

第26次東京都消費生活対策審議会

第3回総会

令和3年11月22日（月）

オンライン

(午前10時01分 開会)

○消費生活部長 それでは、大変お待たせいたしました。定刻でございますので始めさせていただきます。

本日は、皆様、御出席を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工藤でございます。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にさせていただきますようお願いいたします。また、音やカメラについて不具合が生じた際には、一旦会議から退出して、再入室を試みていただければと思います。再入室をしても改善されない場合には、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お願いします。

続きまして、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、予定では24名の出席と伺っております。松谷委員は本日欠席の連絡をいただいております、委任状が1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に定めます、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、本日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、野澤会長、よろしくお願いいたします。

○野澤会長 ただいまから、第26次東京都消費生活対策審議会第3回総会を開会させていただきます。

最初に、先般の人事異動で武市生活文化局長が就任されましたので、御挨拶をいただきたいと思います。よろしくお願いいたします。

○生活文化局長 おはようございます。去る10月25日付で生活文化局長に着任いたしました武市でございます。野澤会長をはじめ、委員の皆様方におかれましては、大変お忙しい中御出席をいただきまして、誠にありがとうございます。

また、日頃より東京都の消費生活行政の推進に多大な御支援、御協力を賜っておりますこと、重ねて御礼を申し上げます。

会議の開催に当たりまして、一言御挨拶を申し上げます。

本日の総会では、今年5月に諮問させていただきました、東京都消費生活基本計画の改定について、答申案の中間のまとめを御審議いただくこととなっております。鹿野部会長、平澤部会長をはじめ、検討部会、消費者教育推進協議会の委員の皆様方には、短い期間で中間の取りまとめ(案)を取りまとめいただきましたこと厚く御礼申し上げます。

このたびの中間のまとめ(案)は、デジタル化の進展や新型コロナウイルス感染症による影響も加味した消費生活をめぐる現状ですとか、国等の動向、現行計画における取組や課題等を踏まえて御検討をいただきました。その上で、計画全体を貫く視点や体系的に施

策を推進するための五つの政策の柱におきまして重点的に取り組むべき課題と今後の方向性を示していただいたものと考えております。

本日の総会におきましては、中間のまとめについてそれぞれ専門のお立場から率直な御意見を賜りますようお願いいたしまして、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、どうぞよろしく願いいたします。

○野澤会長 どうもありがとうございました。

続きまして、前回の総会以降に委嘱されました委員の紹介、その後、資料の確認を事務局からお願いいたします。

○消費生活部長 5月の第2回総会以降、都議会議員の委員4名に交代がございましたので、御紹介させていただきます。

資料1の「委員名簿」を御覧ください。

お名前を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お願いできればと思います。終わりましたら、再びマイクはオフにしていただきますようお願いいたします。

アオヤギ有希子委員でございます。

○アオヤギ委員 アオヤギです。よろしくお願いいたします。

○消費生活部長 ありがとうございます。続きまして、かまた悦子委員でございます。

○かまた委員 かまたです。よろしくお願いいたします。

○消費生活部長 よろしく申し上げます。ありがとうございました。渋谷のぶゆき委員でございます。

○渋谷委員 渋谷のぶゆきです。よろしくお願いいたします。

○消費生活部長 ありがとうございます。宮瀬英治委員は、いらっしゃいますでしょうか。まだ接続が間に合っていないようですので、またおいでになりましたら御紹介させていただきます。

東京都消費生活条例第45条第5項の規定に基づき、任期は前任者の残任期間となりますので、令和4年5月19日までとなります。よろしくお願いいたします。

資料の確認に入らせていただきます。

最初に、次第がございまして、資料1が「委員名簿」、資料2が「幹事・書記名簿」、資料3が「東京都消費生活基本計画の改定について中間のまとめ（案）概要」でございます。資料4が、同じく「中間のまとめ（案）」の本文でございます。その他、参考資料といたしまして、「審議スケジュール」がございます。

以上になります。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した。ここで、武市局長は他の公務のため退席されます。

（武市局長 退席）

○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。

本日の議題は、「東京都消費生活基本計画の改定について中間のまとめ（案）」の検討となっております。

まず、中間のまとめ（案）について、検討部会の部会長であります鹿野委員より報告を受けたいと思います。

鹿野部会長、よろしくお願ひいたします。

○鹿野委員 検討部会の部会長を務めました鹿野でございます。

諮問事項につきまして、7月から3回部会を開催いたしました。これは、中間まとめの最後のページに経過として書かれているところです。御覧のとおり、この3回のうち2回は、消費者教育に関連する事項を扱いましたので、平澤委員を部会長とする消費者教育推進協議会と合同という形で議論をしてまいりました。いずれも委員間で活発な意見交換を行って、このたび中間のまとめの部会案を取りまとめましたので、御報告申し上げます。

中間のまとめ（案）全体の概要につきましては、事務局より御説明いただきます。よろしくお願ひします。

○企画調整課長 それでは、事務局から説明をさせていただきます。中間のまとめの（案）でございますが、今、画面を御覧いただいているとおり全体で4章立てになっております。「はじめに」の後、第1章では「計画改定の基本的な考え方」を、第2章では「消費生活をめぐる現状」を、第3章では「計画全体を貫く視点」を、最後の第4章で「各政策において重点的に取り組む課題と今後の方向性」をお示しするという構成にしております。

それでは、資料3の東京都消費生活基本計画の改定について中間のまとめ（案）概要を使って御説明いたします。御覧ください。

まず、本中間のまとめの序論となります「はじめに」では、本年5月に知事から諮問を受け検討部会を設置し、東京都消費者教育推進協議会と合同で開催しながら、このたび中間のまとめとして取りまとめたとしております。

続いて第1章、「計画改定の基本的な考え方」でございます。

まず、基本計画のこれまでの経緯をまとめております。都では、都民の消費生活の安定と向上を図るため、平成9年に基本計画を策定し、国に先駆けて消費生活行政を総合的に推進してきたこと。その後、平成20年と平成25年に基本計画を改定し、平成30年には、消費者教育推進計画を基本計画の一部に位置付けまして、一体的に策定するとともに、三つの視点と五つの政策の柱を立てて、積極的に消費者行政を推進してきたことを記しております。

そして、改定にあたっての基本方針ですが、新型コロナウイルス感染症による影響も加味した消費生活をめぐる現状、国等の動向、現行計画における取組や課題等を踏まえて、計画全体を貫く視点を更新するとともに、政策の体系の中に必要な施策を盛り込んでいくべきであるという方針を示してございます。

計画期間でございますが、令和5年度から5年間といたしますが、新たな消費者問題の発生などの状況変化や国の動向を踏まえ、必要がある場合には、この計画に新たな内容を盛り込むなど見直しを行うことを明示しております。

次のページからが第2章です。

こちらでは、消費生活をめぐる現状を各種データ等でお示ししております。

最初に都の人口の動向です。左側二つは高齢化社会についてのデータで、2060年には65歳以上の人口が3割を超えることや高齢者の単独世帯が2035年には100万世帯を超えることを示しております。右側は、在住外国人のデータで、直近はコロナの影響があり落ち込みましたが、トレンドといたしましては、増加傾向にあります。

次に消費生活を取り巻く環境の変化です。

こちらでは、近年「社会のデジタル化」や「サステナブルなライフスタイルの推進」の動きが進んでいたところ、コロナ禍によってそれらが一気に加速化・深化していることを各種データでお示ししております。左側二つは、社会のデジタル化の事例としてSNS利用者が特に19歳以下や60歳以上で増えていることやネットショッピングやキャッシュレス決済が増加し続けていることが分かるデータを載せております。

中間のまとめ本文では、このほかにもインターネットの利用ツールとしてスマートフォンが主流になっていること、利用目的として情報収集、動画閲覧などが増えていることが分かるデータも載せております。

続きまして、右側二つはサステナブルなライフスタイルの推進の動きについてです。

地球環境や社会問題は決して他人事ではないと感じる人の割合の増加やコロナ前と比べて、約3割がエシカル消費に対する意識が高まったと回答しております。

次のページでは、消費生活相談等の状況をまとめております。

まず、左上ですね。昨年度の都及び都内区市町村の消費生活相談窓口には、約13万6,000件の相談が寄せられており、依然として高い水準で推移していることが分かっております。二つ目は、若者の相談件数の推移で、相談割合が増加傾向にあります。

次に、危害や危険についての相談に関する事項といたしまして、子供の日常生活事故では、転落や誤飲、誤嚥等が多いことを示すデータを掲載しております。右側インターネット関連の相談件数が約4万2,000件と前年度に比べて26%増加し、過去最高となったこと、中でもSNSでの広告をきっかけとしてトラブルになるなど、何らかの形でSNSに関連している相談が増加傾向にあることなど、近年のトレンドを示す特徴的なデータを掲載してございます。

次に、中段では、消費者の意識についてまとめております。左のグラフ、消費生活問題への関心についての調査では、88%が関心ありと回答している一方、次のグラフ、都の消費生活行政のホームページである東京くらしWEBを見たことがあるかという調査では、約8割が見たことがないというふうになってございます。

次に、若者の消費生活に関する意識です。消費生活センターへの相談意向について尋ね

たところ、約 5 割が相談すると回答した一方、約 2 割が相談しないという結果になっており、次のグラフでは、相談しない理由といたしまして、4 割以上が自分で解決できると思うからと回答しております。

一番下の段では、国等の動きをまとめております。第 4 期消費者基本計画の策定と、コロナ禍による環境の変化を踏まえた一部改定、民法改正による成年年齢引下げや消費者契約法、特商法等の改正、その他、消費生活のデジタル化に係る中間的取りまとめをはじめとした消費者行政関連会議等の動向などについてまとめております。

次のページが、第 3 章「計画全体を貫く視点」でございます。

5 月の総会でも御説明いたしました、これまでも計画を推進していくに当たり、特に留意すべき事項を計画全体を貫く視点として 3 点掲げておりました。中間のまとめでは、この三つの視点について消費者を取り巻く環境の変化等を踏まえて更新するべきであるとしております。さらに、更新に当たっては、新型コロナの感染拡大の影響により社会のシステムや日常生活、人々の意識に生じた急速な変化も加味して整理すべきであるとしております。

それを受けまして、消費者の行動変容を加速させた社会の変化の中から、視点に加えていくべき要素として二つ整理いたしました。

一つ目は、デジタル社会への対応でございます。具体的には、インターネット取引やキャッシュレス決済が急速に浸透していること、こうした変化は消費者利益を増進させる一方で、様々な消費者トラブルを誘引していること、加えましてデジタル技術を利用する人できない人の知識や機会の格差への対応も重要な課題となっていること。また、デジタル技術の活用により新たなコミュニケーションが拡大する一方、非対面化の浸透により消費者の孤立、消費者トラブルの増加や深刻化が懸念されていることを挙げております。

二つ目は、サステナブルなライフスタイルの推進です。具体的には、人々の消費行動や企業等の事業活動において、持続可能な社会、環境への認識、関心が高まっている。しかし、SDGs 達成には、なお課題があり、その先にあるカーボンニュートラルの世界を見据え、より一層の変革が求められているとしております。

この二つの要素を踏まえた三つの視点の更新案が資料の下段になります。

視点 1 では、消費者トラブルを防止するには、消費者自身が当事者意識を持って知識を身に付け、冷静かつ合理的な判断ができるよう、注意喚起や消費者教育の効果的な推進が必要であり、また消費者が積極的に持続可能な社会の形成に参画していけるよう、適切な情報提供や普及啓発が必要である。都は、取組の充実を図って主体的な消費行動の変革を促進していく必要があるとしております。

次に、視点 2 では、消費生活のデジタル化により消費者の利便性が向上している反面、取引やコミュニケーションの多様化・複雑化・グローバル化により、全ての消費者がトラブルに遭う可能性が高まっている。とりわけ高齢者・障害者・外国人など、こうした社会環境の変化への対応が難しい消費者に対しては、一層の配慮が必要とした上で、都はデジ

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、的確に対応していく必要があるとしております。

視点3では、これまで築いてきた様々な主体とのつながりや連携を一層意識して取組を進めることが必要である。さらに、新たな課題に柔軟に対応していくため、既存の枠組みを超えた都・消費者・事業者の協働など、互いの役割を活かした取組も積極的に進めていくことが必要であるとして、都は消費生活行政の推進に当たって、多様な主体と連携・協働し、取組を強化していく必要があるとしております。

次に、第4章です。

こちらでは、計画を構成する具体的施策を体系的に推進するため、五つの政策の柱を設定して整理しており、今後もこの柱を踏襲して、これまでの施策を引き続き推進すべきであること、加えて、社会情勢の変化に対応し、これからの時代に求められる施策の展開を積極的に推進する必要があることから、本審議会や計画改定に向け、重点的に取り組むべき課題を掲げ、それらの課題の解決に向けた今後の方向性について示すという各構成の流れを冒頭に述べております。

次のページを御覧ください。

それぞれの政策について、左から、これまでの取組、課題、今後の方向性という項目にて整理をしております。最初に政策1、消費者被害の未然防止と拡大防止です。

被害防止のための注意喚起・情報発信では、これまでの取組といたしまして、ライフステージや世代に応じて、注意喚起や情報発信を行っており、ホームページ「東京くらしWEB」では、多様な消費生活情報や各種普及啓発事業を掲載し、SNSも活用して情報発信を行っているのとまとめております。

ここでの課題ですが、都の消費生活情報の認知度不足です。都民の消費生活問題への関心が高い一方、都が発信した情報に対する認知が不十分な状況でありまして、「伝える」から、「伝わる」情報発信への方針転換が不可欠であること。また、社会とのつながりや生活面での属性等に応じた情報提供の場が必要であるとしております。

今後の方向性といたしましては、デジタル社会に対応した伝わる情報発信として、簡潔で伝わりやすい表現や体裁、文字量等を工夫し、話題性を捉えた有用性の高い情報の発信をすること、また、これまで発信した情報の整理、コンテンツの充実を行うことを提言しております。

二つ目に多様な主体との情報提供の場の開拓といたしましては、自治会等地域のつながりから消費者を捉え、情報提供の場を開拓すること、災害情報など都民の関心が高い情報と連動するなどの工夫も求めています。

次に、見守りによる消費者被害の防止と早期発見についてです。

これまでの取組では、アウトリーチ活動や高齢者見守り人材向け出前講座の実施など、区市町村における見守りネットワーク構築への支援を積極的に展開し、令和2年度までに42区市町で見守りネットワークが構築済みであるとしております。課題といたしまして

は、都内全域における見守りネットワークの着実な構築といたしまして、未構築区市に対するアプローチ方法等についての検討が必要であること、その他、地域における見守り機能の向上、消費者安全確保地域協議会設置の推進を掲げております。

今後の方向性ですが、ネットワーク未構築区市町村へのアウトリーチ活動といたしまして、各区市町村の実情に応じたきめ細かいアドバイスを行っていくこと、見守りネットワーク機能の充実といたしまして、出前講座の充実や宅配事業者との連携など、見守りネットワーク活性化に向けた支援を引き続き実施すること、消費者安全確保地域協議会設置に向けた働きかけといたしまして、協議会未設置の理由を分析し、区市町村への情報提供や実情に応じた適切な助言の実施、国に対して財政面や制度面の見直しを図るよう要望を行うなどを求めています。

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です。

一番上が悪質事業者への指導・処分の強化です。これまでの取組といたしまして、フロー図も載せておりますが、特商法や消費者安全法及び条例に基づきまして、不適正な取引行為を行う事業者に対しまして調査を行い、指導・処分等を実施しております。

課題を二つ掲げております。

まず、インターネット広告と実際の契約内容の乖離です。インターネット広告の内容や金額が実際の契約と異なるケースや、事業者名や所在地等が変更され実態不明なケースが増加していること。

次に、進化するデジタル技術に対応した調査手法といたしまして、事業者は広告の内容を頻繁に変更すること、アプリを利用した勧誘や暗号資産の詐欺的トラブルなど新たな手口による被害も増加していること等に加え、広告、勧誘、取引の仕組み等を踏まえた的確な調査を行うには、最新のデジタル技術などに関する高度な専門知識が不可欠であることを掲げております。

今後の方向性ですが、デジタル技術などに詳しい高い専門性を備えた人材を活用いたしまして、専門家から適宜適切なアドバイス等の支援を得られる体制の確保、研修等の強化や知識・経験を持つ幅広い人材を登用すること、また、国や他県との連携の強化を求めています。

次に資料の中程、不当な表示等に対する監視の強化です。

これまでの取組ですが、景品表示法に基づく事業者指導等の事務フロー図やインターネット広告・表示の監視を記載しております。

課題といたしまして、インターネット広告において、配信方法等の変化・多様化への対応、さらには、アフィリエイト広告など、広告の作成者と広告主が異なる場合の表示責任に対する対策が行き届いていない点を掲げております。

今後の方向性では、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、継続的にインターネット広告を監視する体制の構築を挙げ、即時的・継続的・専門的に対応する監視体制の構築などを求めるとともに、国や業界団体等との連携についても提

言しております。

政策2の最後、健全な市場の形成ですが、これまでの取組といたしまして、事業者が不適切な取引行為の防止や不当な表示に係る法令を遵守した事業活動に取り組めるよう、コンプライアンス講習会の開催や自主学習用のオンラインコンテンツの提供を記載しております。

ここでの課題といたしましては、コンプライアンス講習会のWEB配信にも対応した講習会の実施や事業者団体等へのコンプライアンス意識の醸成といたしまして、コンプライアンスの取組が進んでいない事業者団体等への働きかけを掲げております。

今後の方向性ですが、コンプライアンス講習会については、受講しやすい講習会の環境整備といたしまして、配信方法の工夫やQ&A講義等の導入の検討、また、事業者団体等の自主的取組の推進といたしまして、類似の団体等との共催を声かけするといった支援などを求めています。

次に、政策3、消費生活の安全・安心の確保です。

こちらについては、都民や事業者との双方向性を備えた危険情報、注意喚起情報の収集・発信という一つのテーマでまとめております。

これまでの取組ですが、事故情報データベースや救急搬送事例、ヒヤリ・ハット経験などの事件事例調査から事例を収集し、それらを基に調査・分析を行って、商品テストや商品等安全対策協議会などを通じて、商品の安全性について検討し、その結果に基づき、業界団体、関係機関等への改善要望や消費者への積極的な注意喚起・情報発信を行ってまいりました。

課題の一つですが、まず事故における子供の救急搬送人員数の多さとしておりまして、日常生活事故における0歳から14歳の子供の救急搬送人員数が、ほかの年代と比べて多いこと。発達段階にある子供は、事故に遭うと大人よりも危険な状態に陥りやすく、さらに事故は子供の死因の中で上位にあることを示しております。

二つ目ですが、事故情報の潜在化及び認知度の不足といたしまして「原因は自分にある」など製品事故特有の消費者心理が働き、事故情報は埋もれがちでありまして、加えて行政が発信した情報は届きにくいことを挙げております。

こうしたことを踏まえ、今後の方向性では、安全意識の向上を促す交流型デジタルプラットフォームの構築を提言しております。具体的には、子供の事故防止対策の実効性を高めるには、子育て世代である20代、30代への注意喚起・情報発信を効果的に行うことが必要であり、その手段といたしまして、消費者と事業者が連携し、安全意識の向上と変革を促す交流型のデジタルプラットフォームの構築が期待され、都は、民間事業者や団体等と協力してプラットフォームの構築に取り組むべきとしております。

取組例につきましては、資料に記載のとおりでございます。

次に、政策4、消費者教育の推進と持続可能な消費の普及です。

最初に、成年年齢引下げに対応した消費者教育です。これまでの取組ですが、学校教育

部門と消費生活部門が連携して、消費者教育を推進してきたこと、各種講座の実施や教材の作成、提供、消費者教育コーディネーターの設置や若者参加型の啓発事業の実績をまとめております。

課題ですが、成年年齢引下げが目前に迫る中、若年者の消費者被害を防止し、救済を図るために必要な施策の実現は、いまだ不十分な状況であるとした上で、改正民法施行後の教育現場における啓発活動の強化や教育プログラムの充実、また、学校教育の枠組みにとられない消費者教育の提供といったことが必要であることを掲げております。

今後の方向性ですが、教育現場に対する啓発活動の強化といたしまして、消費者教育コーディネーターの活動範囲拡大を図る必要があります、そのためには組織的な推進体制の強化が不可欠であるとしております。

また、消費者団体や弁護士など、消費者教育に係る幅広い関係機関の紹介を行うことも重要であるとしております。

教育プログラムの充実による学校への支援強化といたしましては、eラーニング教材など教育プログラムの充実及び認知度・活用率の向上を図ること、さらに、幅広い主体に対する消費者教育の実施といたしまして、学校教育で消費者教育を受ける機会のない若者にも目を向けた情報提供などの取組の強化を掲げております。

次に、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です。

これまでの取組では、各種講座の実績、情報誌やコラム記事、SNSなどを活用した情報提供について、まとめております。

ここでの課題ですが、一つ目にデジタル技術を活用したサービス等の拡大といたしまして、今後も新たなデジタル技術に基づいたサービス等の拡大が予測されており、消費者教育においても迅速な対応が必要であること、二つ目に、デジタル化の進展に伴う消費者教育の拡大といたしまして、インターネットはインフラの一つとなっており、誰もがトラブルに巻き込まれるおそれがあること。加えて、デジタルデバイドの拡大に伴う情報弱者への対応を掲げております。三つ目では、消費者の多様性に配慮した教育の提供といたしまして、消費生活情報を得にくい在住外国人・障害者などのトラブル未然防止を掲げております。

今後の方向性ですが、デジタル技術を活用したサービスの提供の推進といたしまして、最新技術を導入した講座や教材等のオンライン化、コンテンツ内容や提供方法の見直しを行うこと、また、全ての消費者に行き届く教育機会の確保といたしまして、デジタル社会の身近な消費者トラブルや被害に直面した際の対処方法について、広く啓発を行うとともに、デジタルスキルアップのための情報提供等を行うこと。加えて、多様な消費者に寄り添える環境の整備といたしまして、やさしい日本語での情報提供、障害者に対する合理的配慮などの環境整備や、多様性に配慮した教育コンテンツの提供などを提言してしております。

次のページが、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。

これまでの取組では、日々の暮らしの中でエシカル消費を実践することで、持続可能な

生産消費形態が確保されるだけでなく、SDGsの様々な目標達成に大きく貢献する意義を踏まえ、普及啓発を展開してきたことをまとめております。

具体的な取組といたしまして、動画や特設ホームページの作成、大学やスーパーマーケットでのチラシやグッズ配布、今年度は、デジタル絵本や出前講座のカリキュラムを作成しております。

課題ですが、都民がエシカル消費を実践しやすい環境の構築といたしまして、「エシカルな商品はどこで購入できるのか」、「何がエシカル消費につながるのか」、「自分の身近な場所でやれることは」などの情報を都民に分かりやすく伝えていくとともに、実践できる「仕掛け」が必要であること。

また、具体的な消費行動を促進する事業者等との協働といたしまして、消費者のニーズと企業側の取組が接近している今の状況を捉えて、エシカル消費に資する活動に取り組む民間企業等をさらに増やしていくとともに、そういった企業等の商品やサービスの購入を消費者に促す仕組みが必要であることを掲げております。

今後の方向性ですが、民間企業等と構築するプラットフォームによる都民の行動変容につながる協働プロジェクトの展開を提言しており、行政と民間企業等と一緒にムーブメントを作っていくプラットフォームを構築し、共に盛り上げていくパートナーを集めていくことが重要であり、取組実績のある民間企業や関係機関、NPO等へも協力を呼びかけていくことを期待するとしております。プラットフォームでの取組例は、資料に記載のとおりでございます。

最後です。政策5、消費者被害の救済です。

消費生活トラブルの解決に向けた相談対応ですが、一般向けのほか、高齢者被害専用、外国語対応、遠隔手話通訳などの対応を行っていることや、高度専門的な相談への対応、相談テスト、区市町村支援、被害救済委員会についてまとめております。

課題でございますが、新しいサービス・技術等への対応といたしまして、社会情勢の変化に伴い高度化、複雑化する相談の増加により、相談案件処理が困難化する状況下で、相談員の情報収集、知識取得による相談対応能力の向上と、消費者自ら問題を解決するために必要な支援が求められていること。

多様な相談主体への対応といたしまして、契約トラブル等を抱えていても相談に至らない多様な相談者への支援が必要であること、自ら問題を解決することが難しい状況にある若者・高齢者・障害者など、さらに日本語による相談が困難な外国人など、多様な主体からの相談に柔軟に対応していくことが求められているとしております。

今後の方向性ですが、一つ目に新たなサービス・技術等に対する消費生活相談の強化といたしまして、アドバイザー制度や研修を拡充し組織的に相談員の対応能力向上を図ること、区市町村を支援するための連携を一層強化すること、加えてAIを活用したチャットボット等の開発・運用や、消費生活相談のシステムによる一元管理など、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まして、国に対して積極的な働きかけ

を行うことを提言しております。

二つ目に、多様な主体への相談体制の充実といたしまして、若者・高齢者・障害者・外国人について、それぞれの特性に応じた相談対応の強化を提言しております。例えば、若者については、チャットボット等を活用し、コミュニケーション手法の多様化を図ること。高齢者については、見守りネットワークの活用や区市町村との連携を強化すること。障害者等には、カウンセラー制度や関係機関との連携を進めること、外国人については、対応可能言語の拡大などを掲げております。

最後ですが、こちらの概要には記載しておりませんが、本文では1から5の各政策に共通することといたしまして、区市町村をはじめ多様な主体との連携による施策の推進を掲げ、都全域において消費生活行政を適切に推進する必要があると明記してございます。

以上、説明が長くなりましたが、中間のまとめ（案）の概要でございます。御清聴ありがとうございました。よろしく御審議のほうお願いいたします。

○鹿野委員 検討部会の部会長を務めましたので、一言補足ないし感想を申し上げたいと思います。

今、事務局より概要版を使って詳細に説明をしていただきました。ご説明にもありましたとおり、消費者政策における五つの柱、つまり第一に消費者被害の防止と拡大防止、第二に不適正な取引行為等の排除と健全な市場の形成、第三に消費生活の安全・安心の確保、第四に消費者教育の推進と持続可能な消費の普及、そして第五に消費者被害の救済というこの五つの柱自体は、従来からも存在したところでございますが、今回は、概要版の2ページや5ページに記載されているように、これらの政策推進に当たって特に留意すべき事項を三つの視点として掲げ、五つのそれぞれの政策の中にそれらの視点に基づく具体的な施策等を盛り込んでいくという基本的な方針に基づいて、今回の中間のまとめ案を作成したものでございます。

特に、特徴的なのは、第一にデジタル化への言及でございます。これには、二つの側面があり、一方では、デジタル化の進展によって新たな消費者被害が生じていることについての対応ということでございますが、もう一方で、デジタル化を活用し、これを武器として、新たな政策を推進していくということです。教育や啓発等をはじめとしてこれを役立てていこうということで、ここにまとめているところです。それから、2番目に、今まではどちらかというと、消費者の保護、あるいは、教育といっても自分の身を守るところが中心だったと思いますけれども、ここでは、持続可能な社会に向けた消費者の行動変容を促すということも強調されています。もちろんこの点は、これまででもなかったわけではありませんが、より積極的にこの中間のまとめの中に盛り込んでございます。

それから、3番目に成年年齢の引下げに係る民法の改正法が来年4月からいよいよ施行されることとなりますので、それに対応した事柄についてもここに盛り込んでいます。これに関しては、今までも進めてきたところがございますが、部会の議論では、今後さらに被害状況などを検証し分析して、それを改善につなげていくことが必要だと、そういうこ

とが指摘されてまいりました。

それから、いずれの項目についても、これも御説明があったように、多様な主体との連携が不可欠であるということを強調してございます。

それと、最後になりますが、被害救済において、多様な消費者にとってアクセスしやすい相談体制を構築していくことの重要性も指摘されてまいりましたので、その点についても今回の中間のまとめに記載しております。

簡単に、強調したい点を補足ということで申し上げます。

○野澤会長 どうもありがとうございました。部会委員の皆様には、短期間に精力的に御審議をいただきまして、大変感謝申し上げます。

それでは、答申に向けた中間のまとめ（案）の内容について議論していきたいと思いません。

第1章から第4章までございますけれども、順番はどこからでも構いませんので、御意見・御質問等がありましたら、御発言をお願いいたします。

発言を希望される方は、挙手ボタンを押してお知らせください。私のほうから順番に指名をさせていただきます。

最初に石戸谷委員から御発言メモを頂戴しておりますので、石戸谷委員、御発言をお願いいたします。

○石戸谷委員 石戸谷です。ありがとうございます。政策の重点課題、多岐にわたっておりますけれども、政策の1の消費者被害の未然防止と拡大防止を柱とすることに賛成しまして、その推進のための観点から意見を出しております。時間の節約のためにペーパーを用意しておりますので、その中で今映していただきましたが、ポイントだけ述べたいと思えます。

1のはじめにのところは、賛成の理由と東京都の先駆的な取組を述べておりまして、見守りネットワークも順次構築されているということで、評価できるとしております。

2の項目のところは、それに対して消費者安全確保地域協議会のほうは、まだ7区市ということで少ないように見えます。この現状の評価をどうするかということなんですけれども、中間まとめ（案）の34ページを見ますと、協議会設置の要件を満たす区市町村が多いにも関わらず、設置数が増えていないという指摘がありまして、そこがポイントだなと思っております。

日弁連のほうでもアンケート調査をやったりしているんですけれども、協議会の中でも年に1、2回程度構成委員会の会議とか意見交換をするというようなところも相当程度あるようでして、そうしますと見守りネットワークで実際に見守り活動をやっているというところのほうが見守りという意味では、実績を上げているのではないかということになりますし、同様に見守りネットワークのほうでも作ったんだけど、活動がどの程度なのかという問題があるので、ここは単純に数だけを比較するのでは、実態は見えないなということで、活動内容を何かしら項目で評価するとかして、見える化しないと現状評価はで

きないなというところを挙げております。

3のこの福祉分野のところとの関係のところが大事なところでありまして、これまでは見守りネットワークを協議会にしたほうが良いというところの意味というのは、本人から明確な同意が得られないんだけど、速やかにこの消費者分野と福祉分野で情報共有をしたほうが良いという事案の場合に、協議会のほうでは、個人情報共有の手当てがしてあるという点が挙げられておりますので、それぞれの分野で持っている個人情報保護法のルールで、グレーのゾーンであまり悩まなくてさっと対応ができるというところがメリットであると考えておりまして、私も地元自治体でその観点から消費者分野と福祉分野のほうで、ちょっと時間がかかりましたけれども、共通認識を持っていただいて協議会設置にこぎ着けたということでやってきました。

ところが、本年4月から厚労省のほうで法整備が進展しておりまして、重層的支援体制整備事業が実施されております。この事業は、福祉各分野の縦割りのところを横断的に支援体制にするというだけではなくて、他機関共同事業ということで消費者分野も含むという形で展開をします。しかもその情報共有の手当てもこれまで以上に幅広くなされる、できるという体制になっておりますので、そうするとますますこの見守りネットワークとその協議会とこの重層的支援体制整備事業というのをそれぞれに行うこの意味というのは、問われることになると思います。国のほうでは、重層的支援体制整備事業への行政担当部局の関与と見守りネットワークの一体的運用というのを要請しておりまして、確かに理念的には、それはそのとおりだということで、全く異論はないんですけども、区市町村の現場としては、それぞれ事務分掌としてやっているわけですので、それをどうやってやれば一体的に運用できるのかというところが問題になるわけですし、そこに取組みないといけないということかと思えます。

ということで4の項目は、基本計画策定に当たって、この問題に正面から取り組むということが必要ではないかということをお述べております。

5は、パブコメに当たってなんですけれども、この分野は非常に広がりがある問題でありまして、弁護士会のほうでも断続的にシンポジウムを行ったりしまして、参加者も多くて関心が非常に高いです。事業自体が先ほど来ありましたように多様な主体との連携というのが必要な分野なので、計画の段階から参加を呼びかけるという意見を出してもらおうということが大事かなと思っております。私としてもパブコメで意見を出そうよと呼びかけるつもりなんですけれども、その際、中間まとめの案では、必要に応じて国に対して制度の見直しを求めるとあるんですけども、これがどういう方向性の内容なのかというのが、ちょっとこれだけだとあまり簡単過ぎてよく分からない。うかつに賛成とも反対とも言い難いし、なかなか意見は出しにくいということがあるので、もうちょっとどういう意味合いなのかというのは分かるようにしていただくといいなということをお最後に付け加えています。

以上です。ありがとうございました。

○野澤会長 石戸谷委員、どうもありがとうございました。大変貴重な意見を本当にありがとうございます。

事務局のほうから何かございますでしょうか。

○企画調整課長 事務局でございます。石戸谷先生、どうもありがとうございました。この高齢者の見守りに関しての今までの東京都の取組についても御評価いただきましてありがとうございます。それと、都における消費者安全確保地域協議会の設置状況の課題につきましても的確な御指摘をいただいたと思っております。

都といたしましても、この協議会の設置が進まない理由の一つとして、やっぱり今の現状の見守りネットワークが十分機能していて、協議会設置のメリットが感じられないこともあるんじゃないかというふうに考えておるところでございます。なので、自治体によって個別の事情もあると思いますので、今後、自治体の状況を把握して対応を検討していく予定でございます。

それで、最後の御指摘いただきましたパブコメの部分なんですけれども、今後その協議会の未設置区市町村の個別の事情を把握していく上で、どんな情報が必要なのかとか、どんな要望をしていくべきかという、そこをやはり掴んで明らかにしていかなければいけないと思っておりますので、この協議会設置に向けた具体的な対応の内容や方向性は、今後、この方針に基づいて基本計画を来年改定する予定ですけど、その基本計画の改定の素案を出すときに、またパブコメをします。その段階で御意見をいただければなというふうに考えておるところでございます。

私のほうからは以上でございます。

○野澤会長 石戸谷委員、よろしいでしょうか。

○石戸谷委員 はい、分かりました。ありがとうございます。

○野澤会長 ありがとうございます。それでは、ほかの委員の皆様いかがでしょうか。どうぞ御自由に。どの部分からでも構いませんので。

それでは、井上委員、お願いいたします。

○井上委員 井上です。聞こえていますでしょうか。

ありがとうございます。大変よくまとまっていると思います。前の会議で消費者行政をデュアルという言葉で申し上げたんですけれども、事業者と消費者、行政、そういうプレーヤーに着目すると、そのデュアルと申し上げた消費者行政は、行政の視点から、あるいは行政の役割として二つ別のものが混在する時代になっているんだろうというふうに思います。まずは、伝統的な分野、消費者保護ですけれども、ここについての行政の役割、これも一方で高齢化が進んだりあるいは多様化が進んだり、デジタルの技術発展というので手口も巧妙になったり、これは、これで大変難しい。そういう難しい中で、行政の役割としては、むしろ消費者を悪い企業から遠ざける、あるいは保護する、こういう役割になるわけです。

その一方で、政策の柱の4の概要でいうと2枚目のところですね。政策4の2枚目のと

ころ、こちらの分野ではむしろ消費者と事業者を結びつけると、こういうことになるわけです。例えば、チェーンストア協会、以前から例えばレジ袋の有料化、こういうこともやってきておりますけども、そこでつくづく思うのは、やっぱりお客様、消費者の方の御理解がないと、こういう環境問題、あるいはSDGsは進まないということでありませぬ。僕は、最近CSと二つのESの調和と勝手に言っているのですが、CSはカスタマーサティスファクションですね。お客様の満足。それと二つのES。一つは、EMPLOYEE SATISFACTIONで、これは従業員満足、もう一つのESは、これは造語なんですけれども、ENVIRONMENT SATISFACTION、環境満足。これからの時代はCSとこの二つのESをどう調和させるのか、言葉を変えると、お客様、消費者のほうにも負担、あるいは御理解、これを進めていただかなければなりませんし、また、それが不可欠だと思います。そういう中で、行政としての役割は、こちらの新しい分野の消費者行政では、ここでもプラットフォームという言葉が出てきたり、連携という言葉が出てきておりますけども、事業者と消費者をどう結びつけていくのかということになります。これは、言うは易くてなかなかすんなりとはいきませぬ。前者と後者の二つのデュアルが分かれていれば簡単なんですけども、悪徳事業者も大体善人面をしてやってくるわけですから、なかなか現実の現場では難しいんだらうと思いますけれども、これからやはり東京都が先駆的なモデルとなって、このデュアルの消費者行政というものを牽引して行って日本のモデルになっていただければありがたいし、その過程でやはりその事業者との連携、あるいは消費者の巻き込み、こういったものをぜひ進めていただけたらというふうに思います。

以上です。

○野澤会長 貴重な御意見どうもありがとうございました。御意見として承らせていただきます。

それでは、坪田委員、お願いいたします。

○坪田委員 ありがとうございます。中間の取りまとめですけれども、非常に細かいところまで書いていただきまして、これが推進されていくというのは、心強いと拝見したところです。

これはどこに入るかというよりは、全体的な一つの感想なんですけれども、消費生活は、ほぼイコール生活ということでありまして、庁内の他部局との連携もさることながら、都民の側も、実はどれが消費者行政で、どれが何行政かということが分からない。生活の中で困ったときにどこに相談して、どこがやってくれるのだろうかという気持ちがあります。ということからしますと、生活のあらゆる場面で、積極的に消費者行政を展開する、生活のあらゆる面で、都民の生活環境の中で、積極的にトータルにということを何かどこかで一言入れていただければと思いました。

それは、「東京くらしねっと」が主要な駅、商業施設にもあるのを、私は拝見しているんですけれども、意外にも知られていない。

それから「カモかも」もかなり出ているのですけれども、実は「カモかも」が分からない方も多い。これが消費者行政のキャラクターであるということが分からなくても、知っている方はいらっしゃると思うのですね。そうしますと、あらゆるところで、「消費生活」であることを積極的に、都民の生活の中でアピールをしていただきたいということがあります。

それと関連しまして、消費生活センターがどんなことをしてくれているのかが、まだまだ分からないということから、相談をしないとか、自分で解決できると思うから相談しない、ということがあると思っております。ということは、これは、消費者教育に係るところかもしれませんが、まず、足元の問題商法についての消費者教育のみならず、消費者を守るための消費者行政ということ、住民に対してこういうことをやっていると言うのも大事な消費者教育になると思います。これは、子供たちが自分の身を守るだけでなく、自分が大人になって企業活動をするときにおいても、そういうことがあるのだということ、小さいときから植え付けるためには必要かと思えます。これは、学校の教科書でというよりは、むしろ身近なところの消費生活センターが何をしてくれるかということ、身近なところで情報発信していただくということが大切だと感じました。どのように積極的に情報発信をするか、どういうツールがいいかということは、たくさん書いてあるのですけれども、ツールがたくさんあっても、それは自分に関係がないことだと、興味がなければアクセスをしません。チャットボットであるとか、SNSは重要ですが、そこにアクセスすると何が得られるかと、そのところをもう少し踏み込んで一言書いていただければと思いました。

それから最後ですが、石戸谷先生と同じなのですけれども、これを拝見する限りは、要件を満たしていても、協議会になっていなくて、協議会の設置がまだであると。これは事実で、協議会は早く、一つでも多く設置をしていただきたいのですが、実は協議会を設置していないところでも、十分に福祉の方が見守りをしていて、消費生活センターにつなげてくださっているところがあります。こういった活動は、やはりそれなりの消費者行政がこれまでやってきた成果でもあると思いますので、そのことも一言触れていただければと思いました。

以上です。

○野澤会長 どうもありがとうございます。

情報発信、大変重要な課題でございます。今回の意識調査でもその辺が出ていると思いますけれども、引き続き東京都のほうでも頑張っていきたいというふうに思っております。どうもありがとうございます。

それでは、坂倉委員、お願いいたします。

○坂倉委員 はい。ACAPの坂倉でございます。よろしく申し上げます。

今回の中間取りまとめ案でございますが、全体的に課題や今後の対策についての的確にまとめていらっしゃると思いますので、方向的には賛成をいたします。

1点だけ意見申し上げるのですが、第2章の調査のところ、若者の消費生活に関する意識としまして、23.6%が相談しないと回答。それから、4割以上が自分で解決できると思っている。これは、近年の特徴の一つであると思うのです。

実は企業においても消費者の傾向というのは同じでございます、近年は若者が企業に電話で問合せをするという消費者がどんどん減ってきております。これに対して、今、企業はどうしているかという、大きく二つの対応を進めている企業が多いです。一つは、コミュニケーションチャンネルの多様化ということです。チャットとか、LINEとか、チャットボットとか、チャンネルを多様化するということ。もう一つは、セルフソリューション手段の拡大。消費者が自分で解決できる手段をたくさん充実していくということ。こういう二つの傾向があります。今回のこの中間取りまとめ案を見ると、この政策5のところ、今後の方向性として、若者とのコミュニケーションの手法の多様化を図ると指摘いただいておりますが、これは、ぜひ進めていただければと思います。

その上で、意見として2点申し上げたいのですが、1点目は、その中にチャットボットの活用と書いてあるんですが、最近企業もチャットボットを導入する企業も増えていますが、皆さん結構苦労しています。導入後も登録する情報の量、質を絶えずメンテナンスしていかなければいけないとか、対応が難しい場合は有人チャットへ切り替えるなど、苦労が実は多いので、導入されるときには企業の導入事例をよく参考にされるとか、あるいはネットやデジタルコンテンツに強い外部の人からの助言をいただくということが大事だと思います。

もう一点は、セルフソリューション手段の拡大ということで、基本的なことですが、ホームページでの情報提供、よくある質問とか、ホームページでの情報提供の充実ということも、ぜひここに加えていただければと希望いたします。

私からは、以上でございます。ありがとうございます。

○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、本当にありがとうございます。今、いただきましたこの2点については、また引き続き検討させていただきたいと思っております。

それでは、平澤委員、お願いいたします。

○平澤委員

平澤です。私は検討部会委員メンバーではないんですけど、消費者教育推進協議会の部会長なので、合同部会として教育に関する議題のときには参加させていただきました。ありがとうございます。

成年年齢引下げが来年施行で、この基本計画は再来年からですので、成年年齢引下げの影響というのがどういう形に出るかというのが、まさにかぶってくる基本計画だと思っています。

そういう意味では、消費者教育のところ、成年年齢引下げに対応した消費者教育という形で、タイトルで重点的に取り上げていただき、その中でいろいろ意見も述べさせていた

だいたいで、ありがたいと思っていますし、非常に重要なものになるなど。

あるいは、施行後の状況も踏まえて検討していこうということも47ページの教育プログラムのところには書いてあって、それもいい方向だなというふうに思っています。その辺りは、合同部会で述べたとおりです。

一方でというか、消費者被害がこの後どうなるのかとかいうことについても、この基本計画の5年間では検証して、それで施策に反映したほうがいいのではないかなというふうに思っています。

ちょっと消費者教育のほうに気を取られていて、そこの部分についてあまりチェックしていなかったので、今さら意見を申し上げて申し訳ありませんけど、成年年齢の関係では、消費者被害の救済、政策5の関係では55ページのところに相談体制の充実で、成年年齢引下げに伴う若者の消費者被害の増加が強く懸念されているということが書かれていて、その対応をするということ自体は、もちろん大賛成なんですけど、被害情報が得られる中で、やはり法の手当が遅れているものですから、どういう法律が必要になるのかというような問題が常に5年とかいうスパンではなくて、短いスパンで検証して、立法事実として明らかにしていくというようなことが必要だと思うし、そういうことが求められると思うんですね。

なので、百何十年も続いたものが下がるわけだから、どういうことが起きるかというのは分からないわけで、ある程度予測して懸念しているわけですけども、その辺りを十分検証するというような方法を明記していただくといいかなというふうに思いました。それが政策5なのか、政策1なのか。要するに、被害がこういう形に出てきたとき、例えばマルチとか、そういうもので被害が深刻化したようなときに、どういう立法に結びつくようなものを明らかにできるという、そういう仕組みみたいなものを政策1か政策5なのかもしれないんですが、載せていただければなというふうに思いました。

以上です。

○野澤会長 はい。どうもありがとうございます。

何か立法事実に関係するものか、何か記載というんですかね、そういうものを政策1か政策5に入れるということによろしいでしょうか。はい。ありがとうございます。

それでは、福島委員、お願いいたします。

○福島委員 はい、聞こえますか。お願いします。

東京都議会議員の福島りえこです。本日は御報告ありがとうございます。

やはり、相談窓口というのは、事後対応であると思います。ですので、私としては、ぜひ、寄せられたお声を確実に未然防止につなげていただきたいと思います。

例えば、怪しいサイトにアクセスすること自体をブロックするフィルタリングソフトというものが、既に世の中にはあります。ですので、都に寄せられた御相談の声、最新の情報を例えばリアルタイムに登録していった遮断するとか、それが難しければ、このサイト

に関しては東京都の相談窓口に多くのご相談が寄せられている、ということを知り、一考を促す。そういうことはできるのではないのでしょうか。

デジタルの詐欺には、デジタルでの対応が必要に思います。消費者生活相談のデジタル化を国に要望されるということですがけれども、詐欺をする側は、これまでの多くの事例を踏まえて仕組みを巧妙化してくるので、こちらでもデジタルで情報を集めて、よりよい対策を速やかに都民にフィードバックする。そのようなスピード感を持った取組をしていただきたいと思います。

以上です。

○野澤会長 貴重な御意見どうもありがとうございます。これもまた事務局のほうで検討させていただきたいと思います。ありがとうございます。

それでは、柿野委員、お願いいたします。

○柿野委員 お願いします。

私は、審議会の部会である東京都消費者教育推進協議会の委員ということで、議論に参加させていただきました。今回このような形で中間まとめが出ているということに対し、非常に分かりやすくまとめてくださり、感謝申し上げたいと思っています。

この計画が、消費者教育推進法に基づく都道府県消費者教育推進計画の位置づけを持っているというようなことから、少し意見を述べたいと思います。この計画の評価の枠組みがどのようになっているのかということが、ここには書かれていないと思います。

国でも、消費者教育の評価をどうしていくかということが課題に挙げたまま、なかなか議論が深まっていないのですけれども、例えばこの5年間のうちにどのような姿にしていくかと数値目標を定めると、逆に狭まってしまって、問題となることも出てくると思うのですけれども、この計画をどのように実現していくか、評価の視点も意識していることが分かるように、中にも盛り込んでいただけたらなと思います。

以上です。

○野澤会長 はい。どうもありがとうございます。なかなか評価は難しいところもありますけれども、ぜひその点も踏まえて考えていきたいと思っています。どうもありがとうございます。

それでは、末吉委員、お願いいたします。

○末吉委員 はい、どうもありがとうございます。

本当に細かなところまで御配慮いただきながらまとめていただいて感謝いたします。私も消費者教育推進協議会のメンバーとして、10月の合同部会でもこちらを拝見して、少し意見を言わせていただいたんですけれども、それにプラス今日は2点だけ意見を申し上げたいと思います。

まず1点目ですが、先ほど見せていただいた政策4の2枚目のところですがけれども、日々の暮らしの中でエシカル消費を実践することで、持続可能な生産消費形態が確保されるだけでなく、と左上のほうに書いてあります。今ちょうどCOP26も終わったところで

すが、やはり脱炭素、あるいは2050年カーボンニュートラルの実現のためには、私たちの暮らしでの実践というのは非常に大きな力になります。なので、ここの中にそれを明記しておくほうがいいのかと個人的に思っておりまして、例えばですけれども、日々の暮らしの中でエシカル消費を実践することで、2050年カーボンニュートラル実現への寄与ができるとか、そういったような文言で何か入れることができれば、私たちの暮らしがそういった実現に結びついているんだということを示せるのではないかなというふうに思います。

それから2点目ですが、こちらは今後の方向性のところに少しだけ関わるという話になりますが、やはり企業で働く人たち、あるいは企業の経営者たちもみな消費者であり、生活者であると。意外とこの視点って忘れがちかなと思っています。

なので、ここを取組例として従業員の意識改革ということで、エシカル消費の普及啓発が記されていますが、こちらもすごく大事なんですけれども、企業の経営者も企業で働く人たちも誰もがみんな消費者であるということを踏まえて、やはりどんな人も消費者であるという視点を培う教育をさらに促していき、力を入れて普及啓発をしていくということが、より一層大事になってくるのではないかなと感じています。

ということで、私からは以上2点になります。ありがとうございます。

○野澤会長 どうもありがとうございます。2点とも大変重要な視点でございますので、また、これ検討させていただきたいというふうに思います。

それでは、かまた委員、お願いいたします。

○かまた委員 はい。本当に分かりやすくまとめてくださりまして、ありがとうございます。

私のほうからは、学校現場にいた経験を踏まえて、感想という形で、政策4のことについてお話をさせていただければというふうに思います。実は私も現場にいたときに、身を守るという観点で、このパンフレットを使いながら授業をした記憶があります。これからは、持続可能な消費へ向けても授業をしていくことになるんだなと思うんですけれども、この今後の方向性の中で、教育現場のニーズを踏まえてeラーニング教材などを充実するという、この現場のニーズを踏まえてという言葉を入れてくださったことに本当に心から感謝をさせていただきたいと思います。

今、学校現場は本当にやるものがたくさんありますので、各学校のタイミングで、各学校の望むやり方で子供たちに授業できることが一番重要ですので、そこでぜひ、このコンテンツの充実も深めていただけたらというふうに思うんですけれども、よく教員が活用するサイトの中で、とてもありがたいのが、NHK for SchoolというNHKが作っているサイトがあるんですけれども、データがいろんな種類あったり、あと10分とか、15分とか、短い、時には5分ぐらいの短い映像で学習内容がまとまっていて、それがいろんな種類あるんですけれども、そのように細かい教材で分けていただいて、コンテンツを作っていただくと、必要な実態に合わせた必要な教材を使うことができますので、ぜひ、

そのような視点でやっていただけたらとてもありがたいなというふうに思っています。

あと、このせっかく作ってくださった教材をどのように伝えていくかというところなんですけれども、多分この学習は主に、家庭科と社会科の授業でやることになるかなと思うので、そういう興味を持っている教員たちが集まる都の研修会などでビラを配っていただくと、すごく興味を持ってやるかと思いますので、ぜひ、そのようにニーズを踏まえて進めていただけたらと思います。本当に分かりやすくまとめていただきまして、部会の皆様ありがとうございました。

以上です。

○野澤会長 どうも貴重な御意見、本当にありがとうございます。

それでは、平野委員、お願いいたします。

○平野委員 主婦連合会平野でございます。この中間取りまとめ案が的確にまとめておられる点を大変評価しております。

私からは、全体的な感想になります。このコロナ禍でSNSや、デジタルデバイスを使う方向に進んでいることはとても有意義ではありますけれども、頼りすぎて偏重しないということも大切であるということが忘れがちになってしまいますので、ぜひその辺は考えながら進めていただきたいと思えます。

なぜかという、最近「もう会って話したいよ」という声が高齢者だけでなく、若い世代からも聞かれます。コミュニケーションの基本というのは、対面であります。これからもどんな感染症がまた出てくるか分かりませんが、しなければいけないということは、かなりあるかと思えます。

個人的なことで恐縮ですが、先日、お隣に住む高齢者が未明に救急車で搬送されました。もう三十数年隣同士ですので、私も何も考えずに飛び出して行って、後から車で追いかけるという形で付き添いました。高齢者お二人で御主人が体調不良になり救急車に乗って、奥さんがとても不安だった、近くにいる近隣の人が一番頼りということをおっしゃいました。付き添っていただけですが、そういったことがどれだけ人との関係の中に必要なのか。心のつながりというものは対面で培っていくものです。感染症対策をしながら対面での活動を続けるということも、忘れないで考えて行ってほしいと思えます。

もう一点、ヒヤリ・ハットの情報について、子供さんと親子で楽しく遊べる安全教育コンテンツをお考えということですが、私もですが、多くの皆さんがSNSを利用しており、デバイスを持っている人は、すぐググって調べることは簡単です。

ですが、やはりさきほど申したことと重なりますが、子供の危険などの情報は、先輩お母さんたちとの交流とか、身近なところでの体験で知っていきます。子育てには、その部分が重要で、親子を孤立させないということもあります。しかし、SNSですと、知識は得られますが、孤立してしまうということもありますので、安全コンテンツの中には、どの程度リアルに近いものが埋め込められるのかということも、ぜひ検討していただきたいと思えます。

あともう1点です。これも感想ですけれども、私は昔、識字のボランティアをしていた経験がございます。そのときの外国人の学習者が特に被災したときとか、そういう非常時の日本語というのがなかなか分かりにくいということでした。同じ目線で外国人への対応をここの中に盛り込んでいただいたことは、とてもありがたいことだと思いますし、評価します。ぜひ進めていただきたいと思います。

以上です。ありがとうございました。

○野澤会長 どうもありがとうございます。貴重な御意見、経験に基づく御意見で、どうもありがとうございます。

それでは、小浦委員、お願いいたします。

○小浦委員 すみません。小浦でございます。ありがとうございます。

私からは、そうですね、今回こういうふうに現状を分析していただいて、中間まとめをしていただきまして、検討部会の委員の皆様には感謝を申し上げたいと思っております。内容も本当に多岐にわたり、まとめていただいていると感じております。

私からは、政策5の消費者被害の救済に関連しまして、相談のことで1点お伺いしたいんですけれども、AIを活用したチャットボットの開発とか運用というのは、かなり進んでいます。東京都の区市町村のところでも、もう既に取り入れているところもあります。

私のほうからは、相談の受付に関してなんですけれども、SNSを使っての相談をやっているところもあると思うんですけれども、実は私は全国消団連のほうにも加盟しておりまして、消費者行政の充実プロジェクトというところで、全国の都道府県の皆さんにアンケートをしたんですね。その中で、デジタル化、それからIoTを活用しての消費者行政業務、どんなことを取り組んでいますかという設問をさせていただいたんですけれども、その中で消費者生活相談ですね。そこにSNSを使っての相談を進めたいというところもいくつかありまして、ただ、それとは裏腹に心配なこととしては、やはり相談の内容が漏えいしてしまうのではないかと。セキュリティに関して心配する声も多々ございました。

ですので、この中間まとめの中で、今後SNSを使っての相談も増えていくのではないかと思いますけれども、セキュリティに関してのどのよう構築していくかということが盛り込まれれば、なお、安心も広がるのではないかなというふうに感じたところでございます。その1点だけよろしくお願いいたします。

以上です。

○野澤会長 どうもありがとうございます。貴重な御指摘ですが、何かこれ、事務局のほうは、特に今の時点でございますでしょうか。はい。お願いいたします。

○相談課長 はい。センターの相談課長でございます。御意見をどうもありがとうございました。

今、委員がおっしゃっていただいたデジタル化に関することについては、今まさに国は消費者生活相談を今後どうするかということで検討と議論をしております。東京都も相談現場である地方自治体としてその議論に加わっております。その中で、当然セキュリテ

イについてもいろいろ懸念材料があり、意見を伝えているところで、国と一緒に考えているところがございます。今後もその動向を踏まえて、いろいろと検討していく中で現場の声を伝えていきたいと思っていますので、どうぞよろしくお願いいたします。

○小浦委員 はい、どうぞよろしくお願いいたします。

○野澤会長 それでは、貴重な御意見、本当にありがとうございます。

それでは、アオヤギ委員、よろしくお願いいたします。

○アオヤギ委員 はい、都議会議員のアオヤギです。聞こえますでしょうか。はい。

1点だけ意見を申し上げたいと思いますけども、今、数字で示していただいたように、デジタルの被害というのが急増しているという中で、特定商取引法が6月に公布されておりますが、そこで紙の書面の義務づけがなくなっているわけですね。電子化ということができるといことも盛り込まれております。

今までいろんなマルチ商法だとか、そういった被害というのは、書面で契約書が家にあったために、第三者や家族などがちゃんと気づいてあげられることができたんですけども、電子化ということがもし実行されれば、被害が見えづらくなってしまって、被害者が孤立してしまうというようなことが起きかねない。そして、複雑化する可能性もあるということで、まず中間まとめの本文のほうで28ページに、いろんな法律の改正だとかが事実として書いてあるんですけども、その多分28ページのオになると思うんですが、そこに契約書の電子化というところをしっかりと書いていただきたい。この電子化については、いろんな様々な全国的な意見があって、実行するまでには2年あるんですね、猶予が。ですから、やはりこれに対しても、私は電子化というのは反対ですけれども、そういった国に対しての法律に対して意見をぜひ言っていただきたいなというふうに思っております。

あと、その対策として、もしこれが本当に施行されてしまえば、デジタルでの被害というものが広がってしまうおそれもありますので、こちらの2番でしたかね。概要版のデジタル技術などに詳しい高い専門性を備えた人材の活用というところは、本当に目標を持って増やしていくということが、こういう対策には必要なのかなというふうに思っております。例えば、何人とか、全都で何人必要としているとか、分かれば記載しながら具体的な目標を書きいただければなというふうに思っております。

以上です。

○野澤会長 どうもありがとうございます。大変貴重な御意見で、またこちらで検討させていただきたいと思います。

それでは、原田委員、よろしくお願いいたします。

○原田委員 はい、原田でございます。聞こえますでしょうか。

○野澤会長 はい、大丈夫です。

○原田委員 ありがとうございます。きれいに取りまとめていただき本当にありがとうございました。

内容的には、全く異論はありませんで、特に部会で私も検討部会に参加させていただき

ましたので、特に最後のほうの消費者生活相談のデジタル化等々を御検討いただいたり、チャットボットを含めた、特に若者に対しましては、チャネルの多様化というネットを介した相談のチャネルも必要だということなどところを取り組んでいただきまして、ありがとうございました。

特に、そういうスキルがまた必要になってくるかと思いますので、今まで例えば電話や来所のみで受けていた相談員さんが、まあいきなりデジタル化しましょうというところも、チャットしましょうというところも、なかなか大変なところで御負担かけるかもしれませんが、その点は相談員さんに期待するというところで、検討を今後もしていただければと思います。

もう一つは、4章の政策2にあるような、いわゆる取締りといいますか、指導や処分の強化というところが記載されておりまして、非常にそのとおりでございまして、特に消費者被害を及ぼすような事業者とか、相手に対しましては、やはりかなり強い姿勢を見せないと、取りまとめ案でも若干触れていたと思うんですが、恐らくネットなんかのケースですと、相手の所在地が分からないとか、越境しちゃっているとかということで、なかなか取締り自体が難しいというようなケースがあることは重々承知しております。

なので、そういったケースも踏まえて、要は、悪さしたら許さんぞみたいなことで、ある程度姿勢として見せていただくことによって、例えばここにも書いてある表示とか広告の部分ですね、これをきっかけに消費者被害が発生していくわけなんですけれども、やはり広告やアフィリエイトに関しましても、ちゃんと真面目にやっている事業者もいますし、一部の悪質な事業者がやりたい放題やっていることによって、被害が拡大していくという負の面を取られてしまうというところもありますので、真面目にやっている企業がばかを見ている状況が、広告業界に恐らくあると思いますので、そういった点では、不当な表示等に関しましては、もう監視の強化と、もうそのとおりでございまして、そこを強く前面に押し出していただくというところを今後もお願ひしたいと思ひます。

その下の健全な市場の形成に関しましても、もうそのとおりでございまして、特にちゃんと真面目にやろうという事業者さんは、もちろんやっていただけると思ひますけれども、やはり要はそういうちょっと悪質なアフィリエイターや広告主に関しましての広告が出てしまうような、いわゆるプラットフォーマーさんとか、以前も言ったかもしれないんですけれども、そういったところに対して情報交換等をしていただいたりとか、特にやはりそういったプラットフォーマーが取得する情報のデータの取扱いに関しましては、公取等でも議論されているところではありますので、やはりそういったデータの取扱いに関して、広告にどのような使い方をするのかとか、今後そういったプラットフォーマー自体が取得したデータを使って出す広告に対して健全化を求めるといふような、そういった活動も裏でしていただけるとありがたいなというふうには思ひました。

以上でございます。

○野澤会長 どうもありがとうございます。

それでは、西田委員お願いいたします。

○西田委員 東工大の西田です。よろしくお願いいたします。

中間のまとめ御苦労さまでした。これまでの議論に基づいて、よくまとまっていると思います。

私からは、特に政策2の部分、41ページの辺りで報告書の取りまとめの部分です。今回子供を取り上げるということなんですけれども、今まさに映っているこの図を見ると、高齢者に関しても数は結構多いということで、しかし特に総花的にならないように、本来、両方取り上げる必要があるんですけども、今回子供にフォーカスするということとっています。その辺り、今回子供を取り上げることでいろんな仕組みづくりを進めると、実は高齢者の仕組みづくり、安全・安心な生活を支えるような仕組みづくりにもつながるといようなことが43ページの今後の方向というところで言及されているといいと思いました。要するに、高齢者を無視するわけじゃなくて、そこも踏まえていますよということが、ちょっと出せるといいのかなと思いました。

それから、こういったいろんな事業者を巻き込むって非常に大事だと思います。今年の8月19日に出されている内閣府の消費者関連情報の提供の在り方検討ワーキンググループというところがありまして、私は、そこに委員として参加しておりました。ここでも企業VS行政というようなものではなくて、連携があり得るんだと。本業を通じてSDGsの視点とか、今回のような消費者の安全・安心を促進する企業というのはどんどん出てきているという、それを広げていく必要があるという方向性が打ち出されていますが、今回、都で進めようとしているこの政策2というのは、まさにその具体例となっており、事業者をどう巻き込んでいくのか、事業者と連携するプラットフォーム具体例だということも言及してもいいのかなというふうに思いました。

以上、コメントです。

○野澤会長 どうもありがとうございます。

原田委員と、それから西田委員には、また引き続き検討部会のほうでもよろしくお願いいたします。どうもありがとうございます。

それでは、岡崎専門員、お願いいたします。

○岡崎専門員 はい、ありがとうございます。

2点ほど申し上げたいと思います。

まずは、大変網羅的な取りまとめをいただき、ありがとうございます。その上で、2点申し上げます。

1点は、成年年齢引き下げのところで、いまだ不十分であるけれども施行されるという分析を非常に正直にいただいたことについて御礼申し上げます。いまだ不十分なままに施行されるということで、私どもも危機意識を持っており、これへの対応にもう一言、東京都教育庁、教育委員会との連携の必要性を言及いただくとありがたいと感じました。日頃、中学校、高等学校の先生方と連携していろいろな事業をさせていただいております

中で、教育委員会の影響力は大きいものがあると感じております。

新たに実施段階を迎えている学習指導要領では、消費者被害への意識の向上の必要性が小・中学校、高等学校のいずれにおいても従前より明確に記載されております。この点、東京都教育庁が積極的に取り上げてくだされば、高等学校、中学校においても反応されるのではないかなと感じます。この点に関する東京都消費生活基本計画案の現在の内容は、消費者コーディネーターの活動範囲の拡大や学校への支援強化ですが、学校以外の枠組みも重視するなど、もう一步踏み込んだ内容を記載し、実施いただく必要があるのではないかと感じたところです。

もう一点は、高齢化が非常に進んでおり、人生100年時代のライフプランニングが心配であるということから、資産形成に対する若者の関心が高まっています。これ自体はよいことかと思うのですが、これにまつわる詐欺が増えています。投資情報に役に立つと称するUSBなどのマルチ商法や、SNSでの宣伝が横行しています。こうした事態に対して様々な手立てを講じていただいているところですが、eラーニングなどを作っていくのも何もないところから予算を確保して作るというのは非常に大変なことです。金融広報中央委員会で関係省庁と連携しまして、1年ほどかけて、1コマ20分のeラーニングのシリーズを作成しております。中立公正な観点から内容を吟味して短くまとめておりますので、先ほど、かまた委員よりNHK for Schoolのお話ありがとうございましたけれども、既存のものを有効に活用していただくという観点から、吟味いただいた上で、ご周知いただくことも有効かと思ひまして、発言させていただきました。ありがとうございます。

○野澤会長 どうもありがとうございます。貴重な御意見と、それから情報をいただきましてありがとうございます。

それでは、小野委員、お願いいたします。

○小野委員 はい、小野でございます。

丁寧な中間の取りまとめをいただきまして、誠にありがとうございます。私も気になって発言させていただきました若年層に向けた学校教育について学校以外での消費者教育の充実、あるいはオンライン教材の更なる展開などにも触れていただき、感謝しております。

質問ではなく、改めて拝見しまして、消費者被害の救済のところで、「あ、そうだな。さらに重要だな。」と思ひまして、賛成の意味を込めまして発言をさせていただきます。それは、消費生活相談アドバイザー、それから消費生活相談カウンセラーについてです。相談というのが、みそだと思うんですけれども、やはり相談員さんというのは、現場で要となるという方々だと思っております。そういった方々がバーンアウト、つまり燃え尽き症候群にならないように、さらに専門性を持って働いていただくということが本当に大切だと思っております。

消費者庁でも、2月に対応困難者への相談対応標準マニュアルというものが出ておりまして、相談現場の方々の抱える過酷さや、そのための具体的な提案があつて、なかなか興味

深いなと思っております。

企業でも、お客様相談室などではいろいろな工夫があると聞いておりますが、いずれにしてもこのような先進的な取組を、根拠を持って体系的に推進をするというのは、貴重だと思ひ、先進的なモデルにもなるかと思ひますので、期待をしております。

以上、感想でございました。ありがとうございます。

○野澤会長 どうもありがとうございます。

それでは、渋谷委員、お願いいたします。

○渋谷委員 質問というか意見として、皆様からのいろいろ貴重な御意見を聞かせていただきまして、大変勉強になりました。

私のほうからは、まず、政策2のほうで悪質事業者の指導・処分の強化ですけれども、これはぜひ、推進していただきたいのですが、良心的な事業者の営業に支障があつてはいけませんので、その意味では業界団体の皆様との連携をぜひ密に取っていただいて、よりよい業界にさせていただくような形で、悪い事業者を排除するというような方向でお願いしたいと思ひます。業界との連携ですね。

それから、政策4のところで、消費者教育、大変重要なことだと思ひます。特に私が様々な場面で感じたのが、少年少女というか、未成年の方は、かなり金融に疎いというところがあつて、お金のことであるとか、あとローンのことだとか、割に、よく分かつていそつうで分かつていなかつたりして、それでいろいろと引かかつてしまつたりとか、分からないで契約してしまうとかありますので、特に金融教育というものを重視していただきたいと思ひます。それが、学校現場では割とお金の話というのはあまり行われなような印象があるんですけども、そうした部分も、またちょっと変えていただければなというふうに思ひます。

それから、政策5のところで、区市町村との連携を一層強化してもらいたいと思ひます。デジタルによって一元化されて、東京都に入った情報が区市町村と共有されて、素早く地域で対応できるというのがまた理想かなというふうに思ひますので、情報をしっかりと管理していただきながら、区市町村の対応力の強化というアナログな部分も十分重視していただきたいと思ひます。現場の区市町村の担当の方がしっかりと対応していただいて、私もいくつかの相談を解決していただいたこともありますので、そうした部分の御尽力というのは本当にありがたいと思ひます。一層の強化をお願いしたいと思ひます。

意見として、以上です。

○野澤会長 どうも貴重な御意見、ありがとうございます。3点になりますでしょうか。引き続き検討させていただきたいというふうに思ひています。ありがとうございます。

それでは、湊元委員、お願いいたします。

○湊元委員 はい、湊元でございます。

私も検討部会で意見は申し上げさせていただきましたが、一言申し上げたいと思ひます。我々は事業者団体でありますので、当然ここに書かれたような事業者へのコンプライア

ンスの普及の一層の推進にしっかり努めてまいりたいと思います。

また、我々としては、学校教育との連携も非常に重要だと思っております。特に近年脚光を浴びております渋沢栄一は、東京商法会議所（現在の東京商工会議所）の初代会頭で、「論語と算盤」という言葉で表現される「道徳経済合一説」で「私益と公益の両立」ということを非常に強く訴えています。我々も事業者に対し、こうした渋沢栄一の教えを伝えるべく今、セミナーや講習会を行っています。ぜひ、学校教育の現場等でも、こうした渋沢の理念を伝える機会が増えていけばいいと思っております。当然、子供たちは将来は消費者にもなりますし、従業員にもなりますし、経営者にもなりますので、小さいときからそうした根本的な考えを教わる機会が一層増えていけばいいと思っております。

以上であります。

○野澤会長 どうもありがとうございます。

そのほかは、いかがでしょうか。

先ほど坪田委員から手が挙がっておりましたが。

はい、坪田委員、お願いいたします。

○坪田委員 はい、ありがとうございます。

1点、記述をするかどうか、ということではないのですが、気づきましたので申し上げます。

取りまとめの28ページ、29ページにかけまして、国の動きというものが書いてございます。公布された法律を中心に書かれているのですが、消費者契約に関する検討会の報告書というのが、この9月に出されております。これは、高齢社会と、それからデジタル化、それと成年年齢引下げという社会情勢の変化に対応した消費者契約法の改正を検討したものの報告書であって、まさに今回のこれからの計画にも該当する高齢社会、デジタル化、若者というところを扱っております。

これまでも、都の条例では、特商法で規制をされる前に、いち早くいろいろ対応をさせていただいていたところもあります。先ほど相談事例の中から、立法事実というお話も出ました。都内には高齢者の方も若者も人口が多い、やはり高齢者にとっても若者にとっても魅力ある街であるということで、非常に数が多いですので、それだけ被害に遭っていらっしゃる方も多くなってしまいます。

そうしますと、そういったことに対する相談データからいち早く国に先駆けて何か実効性のある取組に結びつけていただく。これが、消費者契約法の改正とも合致した流れになると思いますので、この辺りのところをぜひ民法改正だけではなく、消費者契約法の改正というところも。立て続けに附帯決議が出まして、なかなかまとまらないところもあるわけですが、それについて最後の検討が行われたということですので、どこかでそのことを触れていただくとか、それを念頭に置いた形での記述ということもお願いできればと思いました。

以上です。

○野澤会長 はい、どうもありがとうございます。

貴重な御意見で、またこちらで検討させていただきたいというふうに思っております。  
それでは、宮原委員、お願いいたします。

○宮原委員 私、東京地婦連の宮原と申します。ここで発言するのも初めてなものですから、どうぞよろしくをお願いいたします。

33ページの見守りによる消費者被害の防止と早期発見のところで、これまでの取組のところで、何人かの先生方が随分おっしゃっていただいておりますけれども、ネットワーク未構築区市町村へのアウトリーチ活動ですね。支援が必要なところに手が届かないとかという話なんですけれども、福祉部門と提携するということに、とても喜んだ覚えがございますが、今、福祉部門との連携方法はうまくいっているのでしょうか。それから、まだ42市区町や、そのほかは未構築の区市と書いてありますけれども、その辺のところを検討する必要があるのではないかと思っております。いろいろ聞きたいんですけれども、はい、それでよろしくをお願いいたします。

○野澤会長 はい、どうもありがとうございます。

この点については、いかがでしょうか。何か事務局のほうから、福祉との連携ということですね。はい。

○活動推進課長 消費生活総合センターの馬渕です。いつも大変お世話になっております。

御質問につきまして、こちらの通信の具合が少し悪くて全部聞き取れなかったこともあり、正確な答えになるかどうか分からないんですけれども。この資料にありますとおり、数的には令和2年度で42になっています。今年度も着々と増えておりまして、計画よりもかなり早いスピードで、東京都全域でのネットワークの構築が進んでいると考えています。

ただ、先ほど来、石戸谷先生をはじめとしまして先生方から御意見いただいておりますように、ただ数ということだけではなく、その内容をしっかり分析した上で、より良い連携が図れるよう、さらには地域協のほうにもつなげていきたいと考えております。従いまして、団体のみなさまなど先生方の現場に基づいた御意見ですとか、アドバイスを引き続き頂戴できればと思います。こちらで回答になっておりますでしょうか。

○宮原委員 ありがとうございます。

○野澤会長 よろしいですか。宮原委員。

○宮原委員 はい。

○野澤会長 どうもありがとうございます。貴重な御質問どうもありがとうございました。

それでは、ほぼ時間になりつつありますが、最後にお一方ぐらいどなたか。特になければ、これで終わりにしたいと思いますが、よろしゅうございますか。

はい、どうもありがとうございます。

本当に様々な御意見、たくさん頂戴いたしまして、どうもありがとうございました。本日御審議いただきました内容については、答申までに整理、反映していきたいと思っております。

具体的な修文等につきましては、私とそれから両部会長に御一任いただければと考えておりますが、それでよろしいでしょうか。

(「異議なし」の声あり)

○野澤会長 はい、どうもありがとうございます。

それでは、本日の議論の結果を踏まえまして、そのようにさせていただきます。

最後に、事務局から今後のスケジュールについての説明をお願いいたします。

○企画調整課長 はい、事務局です。本日は、たくさんの御意見をいただきましてありがとうございました。

今後のスケジュールについて御説明いたします。参考資料の審議スケジュールを御覧ください。本日御審議いただきました中間のまとめにつきましては、御審議いただいた内容を反映させまして、両部会長と調整させていただきます。委員の皆様にお送りさせていただきます。その後、パブリックコメントを1か月間行いまして、都民の皆さんからの御意見を集約した段階で、1月に合同部会を開催し、御審議をいただきたいと思います。部会で御審議いただいた答申案を2月に予定しております総会にお諮りいたしまして、最終的に決定したものを答申として知事に御報告いただくことを予定しております。次回以降の会議の詳細につきましては、改めてお知らせいたしますので、よろしく願いいたします。

事務局からは、以上になります。

○野澤会長 それでは、これを持ちまして本日の総会を終了いたします。御協力どうもありがとうございました。

午前11時49分閉会