

第26次東京都消費生活対策審議会

第1回総会

令和2年9月10日（木）

オンライン方式による開催

（傍聴及び取材場所）

東京都庁第一本庁舎16階特別会議室S6

(午後1時30分 開会)

○消費生活部長 それでは時間になりましたので、開会させていただきます。

本日は御出席いただきまして、誠にありがとうございます。

本審議会の事務局を担当しております、東京都生活文化局消費生活部長の吉村でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

最初にオンラインの操作について、御説明させていただきます。

ハウリング防止のため、発言される時以外はマイクをオフ、赤色にさせていただきますよう、よろしくお願いいたします。また、音声やカメラについて不具合が生じた際には、恐れ入りますが一旦会議から退出していただき、再入室を試みていただければと存じます。再入室しても改善されない場合には、恐れ入りますが、あらかじめお伝えしております緊急用の電話番号に御連絡をいただきますよう、よろしくお願いいたします。

次に、本日の出席状況について御報告させていただきます。

ただいま御出席をいただいております委員の方は20名、委任状が4通でございます。東京都消費生活対策審議会運営要綱第6に定める委員総数の半数以上の出席という、総会開会に必要な定足数に達しておりますことを御報告申し上げます。

なお、本審議会は原則公開とし、総会の内容は都のホームページ等に掲載し、公表させていただきますことを御了承願います。

それでは、ただいまから第1回総会を開催させていただきます。

後程、会長をお選びいただきますが、それまでの間、私が進行役を務めさせていただきますので、よろしくお願いいたします。

それでは初めに、野間生活文化局長より御挨拶をさせていただきます。

○生活文化局長 すみません、立ち上がると顔が見えなくなってしまうので、着座にて挨拶をさせていただきたいと思っております。

この7月13日に、浜の後任で生活文化局長を拝命いたしました、野間と申します。どうぞよろしくお願いいたします。

委員の皆様方には大変お忙しいところ、この審議会の第26次の委員に御就任いただきまして、誠にありがとうございます。会議の開催に当たり御挨拶を申し上げたいと思っております。

東京都では、平成30年に令和4年度までの5年間を計画期間といたします、東京都消費生活基本計画を消費者教育推進計画と一体的に策定いたしまして、悪質事業者の取締まりの更なる強化、商品・サービスの安全・安心の確保、エシカル消費の理解促進など、様々な取組を進めているところでございます。

その中でも、特に成年年齢の引下げが間近に迫る中で、若者の消費者被害の防止を喫緊の課題と捉え、今後、都が進めるべき消費者教育について、前期の審議会に諮問いたしまして、昨年9月に答申をいただいたところでございます。

都といたしましては、この答申の内容を踏まえまして、学校教育と消費生活行政を繋ぐ

コーディネーターの設置ですとか、若者参加型事業を通じた情報発信など、新たな取組を進めており、本日の総会では消費生活基本計画の進捗状況と合わせて、御報告をさせていただきたいと思っております。

また、今般、新型コロナウイルスの感染が拡大している訳ですけれども、生活習慣ですとか消費行動を大幅に変えざるを得ない状況でございます。消費生活の分野におきましても、様々な問題をもたらしております、東京都消費者生活総合センターにも多くの相談が寄せられております。

東京都では、都民の不安を少しでも解消できますように注意喚起や情報発信を行うとともに、新型コロナウイルスに関連した商品を扱う事業者の調査や行政指導につきましても、取り組んでいるところでございます。これらの点についても、後程御報告をさせていただきたいと思っております。

都は、今後とも社会経済状況の変化に対応しつつ、積極的に消費生活行政を推進してまいりますので、委員の皆様には御専門の見地から、御意見、御提案を賜りますようお願いいたします。

甚だ簡単ではございますが、私からの挨拶とさせていただきます。本日はどうぞよろしくお願いいたします。

○消費生活部長 では、続きまして本日の資料の確認をさせていただきます。

最初に会議次第がございまして、まず資料1が「委員名簿」でございます。資料2が「幹事・書記名簿」、資料3がA4横のものになりますが「東京都消費生活基本計画の実施状況」、資料4が「新型コロナウイルス感染症に関する相談状況と都の取組」でございます。そのほか参考資料といたしまして、①が「東京都消費生活基本計画具体的施策一覧」、②が当審議会の運営要綱でございます。

では、続きまして委員及び専門員の方々を御紹介申し上げます。資料1の委員名簿を御覧ください。

お名前を順にお呼びいたしますので、マイクとカメラをオンにして、お返事をいただければと存じます。終わりましたら、再びマイクをオフにさせていただきますようお願いいたします。

それでは、弁護士の石戸谷豊委員でいらっしゃいます。

○石戸谷委員 石戸谷です。よろしくお願いいたします。

○消費生活部長 続いて、日本チェーンストア協会専務理事の井上淳委員でいらっしゃいます。

○井上委員 井上です。よろしくお願いいたします。

○消費生活部長 続いて、東京大学大学院法学政治学研究科教授の沖野眞已委員でいらっしゃいますが、少し遅れて御参加いただけるかと存じますので、後程御紹介させていただきます。

次の東京家政学院大学現代生活学部准教授の小野由美子委員は、本日所用のため御欠席

でいらっしやいます。

続いて、公益財団法人消費者教育支援センター専務理事首席主任研究員の柿野成美委員も、本日は御欠席でいらっしやいます。

続きまして、慶雁義塾大学大学院法務研究科教授の鹿野菜穂子委員でいらっしやいます。

○鹿野委員 鹿野です。よろしくお願ひします。

○消費生活部長 東京都議会議員の木下ふみこ委員でいらっしやいます。

○木下委員 よろしくお願ひいたします。

○消費生活部長 続いて、東京都議会議員の栗林のり子委員でいらっしやいます。

○栗林委員 栗林でございます。よろしくお願ひいたします。

○消費生活部長 続いて、東京消費者団体連絡センター事務局長の小浦道子委員は、本日御欠席でいらっしやいます。

次の東京商工会議所理事・事務局長の小林治彦委員も、本日は御欠席でいらっしやいます。

続きまして、公益社団法人消費者関連専門家会議専務理事の坂倉忠夫委員でいらっしやいます。

○坂倉委員 坂倉でございます。どうぞよろしくお願ひします。

○消費生活部長 続いて、一般社団法人エシカル協会代表理事の末吉里花委員でいらっしやいます。

○末吉委員 末吉です。どうぞよろしくお願ひいたします。

○消費生活部長 続きまして、明治学院大学法学部消費情報環境法学科教授の角田真理子委員でいらっしやいます。

○角田委員 角田です。どうぞよろしくお願ひいたします。

○消費生活部長 続いて、公益社団法人全国消費生活相談員協会専務理事の坪田郁子委員でいらっしやいます。

○坪田委員 坪田でございます。よろしくお願ひいたします。

○消費生活部長 東京都議会議員のとや英津子委員でいらっしやいます。

○とや委員 とや英津子です。よろしくお願ひします。

○消費生活部長 東京工業大学工学院機械系教授の西田佳史委員でいらっしやいます。

○西田委員 西田です。よろしくお願ひします。

○消費生活部長 続きまして、立教学院常務理事、立教大学統括副総長法学部教授の野澤正充委員でいらっしやいます。

○野澤委員 野澤です。どうぞよろしくお願ひいたします。

○消費生活部長 続いて、一般社団法人ECネットワーク理事の原田由里委員でいらっしやいます。

○原田委員 原田でございます。よろしくお願ひします。

○消費生活部長 続いて、弁護士の平澤慎一委員でいらっしやいます。

- 平澤委員 平澤です。よろしく申し上げます。
- 消費生活部長 続いて、主婦連合会副会長・社会部部長の平野祐子委員でいらっしゃいます。
- 平野委員 平野でございます。よろしくお願ひいたします。
- 消費生活部長 続きまして、東京都議会議員の福島りえこ委員でいらっしゃいます。
- 福島委員 福島です。よろしくお願ひいたします。
- 消費生活部長 東京都議会議員の藤井とものり委員でいらっしゃいます。
- 藤井委員 藤井です。よろしくお願ひいたします。
- 消費生活部長 続いて、一般財団法人東京私立中学高等学校協会の総務部長を務めていらっしゃいます松谷茂委員でいらっしゃいます。
- 松谷委員 松谷です。よろしくお願ひいたします。
- 消費生活部長 続いて、特定非営利活動法人東京都地域婦人団体連盟理事の宮原恵子委員でいらっしゃいます。
- 宮原委員 宮原です。よろしくお願ひいたします。
- 消費生活部長 続いて、東京都公立学校高等学校長協会副会長の吉田寿美委員でいらっしゃいます。
- 吉田委員 吉田です。よろしくお願ひいたします。
- 消費生活部長 それでは、沖野先生が入室されましたので、御紹介させていただきます。
東京大学大学院法学政治学研究科教授の沖野眞已委員でいらっしゃいます。
- 沖野委員 沖野でございます。遅れまして、大変申し訳ございません。何とぞよろしくお願ひいたします。
- 消費生活部長 では、名簿に戻らせていただきます。
東京都民生児童委員連合会常任協議員の田中義正専門員でいらっしゃいます。
- 田中専門員 田中です。よろしくお願ひいたします。
- 消費生活部長 東京都金融広報委員会事務局長の坂本直久専門員でいらっしゃいます。
- 坂本専門員 坂本です。よろしくお願ひいたします。
- 消費生活部長 公益財団法人東京都私学財団事務局長の古川吉隆専門員でいらっしゃいます。
- 古川専門員 古川と申します。よろしくお願ひいたします。
- 消費生活部長 どうもありがとうございました。
- なお、第26次審議会の幹事・書記につきましては、資料2、幹事・書記名簿の配付をもって、紹介に代えさせていただきます。
- 次に、会長の選出をお願いしたいと存じます。
- 審議会運営要綱第4第1項によりまして、「会長は審議会に属する委員のうちから互選する。」となっております。いかがいたしましょうか。
- 坪田委員 よろしいでしょうか。

○消費生活部長 坪田委員、よろしくお願ひいたします。

○坪田委員 審議会の委員として、長年の御経験があり、前期の会長代理もお務めいただきました野澤委員が適任だと思います。

○消費生活部長 ありがとうございます。

ただいま、坪田委員から野澤委員を会長にとの御推薦がございましたが、皆様いかがでしょうか。

(「異議なし」の声あり)

○消費生活部長 よろしいでしょうか。ありがとうございます。

それでは、野澤委員が会長に選出されました。野澤会長、どうぞよろしくお願ひ申し上げます。

それでは、恐縮でございますが会長から御挨拶をいただきたく、どうぞよろしくお願ひいたします。

○野澤会長 それでは、会長就任に当たりまして、一言御挨拶させていただきます。会長に選ばれました野澤でございます。

これまで私は、東京都消費者生活基本計画、その策定とか、それから成年年齢引下げに伴う消費者教育のあり方の答申などに携わってまいりました。東京都では、高齢者の消費者被害に加えて、この2022年4月、成年年齢の引下げに伴い、若者の消費者被害も今後増えていくことと思われまふ。

この消費生活対策審議会では、都民の消費生活の安心・安全を守るために、しっかりと十分に審議をしていきたいと思っております。委員の皆様のお協力をいただき、円滑に会議を運営してまいりたいと思っておりますので、どうぞよろしくお願ひいたします。

○消費生活部長 どうもありがとうございます。

それでは、この後の進行は会長にお任せしたいと存じます。よろしくお願ひいたします。

○野澤会長 それではまず、会長代理を指名いたします。

審議会運営要綱第4の3に、「会長に事故があるときは、あらかじめ会長が指名する委員がその職務を代理する。」となっております。鹿野菜穂子委員に会長代理をお願いしたいと思ひますが、よろしいでしょうか。

○鹿野会長代理 承知しました。それでは、お引き受けさせていただきます。よろしくお願ひします。

○野澤会長 ありがとうございます。

それでは、鹿野会長代理より、一言御挨拶をお願ひいたします。

○鹿野会長代理 ただいま会長代理を拝命いたしました鹿野と申します。会長代理就任に当たって、一言御挨拶させていただきます。

消費者問題は、社会状況の変化に伴って刻々と変化し、複雑化していると思ひます。その中であって、東京都は地方自治体の中でも常にトップランナーとして、積極的に消費者問題に取り組んできたものと認識しているところでございます。

今後とも、この審議会で十分かつ円滑な審議が諮られるよう、会長共々努めてまいりたいと思いますので、どうぞよろしくお願いします。

○野澤会長 ありがとうございます。

それでは続きまして、前回第25次の審議会でも設置しておりました「東京都消費者教育推進協議会」について、消費者教育推進法に基づく消費者教育推進地域協議会として、引き続き当審議会に設置したいと思います。御賛同いただけますでしょうか。

(「はい」の声あり)

○野澤会長 異論がないということで、ありがとうございます。

それでは次に、協議会で審議をお願いする委員及び部会長の選任をいたします。

委員及び部会長につきましては、審議会運営要綱第7の1項及び2項により、会長が指名することになっております。事務局から、東京都消費者教育推進協議会委員名簿について読み上げをお願いいたします。

○企画調整課長 事務局を務めます消費生活部企画調整課長の加藤と申します。どうぞよろしく願いいたします。

それでは、名簿を読み上げさせていただきます。

小野由美子委員、柿野成美委員、小林治彦委員、末吉里花委員、坪田郁子委員、平澤慎一委員、田中義正専門員、坂本直久専門員、古川吉隆専門員。以上でございます。

○野澤会長 こちらの案のとおりでよろしいでしょうか。

(「はい」の声あり)

○野澤会長 ありがとうございます。それでは、よろしく願いいたします。

次に部会長でございますが、前期に臨時委員として加わっていただき、都が進めるべき消費者教育に関する答申の取りまとめに御尽力いただいた平澤委員をお願いしたいと思います。よろしいでしょうか。

○平澤委員 平澤です。引き受けさせていただきます。よろしく申し上げます。

○野澤会長 よろしく願いいたします。

それでは、平澤委員から一言御挨拶をお願いいたします。

○平澤委員 部会長就任に当たって、一言御挨拶申し上げます。

御指名いただきましてありがとうございます。

この協議会ですけど、平成24年に制定された消費者教育推進法で定められた消費者教育推進地域協議会としての位置付けもあるということですので、推進法が基本理念としている消費者市民社会の実現を目指す消費者教育の充実ということを、常に意識して協議するということが重要なのではないかというふうに、まず考えています。

それから、消費者教育については、喫緊の課題として先程も出ましたとおり、2022年4月に迫っている成年年齢18歳への引下げの施行という問題があります。これについては若年者に対する実践的な消費者教育の実施、充実が非常に重要だと考えていますので、その点も十分に東京都の施策に反映できるような形で議論していきたいと考えています。

よろしく申し上げます。

○野澤会長 ありがとうございます。

平澤委員、よろしくお願ひいたします。

なお、野間局長は他の公務のため、ここで退席します。どうもありがとうございます。

○局長 すみません、よろしくお願ひいたします。

○野澤会長 それでは、ただいまから議事に入りたいと思います。

本日は、議事が二つございます。まず初めに、(1)ですけれども、「東京都消費生活基本計画の実施状況について」でございます。続いて、(2)が「新型コロナウイルス感染症に関する相談状況と都の取組について」でございます。今回は、以上の二つの議事について、最初に事務局からまとめて説明をしていただき、その後、意見交換に移りたいと思います。

それでは、事務局より説明をお願いいたします。

○企画調整課長 それでは、説明させていただきます。

これから、画面に資料を用意いたしますので、皆様のカメラは一旦オフにさせていただきますようお願いいたします。

それでは、初めに東京都消費生活基本計画の実施状況について、資料3にて説明いたします。

東京都消費生活基本計画は、都の消費生活に関連する施策、事業を消費者の視点に立って、計画的、総合的に推進していくための基本方針でございます。

都では、計画の実効性を確保するため、毎年度、各施策や状況につきまして審議会に実績を報告し、いただいた御意見を施策、事業に反映することといたしております。

なお、関連する事業数が大変多いことから、本日は生活文化局事業での取組を中心にまとめておりますので、それに沿って説明をさせていただきます。

では、画面を御覧ください。

まず、政策1「消費者被害の未然防止と拡大防止」でございます。

都民への効果的な情報発信を行うため、様々な媒体を活用した取組を行っておりますが、基本ツールの一つである暮らしに関わる情報サイト「東京くらしWEB」では、消費者被害情報、被害危険情報のほか、架空請求事業者一覧や消費生活相談FAQなど、総合的な消費生活情報を提供しており、令和元年度のアクセス数、ページビューでございますが、約320万となり、前年度よりも約42万増加いたしました。

TwitterやFacebookといったSNSでは、最新の注意喚起情報、講座や催しの案内などを発信し、令和元年度末で1万7,000を超えるフォロワー数を確保しております。

また、若者や高齢者といったターゲットを絞った集中的な被害防止キャンペーンの実施や、若者に人気のあるタレントを起用してSNSを活用した動画広告の配信、さらには区市町村、駅、病院、高齢者施設等で紙媒体での情報誌である「東京くらしねっと」を配布

するなど、対象となる消費者に応じて内容や手法を工夫し、より届きやすい注意喚起や情報発信を行っております。

令和2年度の取組予定ですが、これまでの取組を継続するとともに、若者向けにSNS広告を活用した情報発信を今後予定しております。また、若者の消費者被害に関する調査も実施いたしまして、今後の効果的な情報発信に繋げてまいります。

次に、「見守りによる消費者被害の防止と早期発見」です。

高齢者の消費者被害を防止するためには、地域における見守りが有効でございます。区市町村において、介護事業者など福祉部門を中心に構築されております見守りネットワークに消費者被害防止の視点が入り入れられて機能するように、都では、モデル事業の実施などによって区市町の自主的な取組を支援してまいりました。

これまでの取組の結果、令和元年度末までに35区市で消費生活部門と福祉部門が具体的な連携体制を確保するなどの見守りネットワークが構築されました。

また、見守りネットワークのメンバーでございます介護事業者などを対象に、消費者被害発見のノウハウを提供する出前講座等を、令和元年度は271回実施し、地域で見守りを行う人材の育成にも取り組みました。

さらに、宅配事業者など、自宅に訪問する民間事業者や生活協同組合等と連携し、消費者ホットライン188などを紹介する啓発リーフレットを、高齢者世帯等に声かけしながら16万部配布いたしました。

また、高齢者や御家族からの専用相談電話「高齢者被害110番」や、ヘルパー、ケアマネージャー、民生委員等、高齢者の身近にいる方からの専用相談電話「高齢消費者見守りホットライン」を設置いたしまして、被害の相談に迅速に対応しております。

令和2年度の主な取組ですが、見守りネットワーク未構築の区市町村に対して、ヒアリング等を行いながらアドバイスをしていくとともに、福祉部門との顔の見える関係作りがしやすいように啓発グッズを提供するなど、区市町村におけるネットワークの構築を引き続き支援してまいります。

次に、政策2「不適正な取引行為等の排除と健全な市場の形成」についてでございます。

悪質事業者に対する取締りの徹底では、令和元年度は業務停止命令12件を初めとした計128件の行政処分等を行いました。「主な処分内容」に記載のとおりですが、令和元年12月、悪質なパソコン修理事業者に行った処分は、全国初の公示送達による特定商取引法の業務停止・禁止命令となりました。

また、東京くらしWEBのホームページにおいて、悪質事業者、誇大広告、架空請求に関する通報の受付を行っていますが、令和元年度は、御覧のような実績となりまして、悪質事業者に関する通報件数が前年度に比べ5割増加いたしました。これらの通報が、事業者指導や処分等に繋がることから、引き続き情報収集に努めてまいります。

続きまして、不当表示に対する監視等の徹底でございます。

インターネット上の広告表示を年間2万4,000件調査いたしまして、329事業者

に対し改善指導を行いました。

また、景品表示法に基づき、措置命令を2件実施しております。内容は記載してあり、不当なメニュー表示をしていた飲食店運営事業者に対しての処分と、子供用ライフジャケットの浮力について、不当表示を行っていた事業者に対しての処分でございます。

今後とも、インターネット広告監視や、先程御紹介いたしました通報サイトからの情報等に基づいて調査を実施し、事業者に対する指導を行ってまいります。

続いて、事業者向けコンプライアンス講習会でございます。令和元年度は、事業者の法令遵守意識を高めるための集合型のコンプライアンス講習会を3回開催いたしまして、計780名の参加がありました。また、こうした集合型の講習会に加え、事業者団体のニーズに応じた出前型の講習会も3回実施いたしました。

今年度でございますが、新型コロナウイルス感染拡大防止を踏まえまして、WEB配信型のコンプライアンス講習会を実施いたします。また、くらしWEBの事業者向け法令学習コンテンツに新たなコースを増設いたしまして、事業者のコンプライアンス意識の醸成を図ってまいります。

続きまして、政策3「消費生活の安全・安心の確保」でございます。

商品等の安全性調査では、御覧の「乳幼児の身の回りにある椅子の安全性」のほか2件について調査を行い、国や事業者等へ情報提供や要望を行うとともに、消費者に対しても注意喚起を行いました。画像を貼り付けておりますが、東京くらしWEBの中では、調査で実施したテスト動画も紹介することで、わかりやすい情報発信・注意喚起に努めているところでございます。

また、消費者、事業者及び学識経験者で構成いたします商品等安全対策協議会からは、乳幼児が住居内の危険場所に立ち入ることなどを防止するためのベビーゲート等の使用の推奨、耐衝撃性の向上などの安全対策につきまして、令和2年3月に提言を受け、事業者団体、関係団体及び国等に対して提案・要望を行うとともに、リーフレットを作成いたしまして、都内の保育所やベビー用品専門店、小児科等に配布いたしました。

また、令和2年1月には、安全に配慮した商品のPRや普及を目的に、特定非営利活動法人キッズデザイン協議会との共催によりまして、セーフティグッズフェア「みる・しる・さわる」展を開催いたしました。安全に配慮した商品の展示・紹介のほか、企業向けのセミナーや消費者向けのワークショップなどを区部と多摩で実施いたしまして、約6,000人の方においでいただきました。

令和2年度の取組ですが、商品等安全対策協議会では、新たなテーマを設定して検討を行います。また、キッズデザイン賞応募に係る審査料補助を通じまして、都内の中小企業・個人事業者による積極的な商品開発を支援し、安全・安心に配慮された商品等の普及に繋げてまいります。

続きまして、政策4「消費者教育の推進と持続可能な消費の普及」でございます。

初めに、各種消費生活講座についてでございますが、令和元年度は、計124回、5,

735名に受講していただきました。また、出前講座、出前寄席も大変好評でございまして、計721回、約4万人に受講していただきましたほか、関係団体等との連携による消費者講座やイベント等も実施し、好評を得たところでございます。

令和2年度でございしますが、消費生活講座につきましては、コロナウイルス感染症拡大防止を踏まえまして、一時中止や延期、縮小を余儀なくされておりますが、感染拡大防止対策を踏まえた実施を検討してまいります。

消費者団体や企業との共同事業では、10月にメイン事業でございします交流フェスタをWEBで開催する予定で、今、準備を進めているところでございます。

次に、学校における消費者教育です。

令和元年度は、平成30年度に引き続き、高校生向けの消費者教育・啓発ノートを作成し、都内の高校2年生全員に配布いたしました。教員に向けては、延べ31回の教員講座の実施や、教員向けの情報誌「わたしは消費者」を年4回発行するなどして、消費者教育の授業を実施する教員への支援を行っております。さらに、小・中・高・特別支援学校・大学の生徒や、PTAを対象とした出前講座や出前寄席も実施いたしまして、あと、中学校向けのWEB教材の作成や、高校生・若者向けのDVD教材も作成いたしました。

また、皆様既に御承知のこととございますが、民法改正によりまして、令和4年4月から成年年齢が20歳から18歳に引き下げられます。これによりまして、未成年者取消権がなくなるほか、親権者の同意なくクレジットやローンを利用する高額な契約も可能となります。

こうしたことから、18歳、19歳の若者を狙った消費者被害が拡大する恐れがあることから、都では、平成30年11月に成年年齢引下げを踏まえた若年者の消費者被害を防止するために都が進めるべき消費者教育について本審議会に諮問いたしまして、昨年9月に答申をいただいたところでございます。

答申では、三つのポイントから取り組むべきことが提言されまして、その一つが学校教育における消費者教育の推進でございます。答申を踏まえまして、今年度、令和2年度の取組を御紹介いたします。

まず、消費者教育推進庁内連絡会議の設置です。学校における消費者教育の取組に当たりましては、消費生活部・消費生活総合センターと教育庁や私学部との連携協力が不可欠であることから、庁内連絡会議を通じまして情報共有や協力依頼等を行い、連携を図ってまいります。

次に、学校における授業での取組です。都立高校では、消費者庁が作成しました消費者教育教材でございします「社会への扉」を活用した取組を進めておりまして、令和元年度は消費者教育推進校3校を指定して活用を行い、令和2年度は全都立高校等での活用が予定されております。

さらに、学校との連携に当たりましては、消費者行政と学校の間にとって調整するコーディネーターが不可欠であることから、本年4月から「消費者教育コーディネーター」を

東京都消費生活総合センターに新たに配置しております。このコーディネーターの役割等につきましては、後程詳しく消費生活総合センターから御説明いたします。

答申の二つ目のポイントといたしましては、注意喚起と情報発信についてでございます。

令和2年1月より、都立学校全教員及び希望のあった私立学校へ消費者教育に活用できる具体的な被害事例やくらしWEBでの最新情報などをメルマガで配信しております。また、今後の効果的な普及啓発事業に反映させるため、若者の情報入手の実態やニーズ等をヒアリングする調査を9月下旬を目途に実施いたします。さらに、若者が参加しやすい事業を通じた情報発信として、昨年度に引き続き、若者から作品等を公募する事業を今年度も実施しております。こちらにつきましても、後程消費生活総合センターから詳しく御説明いたします。

次、三つ目のポイントですが、区市町村の支援です。

昨年10月に実施いたしました区市町村の消費者教育に関する取組状況調査結果を踏まえまして、他自治体における事例等の紹介など、情報提供等を随時行ってまいります。

では、答申を踏まえた取組の中でも重要な位置付けでございます二つの取組について、消費生活総合センターの活動推進課長から説明いたします。

○活動推進課長 東京都消費生活総合センター活動推進課長の馬淵と申します。委員の皆様方には、日頃から当センターの運営、それから事業展開への御理解、御協力、誠にありがとうございます。この場をお借りして、改めて御礼申し上げたいと思います。

それでは、資料を御覧いただきたいと思います。

まず、消費者教育コーディネーターの活用による消費者教育の推進について御説明申し上げます。

この事業なんですけれども、まず、背景といたしまして、昨年度、本審議会からいただいた答申において、コーディネーターは学校教育に精通している人材を配置するのが望ましいこと、2点目としまして、人事異動等で機能が後退することがないように、組織的な推進体制を整備することが必要であることが提言されました。これを受けまして、今年4月に消費生活総合センターに消費者教育コーディネーターを1名配置いたしました。その人材は、元都立高校の校長で、学校教育に精通しております。

それでは、下の役割の方になりますが、コーディネーターの主な役割は、2点あります。

第1に、消費者教育を組織的に推進するため、消費生活部門と学校教育部門の関係を強化し、消費者教育を学校現場に、これまで以上に普及させること。第2点といたしまして、消費者教育実施に係る教職員と学校からの個別相談に対応するとともに、授業や課外活動などで当センターの消費者教育教材や出前講座等の具体的な活用方法について提案を行うこととなります。

左下に図がありますけれども、こちらは、こうした事業全体像についてお示ししたものです。

それでは右側に移っていただきたいと思うんですけれども、今年度の取組予定になります。

す。

1点目といたしまして、コーディネーター制度やコンテンツの活用方法の周知を重層的に行っていこうと思っております。組織向けには、学校教育を現場で運営する管理職の理解を得るため、教育管理職向け会議や教員研修などで周知をいたしたいと思っております。既に始めているものもございます。個々の教員向けには、先程、加藤から話をさせていただいたのですけれども、メルマガで情報を発信したり、コーディネーター制度を特集した消費者教育情報提供誌「わたしは消費者」の配布などを行い、周知に努めてまいります。

2点目といたしまして、コーディネート業務・実施校へのヒアリングを行っていきます。学校などからの相談には、コーディネーターがワンストップで対応していきたいと考えております。また、当センターのコンテンツの更なる活用促進のため、学校への訪問や電話など、個別アウトリーチ活動も併せて実施したいと思っております。さらには、コーディネーター制度を活用して消費者教育を実施した学校からの感想、それから課題、要望などをヒアリングもしていきたいと思っております。

3点目になります。これらの情報を「関係部署へフィードバック」し、コーディネーター制度を活用した消費者教育実施校からのヒアリング内容を分析した上で、次年度の事業の充実に役立てていきます。学校での実践的な消費者教育が可能となるよう、センター内はもちろん、学校教育部門など関係機関との情報共有を図っていきます。

これらを、この資料の右下にありますけれども、こちらのスケジュールで行っていく予定です。現在、新型コロナウイルス感染症の影響や、学校という受け入れ側の事情もありまして、スケジュールが当初予定よりも若干後ろ倒しになっておりますが、今年度から公立高等学校を中心に行い、他の学校種についても段階的に行ってまいります。

以上が、消費者教育コーディネーターに関する説明となります。

それでは、続きまして、若者への情報発信事業について御説明申し上げます。

当センターでは、成年年齢引下げ対策として、昨年度から令和3年度までの3年間にわたり、若者参加型の消費者啓発事業を実施しております。画面は、チラシになります。左側が表面、右側が裏面になります。こちらを御覧ください。

若者を対象とした参加型事業は、今年度で2年目を迎えます。今年度は、「STOP！若者の消費者トラブル ラジオCMコピーアワード」というタイトルで、放送とタイアップをしまして、ラジオCM用のコピーの公募、コピーを基にした映像制作、そして映像を活用したプロモーションを展開していこうと思っております。

作品の選考やCM制作に当たっては、チラシの左下にあります、CMディレクターの中島信也さん、お笑い芸人でラジオ番組のパーソナリティを務められているオテンキのりさん、それから声優の赤羽根健治さん、高野麻里佳さん、音楽クリエイターのヒヤダインさんを起用しまして、若者を惹きつける事業の工夫をしております。

審査会の様子は、ラジオ番組「レコメン！」というものになりますけれども、こちらの中でも放送していきます。この「レコメン！」という番組は、毎週月曜日から木曜日、夜

の10時から放送していますが、10代、20代の若者から絶大な支持を受けている番組になります。

次に、画面の右側に移らせていただきたいと思います。

今回、若者の、より多くの参加を促すための仕掛けを用意しております。例えば、作品の受賞者が1日ディレクターとしてCM制作に参加するといったような特典や、3月にはラジオCMを基にした映像作品を都営ビジョンやインターネット広告でも配信します。そういったプロモーションも展開していこうと思っております。

本事業は、公募、制作、公開に至るまで、随所に若者への訴求を念頭に展開することで、成年年齢引下げによる消費者トラブル防止を啓発してまいろうと考えております。

CM用のコピーは、もう既に募集を開始しております。委員の先生方におかれましては、昨年度も御協力いただいたところではありますが、お知り合いのお若い方や学校の生徒さんなどにも、この事業についてお知らせいただくと、非常に有難いと思っております。以上になります。

○企画調整課長 では、続きまして、「持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進」でございます。

人や社会、環境に配慮した消費行動でございますエシカル消費の理解促進の取組について、令和元年度は、都内の大学101か所でエシカル消費の普及啓発を実施いたしました。具体的には、国産ヒノキの間伐材で作ったスマホスタンドやブックカバーに利用できるチラシを10万セット配布するとともに、ポスターの掲出やPR動画の放映を行うなど、大学生を対象として集中的に啓発活動を行いました。また、10代から30代の若者を対象に、YouTubeやInstagramでPR動画の配信も行いました。

令和2年度でございますが、実際の消費行動に結びつきますよう、スーパーマーケット等において、若年ファミリー層を対象に普及啓発を行う予定でございますが、コロナウイルス感染症拡大防止を踏まえながらの実施ができますよう、工夫を図っていきたくと考えてございます。

続きまして、政策5「消費者被害の救済」についてでございます。

令和元年度の相談状況でございますが、画面の表のとおり、相談件数は13万9,000件と前年度比0.1%増の横ばいの状況でございます。高齢者からの相談件数は約5万2,000件で相談全体の約4割を占めているほか、若者からの相談件数は約1万5,000件、前年度から18%増加している状況でございます。

東京都消費生活総合センターでは、相談内容の複雑化、高度化に対応するために10の専門分野グループによる相談対応を行っているほか、弁護士や建築士などの専門家からの助言を得まして解決に繋げる消費生活相談アドバイザーの活用や外国人からの相談に対応するための体制、また、聴覚障害者など電話による相談がしづらい方への対応も行っております。

さらには、影響の大きい取引形態の相談の多い年齢層など、対象を特定した「特別相

談」の実施、区市町村の相談対応の支援などについても、引き続き取り組んでまいります。
続きまして、「被害回復のための取組の推進」でございます。

消費者被害救済委員会による紛争解決の実績といたしましては、画面の表のとおりとなっております。また、特定適格消費者団体が集団的消費者被害回復訴訟を円滑に遂行できるよう、連絡会の開催や情報交換の実施のほか、被害回復裁判手続資金の貸付けを行っており、現在、3つの案件で貸付けを行っております。引き続き、支援を行ってまいりたいと考えてございます。

続きまして、資料4、新型コロナウイルス感染症に関する相談状況と都の取組について御説明いたします。画面を御覧ください。

初めに、相談件数の推移でございます。令和2年1月下旬から、関連する相談が入り始めまして、7月末までに2,412件寄せられております。相談が多く寄せられた商品・役務の上位には、マスクなどの「保健衛生品その他」に分類されるもの、「結婚式」「スポーツ・健康教室」に関連する相談となっております。

具体的な相談内容ですが、右の欄に記載してございます。マスクの入手に関連した相談は、2月、3月に多くございました。また、4月に入りますと、「注文した覚えがないマスクが外国から届いた。」といったネガティブオプションが疑われる相談が増えました。また、「結婚式を延期したいが、解約料がかかると言われ、納得がいかない。」「教室の営業が休止しているのに休会費がとられるのは納得がいかない。」といった内容も多くございました。さらに、「コロナで収入が無くなり、賃貸アパートの更新料が払えない。」といった相談も寄せられております。

また、感染拡大に便乗した「悪質商法」と疑われるものとしては、「行政機関を名乗り、水道管にコロナウイルスがついているので除去すると電話がかかってきた。」「コロナウイルス対策で給付金を支払うので個人情報を入力するようというメールがきた。」などの相談も寄せられております。

都における取組状況でございますが、令和2年3月に、ホームページ「東京くらしWEB」に新型コロナウイルス関連特設ページを開設いたしました。この中で、マスクや消毒液等の買占めや転売をしないこと、便乗した消費者トラブルに注意するよう呼びかけを行っております。

また、数多く寄せられている相談事例等を「消費生活関連相談FAQ」として随時更新いたしまして、SNSも活用しながら、消費者への注意喚起・情報提供を行っております。

ほかにも、知事のライブ配信や広報誌などにより、新型コロナウイルス拡大に便乗した悪質商法に関する注意喚起情報を発信したほか、ウイルス対策関連商品のインターネット広告監視や、それらの商品を扱う通販事業者への行政指導も行っております。

以上、駆け足で御説明いたしました。基本計画の取組状況及び新型コロナウイルス関連相談の状況についての説明を終わります。

○野澤会長 ありがとうございます。

それでは、ただいまの説明につきまして、御意見、御質問がありましたら御発言をお願いいたします。発言される方はマイクをオンにして、お名前を言っていただければ、私の方から指名させていただきます。いかがでしょうか、どの項目からでも構いませんので、御意見、御質問等をお願いいたします。

福島委員、お願いいたします。

○福島委員 ちょっと耳に痛いことを言うかもしれないんですけども、私は前からここで取り組まれている様々な取組の政策効果、きちんと評価するべきだということや、をずっと訴えてまいりました。どれも必要な政策であることはわかるのですけれども、本当にそれが消費者被害削減に役立っているかということに真摯に向き合っていて欲しいと申し上げております。

一例として、政策4ですね。消費者教育の推進と持続可能な消費の普及のところ、
「エシカルスーパーマーケット」という中学校向けWEB教材が作られていますね。これなんですけれども、消費者庁のサイトでは、たくさんこういったNPOであるとか、行政が作っている動画が一覧になっていて、実はこのコンテンツも紹介されています。

ちょっと見付けにくかったのは、高校生の欄に入っていたので、なかなか見付けられなかったんですけど、実は同じカテゴリーに80個位コンテンツがあるんですね。それぞれ結構マトリクスとしては、幼児期、小学生期、中学生期、高校生、成人、それも若者、成人、高齢者、そして消費者市民社会の構築、商品等の安全、生活の管理と契約、情報とメディア、それがさらに細分化された一つ一つのカテゴリーに、多いところでは200個位コンテンツがある訳です。作ることが悪いとは言わないのですけれども、このコンテンツをあえて東京都が作らなければいけないということに関して、本当にしっかり考えていただきたいと思っておりますし、きちんとこの作ったものが活用されているのか。更に言えば、それがきちんと消費者被害削減に結びついているのか。そういう観点を大切に、今後とも取り組んでいただきたいと思っております。

以上です。

○野澤会長 どうもありがとうございます。

いろいろ施策をやっているのですけれども、その効果をどうやって測定していくかという、そこ大変重要なところだと思いますが、事務局から何かコメントはございますか、お願いいたします。

○活動推進課長 消費生活総合センターの活動推進課長の馬淵と申します。福島先生、御意見をありがとうございます。

まず、東京都で作成しております消費者教育の教材につきましては、都では、都における若者の消費者トラブルの傾向などに合わせて作っているということになります。都の学校における消費者教育も、その実情を踏まえて進めていくということになります。

一方で、消費者庁での教材というのは全国で活用するため、網羅的、概括的なものになっているという状況もあります。都の消費者教育を推進するため、都での教材は、都で必

要な消費者教育に合わせて、学校教育の実情も踏まえつつ、独自に教材制作をしているというプロセスを踏んでおります。

作成に当たりましては、都の相談状況と分析、それからエシカルのお話もありましたけれども、テーマ設定などを行いまして、教育部門、今日は教育庁の方もいらっしゃいますけれども、教育部門と連携を取った検討会を立ち上げまして、構成メンバーとしましては、消費者トラブルの防止に知見のある弁護士の方のほか、都の教育に精通している指導主事の方や、現場の先生方ですね、そういった専門家の意見も取り入れながら、教材が真に消費者教育の推進に、実践に役立つように学校教育の現場で活用しやすい実用的で有効なものになるように工夫をしているところです。

今後も学校現場の声を聞きながら、教育庁とも連携を取りまして、都の教育実態を踏まえまして、きめ細やかに展開していきたいと思っております。

○野澤会長 ありがとうございます。

福島委員の御意見、大変重要な御指摘でございますので、東京都で引き続き効果測定、是非よろしくお願ひしたいと思っております。

そのほか、いかがでしょうか。

○坪田委員 坪田でございます。

○野澤会長 よろしくお願ひします。

○坪田委員 坪田でございます。聞こえますでしょうか。御説明ありがとうございました。

消費者教育コーディネーターが配置されるということで、本当に待ちに待ったことでございます。この役割を見ましても、現場、消費者教育と教育行政を結ぶということで、すごく期待しているところでございます。

ただ、残念なことにコロナウイルスの件で遅れているところがございます。これは全国的に高校生が今、直面している問題だとは思いますが、今の高校3年生、施行が2022年4月1日となりますので、お誕生日がいつであるかということで、この改正法に係る学年だと思えます。

そうしますと、やはりこの集合研修というのが、非常に学習効果が高く、高校を卒業してしまいますと、それぞれ就職であるとか、進学であっても、高等学校のような一斉教育を受ける機会が少ないと思えます。そうすると、高校3年生というのは最後のチャンスだと思っているのですが、残念なことに消費者教育だけではなく全ての学習、若干足踏みという状況があります。

この中で、待たなしで社会に晒されていくような今の高校3年生に対して、東京都では残り半年の間に何か、やはりこれは施策を講じていただくことが期待されているのではないかとと思えますが、その辺りのことにつきましてお聞かせいただければと思えます。よろしくお願ひいたします。

○野澤会長 どうもありがとうございます。大変貴重な御意見で、この消費者教育コーディネーター、非常に期待されている役割でございますが、この高校3年生に関して、いか

がでしょうか。よろしく申し上げます。

○高等学校教育指導課主任指導主事 教育庁指導部の主任指導主事の平林と申します。

まさにコロナ禍で、学びの保障というのが一番重点的な課題となっているというところがございます。本来的には、消費者の教育を充実、強化していきたいと我々は考えているのですけれども、なかなかちょっと現実問題として進みにくいというところがございます。

現行の学習指導要領には、例えば公民科の現代社会ですとか政治経済、家庭科の家庭基礎、家庭総合、情報科の社会と情報という科目の中で取り扱うというところがございます。そういったものの中に先程御紹介がありました社会の扉を活用して、触れていくと。

また今、オンライン学習ということがございます。この中でも、社会の扉を使った消費者教育を進めているというところで、何とか賄っていこうという取組はしてございます。

簡単ですが、以上でございます。

○野澤会長 ありがとうございます。

坪田委員、よろしいでしょうか。

○木下委員 木下ですが、よろしいでしょうか。

○野澤会長 どうぞ、申し上げます。

○木下委員 すみません。いろいろ御説明いただきまして、ありがとうございます。

いくつがちよっと簡単なことを確認させていただきながら、趣旨の方を述べさせていただきたいと思うのですが、例えば、資料3-⑩の、このラジオCMコピーアワードというのがございますけれども、これはどの位の聴取率の番組なんでしょうか。これをいくらで買われているのかなという。つまり福島先生がおっしゃった費用対効果みたいなことの一つの指標として、どの位リーチがあるのかというのが確認できた上で、この政策が行われているかという視点が大事だと思うんですけど、いかがでしょうか。

○野澤会長 ありがとうございます。いかがでしょうか。

○活動推進課長 消費生活総合センターの馬淵と申します。御意見をありがとうございます。聴取率に関しましては、はっきりとした数字はいただいておりません。先生方のおっしゃっていることは認識しており、費用対効果について勘案することは重要であると考えております。

ラジオというと皆様、若者のラジオ離れが進んでいるといった記事も御覧になっている先生方もいらっしゃるかと思います。これを選択していった経緯について、少し細かなお話をさせていただきたいと思っております。

今回、ラジオCMということで、この番組を取り上げましたのは、この事業を行う前に学校にヒアリングをいたしまして、今、携帯のアプリ、具体的には「Radio」というようなものもありまして、ラジオの人気というものが生徒の中で徐々に高まっているという情報をいただきました。ラジオの人気番組であれば、オンタイムだけではなくて通学、あるいは若者の通勤中に、スマホのアプリから番組を聞いているということも最近は増えているというお話を複数から聴取させていただきました。

ラジオという媒体を使って公募を行うときのよい点といたしましては、これまで消費者教育の主であった教科というのは家庭科ということだったんですけれども、例えば、公民科の学習指導要領の中にも入っていますので、公民科での学校におけるクロスカリキュラムですとか、あと先生からのお話もあったんですけれども、文章の創造力や表現力を取り扱うといった国語の授業などにおいても、この授業を実際のスクールの授業でも取り入れやすいというようにお話も、高校の先生方から御意見もいただきまして、この事業の目的も鑑みまして、幅広い学校教育の中で、より多くの参加者の応募が期待できるのではないかと考え、選択した経緯があります。

また、この番組を含めまして、この事業全体を決めるに当たりましてのプロセスなので、すけれども、採択するときに広報の専門家の方にも入っていただきまして、複数の中から若者に人気のある「レコメン！」という番組での事業ということに決定いたしました。

この中では、先程も少しお話しさせていただいたんですけれども、この審査員となっているオテンキのりさんという方がパーソナリティとして担当するほか、それから曜日によってはジャニーズタレントさんですとか、あと坂道グループさんのゲスト出演があったりというプログラムで、実は、とあるリサーチ会社の調査では、今回の事業ターゲットである10代の男女の放送時間帯聴取率では、最も聞かれている人気番組ということでした。といった形で、こちらを進めております。

しかしながら、更にこの事業をよりよくしていけるところ、情報提供全般や、それからPDCAサイクルといったところもあるかと思えます。お気づきの点などありましたら、委員の方々、今後も引き続き御教授いただけると有難いと思えます。

この事業の費用としましては、約2,000万ということになっています。こちらは公募、それから作品の動画の製作、それから最後のプロモーション展開、全てを含めた金額になります。

以上になります。

○野澤会長 詳細な説明ありがとうございます。

木下委員は、他に何かございますでしょうか。よろしいですか。ありがとうございます。

○木下委員 ミュートにしていました、すみません。

定性的な観点から、これを選ぶのが適切だったという御説明をされたのだと思いますが、やはり基本的な定量的な観点の、やっぱり聴取率、それから一人当たりどの位のコストで届いたのか。また、これは結果としてジャニーズが出ていようが、坂道（グループ）がいようが、最終的には、じゃあどの位応募があったのか。その応募した子たちが、いかに趣向を変えることに繋がったのかというところまで考えていくことが重要なのだと思うので、定性的にこれを選んだということについて、大変説得力あるお話をされたと思うんですけれども、やはりそれだけでは満足せずに、効果測定という意味合いから、私が申し上げるような観点についても、今後事業を組み立てる際には勘案していただきたいと思えます。

また、周知についてなんですけど、これは例えば、高校に、クラスでみんな応募するよ

うに進めているのか。要は、都なり、それから教育の関係者が持っているルートというのがある訳です。そういったルートのところで、しっかり先生方が理解した上で、授業の一環ともなる重要な施策というように、東京都から位置付けてもらうような活動を、教育委員会等を通してやって、しっかり子供たちに情報が届くという、そういうことも、これはお金でメディアを買わなくても、ターゲットの子供たちが目の前にいる訳ですから、そこをしっかりとやっていただきたいなというふうに思います。

あわせて高齢者に関しても、加藤課長にはちょっと申し上げたのですが、例えば交通局の所管である都営線なんかで、車内アナウンスで高齢者詐欺について注意喚起をするようなこともあっていいのかなと思いますし、都が持ち得るあらゆるメディアを駆使するという観点で、このテーマは何か商品広告というようなものではございませんで、公共的観点からコロナ対策を周知するのと同様の考え方で、子供たちや高齢者の方々を悪質な業者から守るといった視点で取り組んでいただけたらと思います。

以上です。

○野澤会長 ありがとうございます。

大変貴重な御意見でございまして、東京都でもしっかり取り組んでいただきたいと思っております。

その他、いかがでしょうか。

○原田委員 原田です。

○野澤会長 原田委員、お願いいたします。

○原田委員 よろしいでしょうか、私で。じゃあ、ありがとうございます。発表をありがとうございました。全部興味深く拝見させていただきまして、特に消費者被害の救済ということで、相談対応というのも若干増えているということですので、日々御苦労されていらっしゃるかと思いますので、改めてお礼を申し上げたいと思います。

若干微増ということで、特に若者が増えているというような御報告をいただいておりますけれども、若者が増えたという中に、多分いくつか相談の内容というのがあると思うのですけれども、ちょっと教えていただきたいのですが、政策2でいろいろ誇大広告ほか、広告に関する景表法とかの部分のところがありまして、そこにインターネット広告に関しても、誇大広告でインターネット広告が9割というような御報告もいただいておりますけれども、特に具体的に昨年位から増えているのが、いわゆるSNSとかの広告に起因する、100円お試しと思わせて実は定期購入でしたと。これが未だに猛威を振るっているということで、これがきっかけとしてなるのが、恐らく若者が見るようなSNSのところの広告から、いわゆる「コンプレックス商材」といって、痩せるとか胸が大きくなるとか、そういうような商材をお試しと思ったら、実は定期購入でしたと。こういうような内容が底上げをしているんじゃないかなというふうに思います。

あれは本当に広告のいろいろな問題を孕んでおりまして、商品の広告のページにも確かに小さく書かれているみたいな問題性のあるものもありますし、SNSとかに出てくるよ

うなのはアフィリエイトや広告代理店さんが間に入って、そこから誘導をしていくと。そうすると、例えば、景表法とか特定商取引法とかは、事業者さんを取り締まるというか、対象とした法律になっておりますけども、例えば、ここに出てこないのですが、薬機法みたいなのだと、例えば何人規定とって、誰もやっちゃいかんみたいなルールだったと思うのですけれども、こういった、本当に1か月10キロ痩せるみたいな、見るにも耐えなような酷い広告、これに対して、どのような対応をされていらっしゃるのかということ、もしおわかりであれば教えていただければと思います。

○野澤会長 どうもありがとうございます。この点について、いかがでしょうか。お願いいたします。

○取引指導課長 取引指導課長の各務でございます。御質問いただきまして、ありがとうございます。

いくつか原田先生からお話を頂戴いたしました件、まず政策2の資料3-③で、インターネット広告関連の通報が約9割ということがあるというのは、私共で誇大広告、悪質な訪問販売、通信販売等の悪質事業者、それから架空請求について、都民の皆様から情報をお寄せいただくという、このサイトの中で誇大広告というのが一つの分野になっておりますけれども、これにお寄せいただいている通報の中で、やはりインターネット広告関連が9割を占めているというところでございます。もともとサイトに通報していただきますので、そういったこともあろうかと思いますが、現状こういった数字になっております。

先生に御指摘いただきましたように、やはりインターネット広告における不当表示等については私共非常に重視をしているというか、問題視をしております。

例年、インターネット広告における不当表示の監視というのを実施しております。こちらにつきましては、ネット上の広告、年間約2万4,000件の調査をいたしまして、実際に不当な表示、あるいはその疑いがあるようなものについては行政指導、あるいは法律に基づく措置命令も含めて対応をしているという状況でございます。

このところ、大体例年300件ぐらいのインターネット広告に対して、こういった広告はいかんよという形で注意等を行っているところでございます。

先程、定期購入という部分でございます。最初はタダだよとか、非常に安い価格の表示があって、実際にはそれが定期購入の契約になっているといったようなものが、インターネット上も含めて、非常に横行しているというところがございますので、このインターネット広告の不当表示の監視、あるいは都民の方々に消費生活調査員になっていただきまして、これはちょっとネット上とはまた別なのですけれども、消費生活調査員による広告表示の調査というのを実施しておりますが、こういった中でも特に定期購入についてテーマに掲げまして、広告表示のチェックを実施しております。

それから特に、例えば健康食品とか、化粧品とか、あるいは痩せる下着とか、そういったような、先生は先程コンプレックス商材とおっしゃったかと思いますが、そういったものにつきましては、福祉保健局に薬機法の担当部署がございますので、健康食品に

については会議体等も持っておりますので、一緒になって試売調査も実施して、その中で薬機法の担当とも、一つの広告でも景品表示法にも違反するし、薬機法にも違反するというような事例もございますので、その辺しっかり連携を、これまでも取ってまいりましたけれども、今日お話を頂戴しまして、今後とも連携を深めて、そういった消費者を欺瞞するような広告表示をなくしていきたいと思っておりますので、是非よろしくお願いいたします。

○野澤会長 どうもありがとうございます。

それでは、次に西田委員からお願いいたします。

○西田委員 西田です。よろしく申し上げます。聞こえますか。ありがとうございます。御説明ありがとうございます。

それで、一つ関連情報ということなのですが、私が内閣府の消費者委員会の地方消費者行政専門調査会というところに参加していたのですが、そこでちょうど2040年に向けて消費者行政が、これは必ずしも東京都に当てはまる訳ではないのですが、今後長期的には、消費者行政がやっぱり脆弱していく危険があることが指摘されています。行政や人の数も減るし、予算も長期的には減っていくということです。

そういう中で、40年に向けて準備すべきことを検討した報告書が出ていますので、これは是非参考にさせていただければと思っています。

その中でP I O-N E T等に関しては、できるだけオープンデータ化をして、人工知能なども使って市民にフィードバックをするような仕組みにトライしていくといいんじゃないかというような話も入っておりますので、参考にさせていただければと思っています。

まず1点目です。その中で、先程コロナの話があったんですけども、やっぱりコロナ禍で、犯罪が高度化、多様化する一方で、高齢者は孤立をしている状況があるんですね。本当にワクチンができて、また元通りに戻るかということ、ちょっとそこは読めないということで、この孤立化する高齢者に対する対策というのは、今後大事な視点になるんじゃないかなと思っています。これが、1点目でございます。

2点目です。政策3の子供の安全の取組、これは、私は非常に素晴らしいなと思っています。先程、効果評価が必要だということをおっしゃられていた委員がいらっしゃいましたけど、政策3の取組に関しては定量的な評価、統計的な分析に基づくテーマ選定、そして事後評価がきちんと行われているので、非常によいものだと思いますので、是非堅持していただきたいと思っています。

3点目です。政策4の教育コーディネーター、いろいろな意見が今あったんですけども、会津若松市市民部環境生活課、そして神奈川県厚木市に昨年12月に、東京都の取組（消費者教育推進校による消費者教育の充実など）を紹介したら、やっぱり素晴らしいと、このコンテンツもいいものだとことを言われていました。ということで、もちろん東京都の都民の役に立つローカルな軸は大切ですが、やっぱり東京都は世界をリードしていく、いろいろなところをリードして、他の行政ではなかなかできないことをやっていくという側面も大事なのだろうということで、是非グローバルな視点も持っていただきたいなと思

っています。

以上です。

○野澤会長 ありがとうございます。大変貴重な御意見、御指摘、引き続き東京都で、またそれを取り入れていきたいと思っております。

その他、いかがでしょうか。

○石戸谷委員 石戸谷ですが、よろしいでしょうか。

○野澤会長 石戸谷先生、お願いします。はい、どうぞ。

○石戸谷委員 今の高齢者の孤立化のところは全くそのとおりでございまして、それと関連するのですが、政策1の見守りネットワークの関係なのですが、安全法ができて、協議会の設置で見守りを充実したものという動きが全国的に高まってございまして、8月末のデータだと287の自治体で協議会ができていう状態なのですが、東京都は1市4区からあまり動かないということで、見守りネットワークを深掘りした形でやろうと思うと、やはり個人情報関係で協議会があった方がいいと思うのですが、ここが施策の中にちょっと言葉としても全然出て来ない。今までの具体的施策の取組状況なんかを読み直してみたんですけど、28年度なんかだと、協議会の設置に向けた支援ということが入ってございまして、検討が進んだとかいう実績なんかも紹介されていたのですが、全く出て来ないというのはどういう考え方なのかな。

というのは、全国的な会議があると、東京はあまり積極的じゃないのかとかいう話が出たりして、いや、そんなことはないと言って、縷々説明するのですが、そういえば直接聞いていないなということなので、是非御説明お願いしたいと思います。

○野澤会長 ありがとうございます。協議会、一つの課題だと思っておりますが、これについてはいかがでしょうか。よろしくお願いします。

○消費生活部長 消費生活部長の吉村でございます。

都内では、先程御報告申し上げたように35区市で見守りネットワークが構築されてございまして、更にその先に、地域協議会を、できれば作っていただきたいと東京都でも認識してございまして、区市町村とお話しする機会がある時は、例えば担当課長会などでも、そういったことをお願いしているところでございます。

去年は、消費生活総合センターで実施しました行政職員対象の研修でも、講師として消費者庁の方にお越しいただきまして、地域協議会になることのメリットですとか、そういったことも具体的にお話をいただきまして、行政職員、また直接そういった担当者の方にも、地域協議会に更に進んでいくことの重要性のようなことはお伝えするように努めてまいりました。ですので、すみません、ここには書いていないんですが、決してこのままでいいと思っている訳ではなく、この見守りネットワークを更に都全体に進めると共に、できれば更にその一歩先、もっと先なんですか、更に進めて、地域協議会というものに取り組んでいていただきたいと考えておりますので、すみません、ここには書いていないですけど、努めてまいります。

○野澤会長 ありがとうございます。

○石戸谷委員 はい、分かりました。よろしくお願いします。

○野澤会長 すみません。それでは次、とや委員お願いいたします。

○とや委員 よろしく申し上げます。

新型コロナウイルス感染症のもとで、消費者行政の取組の強化、あるいは特別な体制、対応が必要だと思っています。その上で、いくつか質問と意見を申し上げます。

まず、質問なんですけれども、資料4の方です。相談件数、内容が記載されているんですけれども、こちらは東京都消費生活総合センター受付分のみになっているのですが、区市町村の数を含めた全体のは掴んでいらっしゃるのかどうか。それから、被害総額についてはどうなっているのか。それを教えてください。

もう一つです。基本計画の実施状況の中に先程の話とも関連するんですけど、資料3-③ですね。悪質業者に対する取締りの徹底というのがあるのですが、今回のコロナのもとで様々な相談が寄せられています。それに対する取締りの状況を教えてください。

それから、もう一つ。これはコロナと直接関係ないんですけども、先程コーディネーターのお話がありました。コーディネーターについては、今現在一人ということなんですけれども、これを拡充していく予定があるのかどうか。

もう一つは、資料3-⑥ですね。あちこちいって申し訳ないのですが。消費生活の出前講座等の表がありました。コロナ禍のもとで中止、延期を余儀なくされたとあります。コロナを踏まえた実施をやっていくということ、事業展開をしていくということなのですが、都内で活動されている消費者団体の方々も同じように講座の中止や延期を余儀なくされていると思います。これに対する支援は、どのようにお考えになっているのか、お答えください。

○野澤会長 どうもありがとうございます。以上4点ですが。

○相談課長 御質問ありがとうございます。センターの相談課長の百瀬でございます。

まず、1点目、コロナ関係の都内全域の質問状況なんですけれども、センターの状況が2,412件となっております。都内全域ですと1万839件となっております。傾向としましては、やはり4月がピークで3,500件程ありまして、そこから5月、2,500件位になってきて、またどんどん下がってきていて、多分、恐らく現在はかなり少なくなっているという状況でございます。

相談の内容は、都であっても都内全域であっても変わりなく、やはりマスクであったりとか、結婚式とか旅行とかのキャンセル関係のものが多くなっております。

相談状況は以上でございます。

○とや委員ごめんなさい、ちょっと聞こえないんですけど。

○相談課長 では、もう一度申し上げます。

都内全域のコロナにおける相談状況でございますが、当センターにおいては2,412件ございまして、都内全域でございますと7月までに1万839件ございました。相談の

ピークは、やはり都と同じように4月が最も多くて、全体で3,500件程ありまして、5月になると2,500と下がっておりまして、その後どんどん下がってきております。

相談の内容なんですけども、これは変わりなく、やはりマスクであったりとか、結婚式とか、旅行のキャンセルについての相談が多くなっております。

簡単でございますが、相談状況は以上となります。

○野澤会長 その他。

○特別機動調査担当課長 消費生活特別機動調査担当課長の西尾と申します。悪質事業者に対する指導ということでお話をさせていただきたいと思っております。

コロナ関連の事業者に対しまして、資料4にございますように、既に何件か指導を行っております。ただ、その上の欄にありますコロナウイルス感染拡大に便乗した悪質商法、例えば、コロナウイルスが水道管についているので、水道管を取り換えましょうとか、そういった事業者は、実は相談は1、2件入っているのですが、実際に契約まで至ったということではなくて、そういった誘いに御注意くださいという意味で、東京都消費生活総合センターでは広報をしている段階でございます。

したがって、なかなか所在もわからない、どこにいるのか、誰がやっているのかわからないという事業者でございますので、そういった悪質事業者への指導は申し訳ございませんが、今はないという状況です。

では、何をやっているかと言いますと、今、通販が非常に、新しい生活様式ということで、皆さん御利用になっている。そういった中で、マスクですとか消毒液ですとか、そういったものを新たに販売し始める事業者さんがいる。慣れていないものですから、法律できちんと書かなければならない事業者名とか電話番号とか、あるいは返品特約ですとか、それから送料の負担がどの位になるのか、そういったことをきちんと書いていない事業者もおりますので、法律に則ってきちんと書いてくださいという指導をしております。

また、うちのマスクは非常にいい素材を使っていて、コロナウイルスに対して特別な効果があるというような誇大広告をやっている場合もございます。そういったものも当然の如く、誇大広告は辞めてくださいということで、指導を申し上げているところでございます。

また、東京都の取組、行政指導の記載のその上に「インターネット広告監視として、広告を調査」とございます。これは、景品表示法に基づく表示の監視ということで、インターネット広告全般を監視しているものなのですが、その中で今年の5月に一斉にウイルス対策関連商品の広告を調査しております。

これから指導はするという段階ではございますが、誇大広告、そういったものにつきまして、ちゃんと監視をして、コロナウイルスに便乗した誇大広告をするような事業者に対する指導を今後ともやっていくというところでございます。

以上でございます。

○野澤会長 あと、消費生活講座のコロナ対応とか、いかがでしょう。

○活動推進課長 消費生活総合センターの馬淵と申します。

コロナ対応なんですけれども、団体さんへの支援という御質問だったかと思います。コロナが始まりまして、2月位から、やはり7、8月位までは、団体さんもなかなか活動ができにくい状況があったようでして、実際、講座などでも、集合型を皆さん、取り辞めたり、あるいは延期していたという状況があります。

そういった中で、最近、皆様、感染防止を徹底していただいて、講座に関しては、もう開催していているといったところもあります。ですので、そういった講座を開催する団体さんに対しては、講師を派遣したり、あるいは当センターの教室を提供しまして、そこで開催しているという状況もあります。

それから、団体さんによりましてはオンラインで講座をしたいというような御意見もあつたりします。オンラインということ自体も、時代のニーズにも合っていると思いますので、こちらについても支援ができるように検討しているところです。

あと、話が前後しますけれども、先生からいただいた3点目の御質問です。コーディネーターの増員についてということなのですけれども、こちらは、実際のところコロナの影響もありまして、先程申し上げたのですけれども、当初予定よりも若干活動が後ろ倒しになっております。そんな中ですけれども、今後につきましては、繋ぐ学校種を増やす、繋ぐ先を多様化するということももちろんあるかと思えます。

ですので、そういった量と質というニーズを、走りながらになりますけれども捉えつつ、状況に応じ、必要に応じての増加ということも検討してまいりたいと思います。

以上になります。

○野澤会長 ありがとうございます。

多くの方々に手を挙げていただいているのですが、すみませんが、時間との関係で、あと3名、現在手を挙げていただいている方3名に限らせていただきます。

それでは、末吉委員、お願いいたします。

○末吉委員 どうもありがとうございます。御説明ありがとうございます。私からは、政策4の「(2)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進」というところで、2つ質問をさせていただきます。

まず1つは、令和2年度はスーパーマーケット等における普及啓発、コロナの感染予防を踏まえた啓発を行っていくということですが、具体的にどんな取組をなさろうとしているのか、もし今既にお考えのものがあれば、是非教えていただきたいと思います。

と言いますのも、デロイトというコンサルティングファームが「ミレニアル年次調査」というものを出しまして、去年2019年にはミレニアル世代とZ世代の若者たち1万8,400人に調査を取っていて、今年コロナになってから、5月までの調査も9,100人プラスして調査を行ったものがあります。その中で若者たちの社会課題に対する意識調査というものを行ったのですけれども、2019年のコロナの前は一番、最も大きな懸念事項としては高齢化が1位で、2位が経済格差で、3位が気候危機だったんですね。それが

コロナのことがあった後に取った調査を見ると、最も大きな懸念事項として1位が高齢化で、ほとんどそれに差をつけない形で気候危機が2位に位置しており、若者が課題として意識しているということが調査結果として出ています。

ということですので、やはり若い世代は明らかに未来に対して、非常に不安を感じているということですので、若い世代に向けても、消費者と接点があるスーパーマーケットの中で、いろいろできたらいいんじゃないかなというふうに思っています。

もう一つ違う意識調査がありまして、博報堂さんが去年の暮れまでに出された「生活者のサステナブル購買行動調査」というものがあります。それによると7割から8割の方たちが、これは20代から60代、6,000人を取った調査なのですが、7割から8割の方々がサステナブル、エシカルなものを買いたいという購買意向があったんですね。なのですが、実際の購買実態は、その半分の4割にしか上らなかったということで、この意向と実態のギャップというところをいかに埋めるかということが、今後エシカル消費の普及に繋がると考えております。エシカル消費を実践できる場として、スーパーマーケットというのは非常に貴重な場ですので、こういったことも踏まえて、いろいろ考えていかれたらいいのではないかなと考えております。

なので、コロナ危機と気候危機、この2つの危機を、是非リンクさせて同時に解決をしていくようなことを目指して、この政策の中にも落としとしていただけたらなと考えております。

以上です。

○野澤会長 貴重な情報提供と御意見どうもありがとうございます。このスーパーマーケットに関しては何かございますか。

○企画調整課長 すみません、エシカルに関する質問ありがとうございます。

今年度のエシカル消費の取組ですが、スーパーマーケットで展開をしていこうと考えているのですが、詳細はちょうど今、最終的な詰めをしているところでございまして、今月中には、いわゆるプレス発表という形でお知らせできるかと思っております。

今、申し上げられることとしては、都内のスーパーマーケット40店舗から50店舗位で、エシカル消費に資する商品等のコーナーを作っただいて、そこに行けば、こういうものがエシカルに資するんだとか、こういった行動をすると地球環境や人に優しい、社会に優しいといった行動に繋がるのだということがわかるような、何かポップ的なものもそこに一緒に置いて、そういったことで実際に商品を購入してもらうことでエシカル消費の理解、促進に繋げていくような形になればと考えております。

それと、意向と実際の購買とがなかなか結びつかないという話もございましたけど、昨年度、大学でエシカルの普及啓発を実施した際に、一緒にアンケートも取ったんですね。その中で、実際に学生500名位からアンケートを取ったのですが、エシカルを知っていると聞いたのは、16%位。ただ、グッズとかチラシを見て、初めて知ったというところで61%位あったんです。なので、そういったものを通じて、認知などに一定の繋がりが

できるのかなと。

さらには、普段マイバッグだとか、あと食品ロスについては心がけている学生さんも結構多かったんですね。ただ、フェアトレードだとか、福祉施設で作られた製品購入、そういったところはまだまだ浸透していなかったのですが、大学で今回普及啓発をいろいろやったことで、これだったら僕たち、私たちもできるじゃないかといったように感じた人が、アンケートの結果、大体4割位あったんですね。

なので、そういったところでいろんな啓発を通じて、エシカル消費のハードルを下げていくことを、地道にコツコツとやっていくことも必要かなと考えていますので、今年度の取組、また来年度も引き続き、これについて進めていければと思っておりますので、またアドバイス等よろしく願いいたします。ありがとうございます。

○末吉委員 ありがとうございます。期待しております。

ごめんなさい、2つ質問があると言って、1つしかしていなかったです。

もう1つは、今後も学校を通じて若い人たちに向けて、授業の中で教える機会も設けていただけるのでしょうか、というところをお伺いしたかったのですが。そちらはいかがでしょうか。

○企画調整課長 いわゆる消費者教育の中にエシカル消費についても、うまく取り入れていけるように、これからそこはまだなかなか、何て言うんですかね、網羅的にエシカル消費を教育できるような方という方も今いらっしゃらないので、そういった人も育てていくことも考えながら、学校の中でうまく伝えられるように、子供たちに若いうちから、そういうようなことをちゃんと心がけた生活ができるようなことを今後取り組んでいきたいと思っております。

○末吉委員 ありがとうございます。

○野澤会長 それでは次に、坂倉委員、お願いいたします。

○坂倉委員 坂倉でございます。それでは、私から簡単に意見、感想を2点、述べさせていただきます。

まず1点目は、資料3-⑧に「消費者教育コーディネーターを配置」とございます。これは非常に素晴らしいことで、是非期待したいと思えます。

ただ、いくら御経験が豊富な方とはいえ、まだお一人ということですので、是非この人に任せっきりにならないよう、周囲の方のサポート、支援、御理解が大切だと思えますので、その辺りも併せて、お願いをしたいと思えます。

2点目は、コロナに関してです。本日、資料4に基づいて、コロナに関する消費者被害に関しての御報告をいただいております。

先程、高齢者の孤立のお話もございました。今回、コロナでもう一つ注目したいのは、非常時の消費者行動ということがあるかと思えます。具体的には、トイレトペーパーの品切れとか、マスクの品切れの対応とか、やはりこの辺も注目すべきだと思えますので、是非冷静な消費行動の呼びかけとか、非常時、緊急時の消費行動に関する啓発のあり方な

どを、東京都としても今回の状況を分析していただいて、今後に活かしていただければと思います。

以上、2点でございます。

○野澤会長 ありがとうございます。いずれも貴重な御意見として承らせていただきます。

それでは、最後になりますが平澤委員、お願いいたします。

○平澤委員 平澤です。よろしくお願いします。

1点ですけど、成年年齢引下げは、もう施行まで2年を切ったということで、直前の課題になっています。学校の先生たちは、それに対してどう対応するかということについて、非常に悩んでいらっしゃるって、去年の令和元年度などでは、夏休みの間の講習に私も参加しましたがけれども、非常に熱心に取り組んでいらっしゃいました。その後、引き下げということはみんな分かっているのだけど、じゃあ何が起きてどういうことなのかと、必ずしも十分な周知がされないまま、ずっと過ぎていると思うんですね。今年の夏も、そういう講義というのがたくさん開かれて、どんどん広まっていくのかなと思いましたけれども、コロナによって勉強会とかも中止になっていますし、学校の方は、もうちょっといろいろなことで大変で、それどころではないというような感じだと思います。

そして、外部講師が中に入って説明するというのも、学校側もコロナの感染を気にして十分できないというような状況が続いていると思います。

こういう中で、コロナがその後どうなるのかはちょっと見通せませんが、成年年齢引下げの施行自体は待たなしに来る訳でして、WEBを通じての講座とか、いろいろ周知とか、その辺りは状況が変わったということで、充実させていくということが必要なのではないかなというふうに感じました。

なので、感想と、その辺りの取組について、何か考えていらっしゃるころがあれば教えていただければと思います。お願いします。

○野澤会長 ありがとうございます。先程も少し触れましたけど、いかがでしょう。

○高等学校教育指導課主任指導主事 教育庁指導部の平林でございます。いろいろとありがとうございます。

まず、今おっしゃられているところで、消費者リーフレット、18歳、大人ということで、こういった何がどうなるのだろうというリーフレットを作成させていただきまして、昨年度末に各学校、全校、全生徒に届くような形でお配りしているところではございます。

ただ、これからどうしていくのかというところがございますけれども、今年度に関しましては「消費者教育の推進校の報告書」という事例集を各学校に今配付して、活用をどうしていくかということを進んでいるところでございます。また、各学校で消費者教育を進めるに当たっての課題とか工夫、そういったところを、事例を集めているような状況。それから、直接私共で出向いて、いろいろと指導なども展開しながら、12月に連絡会を開催する予定でございます。そこでは、消費者教育の充実に資する情報の提供、好事例ということで各学校での取組に繋げていければと、そのような取組で考えております。

以上になります。

○野澤会長 ありがとうございます。それでは、よろしいですか。

○平澤委員 ありがとうございます。

○野澤会長 それでは、皆様……

○活動推進課長 一言だけ、すみません、時間がない中。消費生活総合センターの馬淵です。

今、教育庁からも説明ありましたけれども、追加で私共の側面的な支援としての取組もお伝えさせていただきます。

学校教員の方の研修に関しては、コロナの影響もありまして、今年度はあえなく中止せざるを得ない状況でした。そんな中で、他の媒体を使いまして、御覧になれますか、例えば、「わたしは消費者」という教員向けの消費者教育情報提供誌があるのですけれども、この中で昨年成年年齢引下げ対応を取り上げております。専門家の方々の御協力も得て作った、例えばDVDであるとか、成年年齢とは違うのですけれども、エシカルマーケットの教材ですとか、それから平澤先生からコーディネーターの活用周知ということがありましたけれども、コーディネーターの設置についての御案内や、その他、メールマガジンですとか、あらゆるその他の活用できる媒体を使って、学校さんの支援をしているところです。

また、学校さんの中では出前授業もそろそろ始められるようなところもございまして、そういったところに私共のコーディネーターがヒアリングさせていただきまして、繋げていくということも、そろそろ動き始めております。歩みが遅いかなという印象を持たれる方もいらっしゃるかもしれないのですけれども、着実に進めていきたいと思っております。今後とも先生方におかれましては、センターへの御協力よろしくお願ひしたいと思っております。

以上です。

○野澤会長 よろしくお願ひいたします。

どうもありがとうございます。

それでは皆様、大変たくさんの貴重な御意見をどうもありがとうございました。事務局は、本日いただいた意見に留意しながら、各施策を積極的に進めていただきたいと思います。

本日の議事は以上になります。

最後に事務局から連絡事項があれば、お願ひいたします。

○企画調整課長 長時間にわたり、皆さんどうもありがとうございました。

今後の審議会の開催予定につきましては、新型コロナウイルス感染拡大の状況等も考慮しながら検討させていただき、改めてまた皆様に御連絡をさせていただきたいと思っております。

本日は、どうもありがとうございました。

事務局からは以上でございます。

○野澤会長 以上をもちまして、審議会第1回の総会を終了したいと思います。
本日は、どうも御協力ありがとうございました。

(午後3時19分閉会)