」、「消費者教育の推進に関する基本的な方針」において、事業者、事業者団体の努力、「職域」における消費者教育についても記述されています。例えば「消費者団体、NPO、事業者及び事業者団体等とも連携しながら」のように、職域に関する記述を入れてください。職域における消費者教育には課題が多いことは承知していますが、特に東京都内には、毎年多くの新社会人が誕生していることを踏まえた推進を期待します。</p>	<p>・P64「第3章 政策4 2 急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進（3）具体的施策（4-2-2）事業者等による消費者教育の促進に、事業者等による従業員向けの消費者教育への支援について記載しており、ご意見の趣旨は計画に含まれています。</p> <p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討・推進するに当たって参考としていきます。</p>
3	<p>(2) 今後の取組の方向性</p> <p>○教育現場に対する啓発活動の強化</p> <p>課題として、「学校教育と連携した若者向けの消費のみならず、全ての若者に幅広く消費者教育を届けることにより、若年層への消費者教育について底上げを図る必要」がある旨指摘されているが、企業独自の小・中・高等学校等の教育機関向けの出前講座に取り組んでいる事例も見られる。</p> <p>「（2）今後の取組の方向性」として「○教育現場に対する啓発活動の強化」の中で、「消費者団体や弁護士など教育に関わる関係機関を紹介するなど、実践的な消費者教育」を推進する旨方向性が示されているが、今後、教育機関と企業との連携を進め、これまで以上に企業の知見を活かした消費者教育を幅広く展開する施策の充実をお願いしたい。</p>	<p>・P65「第3章 政策4 2 急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進（3）具体的施策（4-2-3）事業者団体等の取組に関する情報提供、（4-2-4）事業者団体等との連携による消費生活講座」に、情報提供による事業者団体等の取組の活用促進や事業者団体との連携による消費生活講座の実施について記載しており、ご意見の趣旨は計画に含まれています。</p> <p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討・推進するに当たって参考としていきます。</p>
4	<p>(2) 今後の取組の方向性</p> <p>○教育現場に対する啓発活動の強化</p> <p>「消費者教育コーディネーターの活動範囲の拡大を図っていきます」とあるが、消費者教育コーディネーターの役割と業務範囲はかなり大きいため、コーディネーターに過度の負荷がかからないよう、コーディネート機能が十分に発揮できるよう、コーディネーターに対する支援・情報提供・環境整備を計画的に進めていただくよう期待する。</p>	<p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討・推進するに当たって参考としていきます。</p>

5	<p>(2) 今後の取組の方向性</p> <p>○教育プログラムの充実による学校現場へ支援強化</p> <p>「(2) 今後の取組の方向性」として「○教育プログラムの充実による学校現場へ支援強化」の必要がある旨指摘されているが、企業独自の保護者向けプログラムとともに、教員向けの出前講座の実施及び関連教材の無償提供・利用に取り組んでいる事例も見られる。</p> <p>今後、教育機関と企業との連携を進め、企業の知見を活かした消費者教育を幅広く教員にも向けて展開する施策のさらなる充実をお願いしたい。</p>	<p>・P65「第3章 政策4 2急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進(3) 具体的施策(4-2-3) 事業者団体等の取組に関する情報提供」及びP79「第4章 1 推進体制 (4) 事業者、事業者団体等との連携・協働」に、消費者教育に携わる教育への支援及び事業者、事業者団体等との連携・協働について、包括的に記載しており、ご意見の趣旨は計画に含まれています。</p> <p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討・推進するに当たって参考としていきます。</p>
6-1	<p>成年年齢の引下げの対応に関しては、若者の消費者被害の拡大が懸念されるなかで、重要な課題として、重点的な施策が必要と考えます。</p> <p>今回示された諸施策の推進にあたっては、教育現場の声に積極的に耳を傾け、現場の実態を把握したうえで、柔軟に改善等を図ってください。</p> <p>具体的には、若者の消費者被害防止のキャンペーン等による積極的な発信とともに、各教育現場でオンライン化が進んでいる状況を鑑み、スマートフォンやパソコンを活用した教育ツールの充実、地域の消費者教育の担い手にふさわしい知見のある外部講師の活用等、教員に大きな負担をかけることなく、教育現場でわかりやすい消費者教育を推進できる方法をさらに検討してください。</p>	<p>・P55「第3章 政策4 1成年年齢引下げに対応した消費者教育の強化(2) 今後の取組の方向性」及びP57「同(3) 具体的施策(4-1-4)消費者教育に携わる教員への支援」に、教育プログラムの充実による学校現場への支援強化及び消費者教育に携わる教員への支援の今後の取組について、包括的に記載しており、ご意見の趣旨は計画に含まれています。</p> <p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討・推進するに当たって参考としていきます。</p>
6-2	<p>高校生・大学生向けの消費者教育のしくみや、様々な施策については、東京都教育委員会と連携しながら、まずは都立高校及び都立大学等での推進により実績を重ね、若者の消費者被害拡大防止に最大限努めてください。</p>	<p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討・推進するに当たって参考としていきます。</p>
7-1	<p>(2) 今後の取組の方向性</p> <p>○教育プログラムの充実による学校現場への支援強化</p> <p>成年年齢引下げを踏まえ社会生活上の経験が乏しい若者が、主体的に選択・行動できる消費者になれるように実践的な教育プログラムを充実させることに期待します。</p>	<p>・P55「第3章 政策4 1成年年齢引下げに対応した消費者教育の強化(2) 今後の取組の方向性」に、教育現場の実情・ニーズを把握し、活用しやすい教材の作成や行動変容につながる講座の企画などの教育プログラム充実について、記載しており、ご意見の趣旨は計画に含まれています。</p> <p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討・推進するに当たって参考としていきます。</p>
7-2	<p>(2) 今後の取組の方向性</p> <p>○教育プログラムの充実による学校現場への支援強化</p> <p>義務教育においても成長段階に応じた消費者教育を進めてください。</p>	<p>・P56「第3章 政策4 1成年年齢引下げに対応した消費者教育の強化(3) 具体的施策(4-1-3)「小・中学校における消費者教育の推進」、P57(4-1-5)「生徒・学生等に対する消費者教育」に、都・区市町村教育委員会との連携や出前講座等の活用による小中学校における消費者教育推進について、記載しており、ご意見の趣旨は計画に含まれています。</p> <p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討・推進するに当たって参考としていきます。</p>

2 急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進		
No.	意見の概要	御意見に対する都の考え
1	<p>(2) 今後の取組の方向性</p> <p>○デジタル技術を活用したサービスの提供の推進</p> <p>「(2) 今後の取組の方向性」として「○デジタル技術を活用したサービスの提供の推進」の必要がある旨指摘されているが、企業独自の小・中・高等学校等の教育機関向け及び保護者・教員向けのオンライン講座、並びにそれぞれのオンライン用の教材提供に取り組んでいる事例も見られる。</p> <p>今後、教育機関と企業との連携を進め、これまで以上に企業の知見を活かした、ネット等を活用したデジタル教材の活用による消費者教育を広く展開し、デジタルコンテンツを充実させたオンライン教育を充実させていくことも必要ではないかと考える。</p>	<p>・P65「第3章 政策4 2 急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進 (3) 具体的施策に(4-2-3)事業者団体等の取組に関する情報提供」、(4-2-4)「事業者団体等との連携による消費生活講座」に事業者団体等との連携の今後の取組の方向性について、包括的に記載しており、ご意見の趣旨は計画に含まれています。</p> <p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討・推進するに当たって参考としていきます。</p>
2	<p>(3) 具体的施策 事業者等における従業員向けの消費者教育の促進</p> <p>具体的施策に示されている事業者等における従業員向けの消費者教育について、積極的に展開していくことを要望します。新入職員などその多くが新社会人となる20歳代をターゲットに、従業員教育の一環として組み込むことは、企業活動でも有益になるとともに本人の社会人基礎力の向上にもつながり、消費者教育の担い手育成にもつながるものと考えます。出前講座にこだわらず、地域における消費者教育の担い手の育成の項目の具体的施策にも示されている、オンラインツール等を活用した取り組みについても具体化をすすめてください。</p>	<p>・P64「第3章 政策4 2 急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進 (3) 具体的施策(4-2-2)「事業者等による消費者教育の促進」に従業員向けの消費者教育について、また、P65(4-2-7)地域における消費者教育の担い手の育成」に、地域における消費者教育の担い手の育成におけるオンラインツール等を活用した取組について記載しており、ご意見の趣旨は計画に含まれています。</p> <p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討・推進するに当たって参考としていきます。</p>
3	<p>(3) 具体的施策 区市町村に対する消費者教育推進に向けた支援</p> <p>消費者教育推進において、生活に身近な区市町村の消費者行政への多角的な支援は、とても重要であると認識しています。</p> <p>自治体による対応やそれぞれの到達点の違いを認識したうえで、消費者教育促進に必要な課題や問題を丁寧に把握し、それぞれの具体的施策が区市町村での取り組みにもつながるよう、充分な支援体制の構築をすすめてください。</p>	<p>・P65「第3章 政策4 2 急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進 (3) 具体的施策(4-2-5)区市町村に対する消費者教育推進に向けた支援」に、区市町村に対する消費者教育推進に向けた支援において、消費者教育コーディネーターが地域の実情に応じて教材や講座等のコンテンツを提案すると記載しており、ご意見の趣旨は計画に含まれています。</p> <p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討・推進するに当たって参考としていきます。</p>
4	<p>(2) 今後の取組の方向性</p> <p>○教育プログラムの充実による学校現場への支援強化</p> <p>デジタル化の進展、社会情勢の変化を踏まえると、今後、オンラインツール等を活用した講座も新しいスタイルとして定着すると思います。一方、デジタルデバイドに対する対策として、ハイブリッド形式の講座を区市町村の消費生活センターの会議室で同時視聴できるという環境も必要であると考えます。消費者教育の拠点である東京の全ての消費生活センターにおいてWi-Fi等の通信環境を完備することを基本計画に盛り込んでください。</p>	<p>・P63「第3章 政策4 2 急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進 (2) 今後の取組の方向性」にオンラインツール等を活用した講座の運営方法や教材等の提供について記載しており、ご意見の趣旨は計画に含まれています。</p> <p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討・推進するに当たって参考としていきます。</p>

3 持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進

No.	意見の概要	御意見に対する都の考え
1	<p>(2) 今後の取組の方向性</p> <p>SDGsの目標12「つくる責任、つかう責任」を踏まえた「持続可能な生産・消費形態の確保」に向けた取組の推進に賛成します。「エシカルな商品」の入手の推進もさることながら、足下の身近な取組として、「食品ロス」削減に向けた行動についても付記してください。大消費地の東京都民の行動が持つ影響力は大きいと考えます。</p>	<p>・P68「第3章 政策4 2 持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進(3) 具体的施策 (4-3-2) 廃プラスチック・食品ロスに係る資源ロス削減の推進」に廃プラスチック・食品ロスに係る資源ロス削減の推進の今後の取組方向性について、包括的に記載しており、ご意見の趣旨は計画に含まれています。</p> <p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討・推進するに当たって参考としていきます。</p>
2	<p>(2) 今後の取組の方向性</p> <p>○ エシカル消費推進のための民間企業等と構築するネットワークによる都民の行動変容につながるプロジェクトの展開</p> <p>エシカル消費の普及のためには、企業から消費者に正確な情報を提供するとともに、消費者も自ら情報収集し行動につなげる必要がある。その意味で、行政と企業が協力して情報発信することは、大変意義があることであり、ぜひ進めていただきたい。あわせて、イベント型のよう単発のものではなく、継続的な情報発信の仕組みにしていきたい。</p>	<p>・P68「第3章 政策4 2 持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進(2) 今後の取組の方向性」にエシカル消費をより多くの人実践していくために、エシカル消費の理念を更に広く都民に普及させるとともに、行動変容を促す一歩進んだ取組を進めていくと記載しており、ご意見の趣旨は計画に含まれています。</p> <p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討・推進するに当たって参考としていきます。</p>

政策5 消費者被害の救済

1 消費生活トラブルの解決に向けた相談対応

No.	意見の概要	御意見に対する都の考え
1	<p>(2) 今後の取組の方向性</p> <p>「現場の実態を踏まえた消費生活相談のデジタル化の早期実現に向け、」とあるように、「現場の実態を踏まえる」ことが不可欠だと考えます。消費生活相談のデジタル化のメリットは複数ありますが、一方で、変革期、過渡期においては、新たな仕組みのメリットを享受できない層も発生します。全国的にみれば高齢化率は低いですが、人口が多いため高齢者人口は多い東京都においては、「誰一人取り残さない」ことを前提として、デジタル化の推進に取り組むことが重要であると考えます。「現場の実態を踏まえた」の記述には、多くの事項が含まれていると思いますが、「誰一人取り残さない」きめ細かな仕組みの構築と対応のノウハウが重要であることを含む記述をしてください。</p>	<p>・P31「第2章 1 計画全体を貫く視点 視点2 デジタル社会及びグローバル社会への対応」にデジタル化やグローバル化の進展による社会経済環境の変化に、消費生活行政としての確に対応していくと記載しており、ご意見の趣旨は計画に含まれています。</p> <p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討・推進するに当たって参考としていきます。</p>
2-1	<p>高齢者の消費生活トラブルの対応となる、消費生活相談の実施及び注意情報の発信等高齢者被害用の相談窓口、ヘルパー等からの通報窓口「高齢消費者見守りホットライン」開設、悪質業者に狙われやすい年齢層や消費生活の影響の大きいテーマを対象とした特別相談等がさらに活用されるよう、介護事業者にとどまらず、店舗や宅配事業者、町会等を通じて地域住民にも周知されるよう告知をさらに広げてください。</p>	<p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討・推進するに当たって参考としていきます。</p>
2-2	<p>若者への対応強化については、チャットポット等の活用とあわせて、相談窓口の存在をいつでもどこでも見つけることができるような工夫を検討してください。例えば、二次元バーコードを掲載したポスターを、学校や職場の掲示板に常時掲示する働きかけや学校のホームページや企業の従業員向けのサイトへのバナーの掲載等、対象となる層が相談窓口アプローチしやすくなるような施策の具体化もおすすめしてください。</p>	<p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討・推進するに当たって参考としていきます。</p>

2 被害回復のための取組の推進

No.	意見の概要	御意見に対する都の考え
1	<p>(2) 今後の取組の方向性</p> <p>消費者被害救済委員会の審議過程と結果は、法整備の不備等、消費者被害の要因の分析・問題点の抽出にも有用な内容となっています。都民や消費生活相談窓口等に知らせるだけでなく、審議内容を踏まえて、国の関係機関へも、法制度整備の必要性等について働きかけをしてください。</p>	<p>・関係機関への働きかけについて、都では委員会での審議内容を踏まえ、消費者庁をはじめ関係省庁に報告及び要望を行っています。</p> <p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討・推進するに当たって参考としていきます。</p>
2	<p>昨年6月に特定商取引法・預託法の改正案が可決成立しました。この改正案の中で当会を含む多くの消費者団体や弁護士などから法定交付書面の電子化について反対する旨の意見がありながら、電子化を可能とする内容が盛り込まれました。当会は契約書面の電子化は、新たな消費者被害を増大させる危険性が極めて高く、改正法から除くよう求めてきました。</p> <p>基本計画(素案)の中でも、社会のデジタル化にともない高齢者のインターネット利用が増加していること、また新型コロナウイルスの影響によってネットショッピングやキャッシュレス決済サービスの増加が顕著になっていることが指摘されています。(第1章 消費生活をめぐる現状) 今後も消費生活や取引形態の多様化・複雑化、そして非対面での契約の機会が拡大することによって高齢者や若年層をはじめ幅広い世代で消費者被害が拡大していくことが懸念されています。</p> <p>昨年7月、消費者庁のもとに設置された検討会では、契約書面の電子化に際して消費者からの承諾の取り方などについて様々な観点から議論がすすめられ、現在、検討会としての報告書の取りまとめの段階に入っていると聞いています。こうした国の検討状況も見定めながら、契約書面の電子化の改正規定に不十分な点がある場合には、消費者保護の観点から東京都として独自の対応策を検討することも必要と考えます。</p>	<p>・国による省令等の検討・制定状況を見定めながら、法に違反する事業者の処分・指導を実施していきます。</p> <p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討・推進するに当たって参考としていきます。</p>
3	<p>(2) 今後の取組の方向性</p> <p><u>特定商取引法等の契約書面等の電子化</u></p> <p>昨年6月に特定商取引法・預託法の改正案が可決成立し、消費者庁のもとに設置された検討会では、契約書面の電子化に際して消費者からの承諾の取り方などについて様々な観点から議論がすすめられており、近く検討会としての報告書の取りまとめが公表される見込みです。総務省の「通信利用動向調査」によると社会のデジタル化にともない高齢者のインターネット利用が増加しており、インターネットを利用する機器はスマートフォンが約7割というデータがあります。訪問販売において契約書面の電子化により契約書が手元に残らず、消費者被害に気が付いたとしても救済が困難になります。契約書面の電子化によって高齢者や若年層をはじめ幅広い世代で消費者被害が拡大していくことが懸念されています。東京都として検討会の取りまとめを確認され、契約書面の電子化の改正規定に不十分な点がある場合には、消費者保護の観点から独自の対応策を検討することが必要であると考えます。</p>	<p>・国による省令等の検討・制定状況を見定めながら、法に違反する事業者の処分・指導を実施していきます。</p> <p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討・推進するに当たって参考としていきます。</p>

第4章 計画の着実な推進に向けて

1 推進体制

No.	意見の概要	御意見に対する都の考え
1-1	<p>(1) 国や他都道府県との連携・協力</p> <p>(2-1-1) 不適正な取引行為等の排除</p> <p>トイレ修理・水漏れ修理・鍵修理・害虫駆除など緊急対応を迫られる日常トラブルで、ネットサイトやポスティングチラシにより低額作業金額を見て、広告運営サイトに連絡をとり、やってきた業者から高額契約をさせられるケースが多い。広告運営サイトの本部は他県にあり、業者は都内の加盟店業者であることも多い。広告運営サイトプラットフォームがフォーマーとして「業界最安値〇〇円～」「見積り無料」など有利誤認表示を行っています。</p> <p>高齢者宅を来訪し、点検商法による住宅リフォーム工事を契約させる業者の中には広域で営業する業者もいます。</p> <p>広域で営業する不適正行為を行う事業者の取り締まりや不当表示の是正について、国や他県との連携強化を図り、迅速に対応してほしいと思います。</p>	<p>・P42「第3章 政策2 1 不適正な取引行為等の排除 (2) 今後の取組の方向性」及びP42「同 (3) 具体的施策 (2-1-1) 悪質事業者に対する取締りの徹底」に不適正な取引行為等の取締りの強化や広域的な事案における国や五都県等での連携の強化による指導・処分について記載しており、ご意見の趣旨は計画に含まれています。</p> <p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討・推進するに当たって参考としていきます。</p>
1-2	<p>(1) 国や他都道府県との連携・協力</p> <p>(2-1-1) 不適正な取引行為等の排除</p> <p>悪質な工事事業者に対して、東京都は取引指導を強化し、東京都生活条例に違反する行為を行なっている場合は、警察との連携も視野に対応を行なって欲しいです。</p>	<p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討・推進するに当たって参考としていきます。</p>

具体的施策一覧

No.	意見の概要	御意見に対する都の考え
1	<p>(3-2-18)住宅の耐震性の向上</p> <ul style="list-style-type: none"> ・総論として民間の賃貸住宅について、家具固定が困難である。 ・民間の賃貸住宅について、家具固定による傷は原状回復の対象外としていただきたい。東京消防庁はネジ固定を推奨しており、内閣府から『家具の転倒防止対策に係る周知・啓発のお願い』が発出されているが、民間の賃貸管理会社に確認したところ、ネジ固定は不可との回答だったため。また、フローリングへの耐震マットもフローリングが傷つく恐れ、天井への突っ張り棒も天井を傷つける(突き破る)恐れがあり、実施できない。 ・民間の賃貸住宅について、固定済みの備え付け家具を充実してほしい。 ・民間の賃貸住宅について、家具固定用の金具(例: 冷蔵庫固定用のベルトをつけるための)を賃貸人の責任で付与してほしい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・いただいたご意見は、都が今後施策を検討・推進するに当たって参考としていきます。