

# 付 属 資 料

- 1 施策連携部会中間報告に対する都民意見の概要及び対応
- 2 第 18 次東京都消費生活対策審議会委員名簿
- 3 第 18 次東京都消費生活対策審議会部会・小部会委員名簿
- 4 第 18 次東京都消費生活対策審議会審議経過

## 施策連携部会中間報告に対する都民意見の概要及び対応

平成17年5月17日の総会に、第18次東京都消費生活対策審議会施策連携部会から「消費者の自立支援に向けた事業者団体・消費者団体等との連携による新たな消費者施策のあり方について」の中間報告が提出されました。

この中間報告について、広く都民から意見、提言の募集を行ったところ、下記に示したとおり、多くの意見が寄せられました。

次ページ以降に、主な都民意見の概要を掲載しました。また、答申における対応や都の考え方を合わせて掲載しました。

### 都民からの意見集計

募集期間：平成17年5月18日～6月10日

区 分	提出者数	事 項 別 内 訳 (件)									合 計
		全体に対する意見	第 1			第 2			第 3	その他	
			1	2	3	1	2	3			
個 人	9	6		1		4	4	5	1	14	35
団 体	13	9	2	3	2	11	7	4	8	10	56
事業者団体	1						1				1
消費者団体	11	9	2	3	2	10	6	4	8	10	54
その他団体	1					1					1
合 計	22	15	2	4	2	15	11	9	9	24	91

事項別内訳は本答申の項目に対応しています。(目次をご参照ください)

## 【中間報告全体に対する意見】

### < 中間報告への評価・期待 >

消費者団体や事業者団体という行政外のところとの相互連携を図ることにより、後手後手になりがちであるというデメリットを補い、よりスピーディーに、かつ情報を相互にやり取りすることによって情報の正確さ、情報量、事業者への斡旋などの手法の幅の拡大、消費者啓発媒体のバラエティが増えることにより消費者も情報キャッチがしやすくなるなど非常に消費者保護としては前進的な提言であると好意的に捉えている。

今回、東京都が行政施策の一環として消費者被害の発生および拡大の防止を目指し、連携による新たな施策のあり方について審議を行われた事を高く評価。

特に、連携の相手を幅広くとらえ、連携を図ろうとしている点は正に慧眼であり、東京都が今後、行政施策のトップランナーとしての役割を果たすことを期待する。

施策連携の領域拡大や方法の拡充の方向に賛成。消費者施策は、その効果をあげるためには取組みの広がりが重要。各主体が連携しつつ関わりを深め、互いにその責任や役割を果たしていくことが必要と考える。

### < 消費者団体への支援 >

本施策において消費者団体を位置付けるならば、その育成・支援施策についても盛り込んでもらいたい。特に、支援施策を裏付ける予算措置や活動の場の提供・充実、情報提供など具体化してほしい。

消費者団体の育成・支援、活動の場の提供等については、消費生活総合センターを中心に取り組んでいます。今後とも答申に盛り込まれた情報提供等を行っていくことにより、消費者団体への支援を推進していきます。

### < 行政内部の連携 >

今回の中間のまとめでは、かなり幅広く他局の施策まで踏込んでいる事では、一応賛同する部分が多くある。本来、消費者行政はくらしの問題として、生活文化局内に限らず東京都の施策の中に生かされる事で連携が重要である。

答申では行政内部の連携について、多くの箇所で言及しています。( 6 ページ、 11 ページ、 33 ページなど ) 今後とも行政内部の連携に十分留意しつつ施策に取り組んでいきます。

### < 団体の記載順序 >

報告書記載がすべて事業者団体、消費者団体等の順序で事業者団体が消費者団体より先に出てくるのはどうも気になって仕方ない。消費者問題の最重要事項は消費者の自立であることを勘案すればレポート記述は消費者団体等・事業者団体の順序で記載すべきではないかと思う。

消費者団体、事業者団体の記載順序については、諮問事項の「消費者の自立支援に向けた事業者団体・消費者団体等との連携」に合わせています。また、消費者団体の役割も重要であるとの認識から、今回の答申において消費者団体との連携拡大も幅広く検討されています。

## <人材養成>

これまでも行政と消費者団体、事業者団体が連携をするという場は幾つかあった。しかしこれをより深く、広範囲にわたる連携にするためには、ただ連携の場やシステムをつくるだけでは足りない。必要な情報や提供できる力がどこにあるのかを的確にコーディネートするためには相応の知識・情報を持ち、広い人間関係をもつ人材が必要になる。各団体での人材養成と共に、短期間で異動のある都での人材養成が一番の課題と言える。

東京都消費生活総合センターでは、ステップアップ講座や消費者団体情報交流集会等、必要な知識・情報を提供し、団体の人材養成にも生かしてもらおう事業を行っています。

また、都では、転入職員を含め、職員への研修等を充実させ、専門性の向上等、期待にこたえる人材養成に努めています。

## 第1 消費者の自立支援に向けて都が事業者団体・消費者団体等との連携を推進する基本的視点

### 1 新たな消費者行政の展開と事業者団体・消費者団体等との連携について

#### <事前規制の必要性>

生命・身体被害に直結する分野などにおいて、市場メカニズムに委ねるだけでなく、引き続き行政が規制に積極的に関与していく必要性について賛同する。しかし、現状の消費者被害の増大を見ると規制が十分な効果を発揮していない。今後の的確な事前規制の実行を強く求める。

答申の「不適正な事業者に対する監視や規制・指導を強化する取組み」(19ページ)の提言を踏まえ効果的な事業者指導に取り組んでいきます。

### 2 施策連携の現状と課題

#### <連携団体の幅広い選定>

今回ネットワークに構築されようとしている対象が、既存の組織を前提としていることに危惧を感じる。現在ある組織のみとのネットワークを考えるのであれば、現状が抱えている消費者・市民にとって身近なアクセスポイントが少ないという問題点は、解消されないと考える。今回視野に入っていると考えられる組織・団体だけでなく、消費者・市民にとって身近なアクセスポイントとなる数多くの団体を構想に入れるような施策が必要。

答申では連携先について、「事業者団体及び消費者団体に加えて、設立目的や規模の大小を問わず、教育団体や福祉団体、専門家団体などの幅広い民間の団体や個別の企業・事業者も含むものとして検討を進めた。」(はじめに)としており、十分考慮していきます。

### 3 都と事業者団体・消費者団体等との施策連携の方向性

#### <規制強化分野における施策実施への期待>

不適正な事業行為を市場から排除するため、行政が事業者団体・消費者団体などと効果的に連携して、規制分野での取組みを強化する必要があるという立場に賛成。

#### <マスメディアへの働きかけ>

「第1-3-(1)」(7ページ)消費者への教育・啓発や情報提供の推進の最後に「マスメディア」にも協力してもらえるように、積極的に連携を働きかけてほしい。「東京くらしねっと」を見る人は限られるが、テレビ・一般新聞の記事の影響力は計り知れない。

答申に「なお、都は、引き続き、新聞やテレビ等のマスメディアにも協力してもらえるように、積極的に働きかけていくべきである。」(7ページ)と追記されました。

## 第2 事業者団体・消費者団体等と連携して都が取り組む新たな施策

### 1 消費者への教育・啓発や情報提供の推進

#### <施策実施への期待>

中間報告は消費者教育や普及啓発事業について、出前型教育や学校における取組み、小売店舗の活用など、多様なメニューを提案している。こうした施策のメニューが速やかに実施されることを期待する。

#### <教育の担い手の養成>

消費者アドバイザー制度(東京都公認の資格)の創設  
役割としては、消費者への教育・啓蒙・情報提供、事業者へのコンプライアンス教育、事業者と関連団体ジョイントのインキュベーター等  
今回の中間報告書では消費者への教育が高らかに述べられている。もちろん多様化・複雑化した今日、消費者への教育は必要不可欠だが、そこに対応する人への教育も同時並行的に行わなければ、形だけの消費者教育になってしまう。アクセスポイントの人材育成は今後のネットワーク構築の上で必要不可欠。  
また、受講生に「参加してもらおう」タイプの消費者教育は、従来の講義型の「教える」タイプとは全く異なる。「参加型教育」を行う事を施策として取り組むのであれば、それを担うトレーナーを育成することも同時に施策と考える必要があると考える。

都は、消費者問題に関する一定の知識を身につけた消費者啓発員(コンシューマー・エイド)を、出前講座の講師として派遣しています。また、今後の消費者施策の強化に向けて、事業者団体等から派遣される専門家による出前講座等の充実を図っていきます。

#### <団体間の連携>

消費者啓発活動を行っているグループや団体は多くあるものと思う。これらをつな

ぎ情報交換したり、講師交換ができるような場をもっと増やしていくことが必要。地域には消費者問題に関心を持ちつつも、既存の団体には参加しづらかったり、グループ作りまでには踏み出せなかったりする人もいる。こうした広がりを促進する具体的な対策を盛り込むことを要望。

答申では「各団体の活動概要やその他の受入れ側に参考になるデータをまとめ、PR用情報として提供することが望ましい。」(10ページ)としています。こうした取組みが消費者啓発活動を行っているグループや団体間の情報交換や講師派遣等につながることを期待しています。

#### < 団体連携の調整役の明示 >

「第2-1- 事業者団体・消費者団体等・・・中略・・・啓発事業の拡充」(10ページ)の最後の文言を「コーディネーターとしての役目をはたす必要がある。」と変えたほうが意味がとらえやすくなる。主体が誰なのかははっきりさせて欲しい。

中間報告の「都は(中略)こうした事業を必要としている団体、事業者及び消費者のニーズを的確に把握して、事業の円滑かつ有効な実施が図れるようにする必要がある。」が、答申では「都は(中略)こうした事業を必要としている団体、事業者及び消費者のニーズを的確に把握して、事業の円滑かつ有効な実施が図れるように積極的な役割を果たす必要がある。」に修正されました。

#### < 学校教育の重要性 >

消費者教育に関しては、小学校から高等学校までの一貫したカリキュラムを作成して、実施していく必要がある。

消費者教育は、小・中・高等学校における一貫した教育が必要。

国の消費者基本計画(平成17年4月閣議決定)では、消費者教育の体系化について平成19年度までに一定の結論を得る、としています。

なお、答申では「全体として、学校においては、環境教育と比べても、消費者教育の時間が十分確保できているとは言えない現状にある。(中略)今後、都は、公立学校における消費者教育の一層の充実を図るとともに、私立学校団体及び個別の私立学校とも連携して、学校における消費者教育・啓発の推進にも積極的に取り組む必要がある。」(13ページ)としています。

#### < 啓発の幅広い展開 >

啓発や注意喚起のビラやポスターなども、店舗などの事業所や、病院、銀行、学校などにもっと掲示するようにしたり、今年度都が実施した都バスや山手線でのキャンペーンや、駅前電光掲示板での呼びかけなどをさらに広く展開していく必要がある。

答申では「小売店舗以外に、消費者が日常的に利用しやすい場所や媒体等を活用した消費者啓発事業についても、幅広く効果的な手法を、関係事業者や事業者団体等と連携して推進する必要がある。」(13ページ)としています。

#### <若者への啓発>

大学に行かない若い人が沢山いるのに、この人たちはどうするのだろうかと思った。「第2-1-(1)」最後に「成人式や入社式等のイベントを利用して若者に消費者被害の実態等を説明して被害防止の啓発に努力し、教育の現場とする。」と入れたらどうか。

都では、消費者啓発員(コンシューマー・エイド)を企業の新規採用研修等に派遣する等、さまざまな機会をとらえて、大学生も含めた若者の被害防止啓発に積極的に取り組んでいます。

#### <ホームページ等の活用>

教育といった観点では、高校、大学などの教育によって近年学生に特に増えているマルチ商法や会員権商法などの啓発に取り組んでいただくと宜しいと思う。また最近の若者はまずネット検索などの電子的な方法で探す事も目立つ為、東京都の消費者HPなどでより一層の公表や啓発までのタイムラグを短くする努力もしていただきたいと切に願う。ネット上にて被害の実態などのオンライン配信なども今後取り組むと宜しいと思う。今後さらに発展してゆくと考えられる携帯などのサイトもより充実するとさらに宜しい。

答申では、「学校との連携による若者の被害防止に向けた啓発事業の推進」(13ページ)を提言するとともに、「都の消費者部門のホームページ上で、学校における消費者教育関連情報をまとめて掲載し、各学校が必要な情報を随時収集できるような環境をさらに充実させる必要がある。」(14ページ)としています。

#### <高齢者トラブルへの対応>

高齢者の消費トラブルについては、介護事業者と消費生活センターとの連携が提案されている。また、中間報告も触れているように、町内会や老人会など既存の組織を活用することも重要。さらに、地域の見守り巡回を行っているグループを組織化し、消費生活センターに登録することも検討すべき。

介護事業者等と消費生活センターとの連携のあり方については、答申に示された考え方も踏まえ、今後幅広く検討していきます。

## 2 不適正な事業者に対する監視や規制・指導を強化する取組み

#### <規制分野における施策連携への期待>

行政外に情報を回すということから個人情報に関する保護などのルールは厳格に定められる必要性はあるし、認定団体の認定には慎重になる必要があるとは思いますが、消費者保護活動とは、入口の網が広いほうが消費者も被害を見つけやすく相談先も探しやすい。ひいては消費者保護に繋がる可能性も非常に高くなると思う。

表現や言論の自由を尊重しつつ消費者被害を未然に防ぐ意味から行政、媒体関連団



体、民間自主規制機関との連携は不可欠と思われる。また、実効をあげるための具体的施策を期待したい。

「団体訴権適格消費者団体等との連携による消費者被害の防止」及び「消費者団体等との連携による不適正取引行為の調査・指導に関する情報収集の強化」は、先駆的な提言であり、答申後は是非とも実行することを要望する。

#### < 団体訴権適格消費者団体等との連携 >

適格消費者団体への相談情報・事業者情報の積極的な提供が必要であり、推進の方向に賛成。メコニス情報や不適正取引行為の調査・指導に関する行政の情報も必要に応じて適格団体に提供されるよう求める。逆に、適格消費者団体からの行政への情報提供の仕組みも必要と考える。

団体訴権適格消費者団体等との連携により消費者被害を防止するため、消費生活総合センターの保有する情報を積極的に提供し、より一層の情報共有化をすることに賛同する。都は適格消費者団体等と日常的に連携し、要望に応えた情報の提供を強く求める。

答申では「今後、消費者団体訴訟を担う適格消費者団体に対しては、個人情報保護の遵守等の取決めを適正に整備した上で、事業者情報やメコニス（東京都消費生活相談情報オンラインシステム）情報も含め、消費生活総合センターの相談情報を積極的に提供していくことを検討する必要がある。」（20ページ）「将来は、消費者団体訴訟の適格消費者団体や法認証を受ける民間型ADR機関等についても情報収集先として検討を進めていくことが望ましい。」（23ページ）としています。なお、行政の事業者指導部署が保有する事業者情報については、行政処分がなされた段階で公表しています。

### 3 事業者の消費者志向を高めるための取組み

#### < 消費者志向経営の促進 >

事業者団体などのコンプライアンスも、実務において感じる事は、特定継続的役務提供の指定業種の中でまだまだ弱いという印象を受けている。行政からは、より一層の業者への指導を強化していただいたいと思う。優良事業者団体への認定マークのようなものがあったらいいと思う。

（事業者消費者志向の開発）動機付けとしての表彰制度の創設等

都は、特定商取引法における特定継続的役務提供の指定業種も含めて、法令及び条例に基づき、引き続き、不適正事業者の指導強化に取り組んでいきます。

また、コンプライアンスに取り組む事業者へのインセンティブについて、答申では「都は、今後、消費者志向経営を進める企業の拡大を促進するため、独自の消費者志向企業表彰制度の創設等の支援事業を検討していくべきである。」（29ページ）としています。



#### <コンプライアンス等への対応策>

コンプライアンス（遵法）は公正な市場経済にとってはいわば当然のことであり、コンプライアンス対応策がない場合には一定のペナルティーが必要。単なるコンプライアンスをこえる社会的責任に関する基準をもつ企業についてはインセンティブ（誘導策）が適用されるというように整理すべき。

コンプライアンスのプログラムを作成し、推進体制をもち、それを公開している企業でなければ、行政調達や契約に参入できないといった制度を検討すべき。そして、社会的責任プログラムをもつ企業には優遇措置を講じるように検討すべき。

答申では「将来的な課題としては、コンプライアンス経営やCSR活動等に積極的に取り組む先導的な企業等を対象にした、行政との契約・調達や公的融資における一定の優遇制度等の議論に進んでいくことが望ましい。」（29ページ）としています。

事業者の消費者志向経営を促進していくため、都は、答申で示されているように、事業者による自主的な取組みを支援するための環境整備から取り組んでいきます。

#### <消費者志向経営における消費者団体の役割>

事業者の自主行動基準等を評価するといった取組みを通じて、消費者志向経営を促進するという点も、消費者団体の役割として重要と考える。中間報告において、そのような消費者団体の役割を明示し、消費者団体が継続的に事業者の消費者志向経営を促進する取組みを展開できるよう、必要な支援を行政としても行うことを検討するよう要請する。

答申に「なお、事業者の自主行動基準等を評価するといった取組みを通じて、消費者志向経営を促進することも、消費者団体の役割として期待されている。」（29ページ）と追記されました。

なお、答申では「都は、今後、企業等が自主行動基準の作成や見直しをする際に、消費者団体の意見を必要とする場合の仲介等にも取り組むべきである。」（29ページ）としています。

### **第3 施策連携の促進に向けて**

#### <区市町村との連携への期待>

区市町村との連携強化をあげていることを評価する。地域で活動する消費者団体の支援の強化を望む。

#### <区市町村間の連携への期待>

都と区市町村との関係性のみならず、区市町村間の連携がすすみ、都内のどこに住んでいても同じような行政の情報提供や注意喚起、相談サービスなどが受けられるようになることを望む。

#### < 事業者団体と消費者団体との間の信頼関係の醸成 >

今後における施策の連携の促進に向け、定期的な懇談会の機会を増やすことは歓迎する。但しあらゆる消費者団体の参加する機会が公平にあるような配慮が望まれる。事業者団体と消費者団体との間の信頼関係の醸成は必要不可欠。しかし話し合いの相手（事業者・消費者共）が何時も同じメンバーでは何も効果を得られない。選ぶ方法も良く考えてほしい。

答申における連携先は、「事業者団体及び消費者団体に加えて、設立目的や規模の大小を問わず、教育団体や福祉団体、専門家団体などの幅広い民間の団体や個別の企業・事業者も含むものとして検討を進めた。」（はじめに）としています。

信頼関係の醸成のあり方については、答申に示された考え方も踏まえ、幅広く検討していきます。

### 【その他の意見について】

#### < 団体訴権適格消費者団体等への支援 >

消費者団体訴訟制度は、少額多数被害等の消費者被害の未然防止や拡大防止を目的とするものであり、広く都民のためになるもの。訴権団体についての広報や財政支援、訴訟費用の援助等積極的に東京都としての役割を發揮していくべき。

差し止め訴訟では、金銭的見返りはなく弁護士費用等は訴権団体の持ち出しとなる。都の現在の支援策では、個人の提訴支援策が講じられているが、消費者団体訴訟制度の導入に合わせ、適格消費者団体への財政的な支援策を要望する。

適格消費者団体が消費者団体訴訟制度を活用する際に、訴訟費用の貸付けや必要な資料提供など、訴訟活動に必要な援助を受けられるよう、現行制度の拡充についての検討を要請する。

都の「訴訟援助制度」は、現行の法制度を前提として、被害を受けた消費者が、事業者を相手に訴訟を提起する場合や事業者に訴訟を提起された場合に、一定の要件を満たしていれば、被害者に対して、訴訟に係る経費の貸付けや訴訟を維持するために必要な資料の提供等、訴訟活動に必要な援助を行うものです。

一方、国で法制化をすすめている「消費者団体訴訟制度」（19ページ参照）は、消費者団体自体は被害者ではないのに、消費者全体の利益を擁護するために、事業者の不当な契約条項の使用や不当な契約勧誘行為を差し止める訴訟を提起する権利を、一定の要件を満たした消費者団体に付与する現行法制度にはない全く新しい制度です。

このため、都は、今後、法制化が予定されるこの新制度の内容を踏まえて、団体への支援のあり方等について検討していきます。

#### < 消費生活条例の改正 >

中間報告の内容を確実に実行していくためには、東京都消費生活条例の改正が必要。改正についての検討の開始を要望する。

消費者団体訴訟制度の創設に向けて、自治体としても積極的に制度の提案を行って

いくとともに、消費生活条例においても、消費者団体に関する規定、訴訟費用援助制度の見直し、消費者被害救済委員会の機能強化などの検討を開始すべきであると考えます。

現行条例に「広告の適正化」と対策が表現されなかったことは、大変な見落としと言わざるをえない。早急に規定を盛り込むためにも、条例改正のための検討を望む。

都の消費生活条例は、平成14年7月にも、今回の改正消費者基本法の方向を予測し、先取りした条例改正を行っています。平成16年6月に改正・施行された消費者基本法に新たに規定された事業者団体や消費者団体の役割等、基本法と条例との間で文言上一致していない部分もありますが、条例前文において、事業者・消費者・行政の3者の連携やそれぞれの役割の重要性をうたうなど、その趣旨は十分盛り込まれており、本答申で提言された施策に取り組んでいく上でも、新たな条例改正が直ちに必要とは考えていません。

都は、本答申で提言された施策の具体化に向け着実に取り組んでいきますが、条例についても、社会経済状況の変化を踏まえ、必要があれば、改正を含めて適切に対応していきます。

なお、広告表示の適正化の具体策について、答申では「民間自主規制機関との連携による広告表示適正化のための仕組みづくり」(20ページ)が提言されています。

団体訴権適格消費者団体等への支援及び都の訴訟援助制度に関するご意見に対する都の考え方については、直前の項目を参照してください。

#### < 多摩の消費者行政 >

多摩地域での消費者行政の充実

消費者センターの設置と消費者相談窓口にかかわる区と市町村の行政の取組みには、かなりの格差がある。

近年、多摩の市町での相談体制の整備が進んでいます。都は、引き続き市町村では解決困難な案件の処理や相談員の研修等により支援していきます。

## 第 1 8 次 東 京 都 消 費 生 活 対 策 審 議 会 委 員 名 簿

任期：平成15年9月16日～平成17年9月15日

氏 名	現 職	備 考
秋 元 洋 子	特定非営利活動法人 東京都地域婦人団体連盟事務局長	
池 山 恭 子	東京消費者団体連絡センター事務局長	
大 村 敦 志	東京大学法学部教授	
小美濃 安 弘	都議会議員	H16.10.25から
河 西 のぶみ	都議会議員	H16.6.13まで
梶 山 皓	獨協大学学長	
木 村 陽 治	都議会議員	H16.10.25から
後 藤 卷 則	早稲田大学大学院法務研究科教授	
齋 藤 雅 弘	弁護士	
桜 井 良之助	都議会議員	H16.10.24まで
迫 田 朋 子	NHK教育番組センター チーフディレクター	H16.10.24まで
佐 野 真理子	主婦連合会事務局長	
芝 原 純	社団法人 消費者関連専門家会議理事長	
須 古 邦 子	有限責任中間法人 日本ヒーブ協議会企画委員	
鈴 木 深 雪	帝京大学法学部教授	
鈴 木 善 統	日本チェーンストア協会専務理事	
曾 根 はじめ	都議会議員	H16.10.24まで
高 橋 かずみ	都議会議員	H16.10.24まで
高 橋 滋	一橋大学大学院法学研究科教授	
土 持 正 豊	都議会議員	H16.10.25から
馬 場 裕 子	都議会議員	H16.10.25から
原 早 苗	金融オンブズネット コーディネーター	
原 田 平	東京商工会議所産業政策部長	
平 野 裕 之	慶應義塾大学大学院法務研究科教授	
平 林 英 勝	筑波大学社会科学系教授	
古 屋 和 雄	NHKアナウンス室 エグゼクティブ・アナウンサー	H16.10.25から
松 本 恒 雄	一橋大学大学院法学研究科教授	
丸 山 絵美子	筑波大学大学院ビジネス科学研究科企業法学専攻助教授	
三 原 將 嗣	都議会議員	H16.10.24まで
御 船 美智子	お茶の水女子大学生生活科学部教授	
三 宅 茂 樹	都議会議員	H16.10.25から
矢 島 千 秋	都議会議員	H15.10.31まで

：会長、 ：会長代理

( 5 0 音 順 )

## 第 1 8 次 東 京 都 消 費 生 活 対 策 審 議 会 専 門 員 名 簿

氏 名	現 職	備 考
高 巖	麗澤大学国際経済学部教授	H16.11.15から
細 川 幸 一	日本女子大学家政学部助教授	H16.11.15から

( 5 0 音 順 )

第18次東京都消費生活対策審議会部会・小部会委員名簿

施策連携部会

	秋	元	洋	子
	池	山	恭	子
	梶	山		皓
◇	齋	藤	雅	弘
	佐	野	真	理子
	芝	原		純
	須	古	邦	子
	鈴	木	善	統
	高	橋		滋
	原		早	苗
	原	田		平
	平	野	裕	之
	平	林	英	勝
	丸	山	絵	美子
	(専門員)			
	高		巖	
	細	川	幸	一

: 部会長

16名(敬称略、50音順)

施策連携小部会

	池	山	恭	子
△	梶	山		皓
	佐	野	真	理子
	須	古	邦	子
	原	田		平
	平	野	裕	之
	(専門員)			
	高		巖	
	細	川	幸	一

: 小部会長

8名(敬称略、50音順)

## 第18次東京都消費生活対策審議会審議経過

### (1) 総会

開催日	審議事項等
第4回 平成16年 11月1日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 諮問</li> <li>・ 部会・小部会の設置と部会長・小部会長及び委員の指名</li> <li>・ 諮問事項についての意見交換</li> </ul>
第5回 平成17年 5月17日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 施策連携部会の中間報告について</li> </ul>
第6回 平成17年 7月22日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 消費者の自立支援に向けた事業者団体・消費者団体等との連携による新たな消費者施策のあり方に関する答申</li> </ul>

### (2) 施策連携部会

開催日	審議事項等
第1回 平成16年 11月25日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 今後のスケジュールについて</li> <li>・ これまでの都の施策の現状について</li> <li>・ 委託調査の実施と活用について</li> </ul>
第2回 平成16年 12月15日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 都と各団体等との連携可能な施策の方向性と具体策について</li> <li>・ 都と流通事業者等との連携による消費者啓発事業の検討について</li> </ul>
第3回 平成17年 1月14日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 都と事業者団体・消費者団体等との連携懇談会の設置について</li> <li>・ 流通事業者団体等との連携による消費者啓発事業について</li> <li>・ 消費者団体等による行政と連携した消費者教育・啓発事業及びその他の自主的活動等の取組み状況について</li> </ul>
第4回 平成17年 2月4日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事業者団体・消費者団体等との連携による具体的施策のまとめについて</li> <li>・ 中間報告の構成イメージ(案)について</li> </ul>
第5回 平成17年 3月28日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 中間報告素案の骨子について</li> <li>・ 中間報告素案(総論部分)について</li> </ul>
第6回 平成17年 4月12日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 中間報告素案(総論部分)について</li> <li>・ 中間報告素案(各論部分)について</li> </ul>
第7回 平成17年	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 施策連携部会の中間報告(案)について</li> </ul>



4月28日	
開催日	審議事項等
第8回 平成17年 6月20日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 都民意見募集結果等について</li> <li>・ 答申（案）について</li> </ul>
第9回 平成17年 7月4日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 答申（案）について</li> </ul>

### (3) 施策連携小部会

開催日	審議事項等
第1回 平成16年 11月25日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事業者団体・消費者団体等との連携のあり方について</li> <li>・ 委託調査アンケートの内容等について</li> <li>・ 今後の参考人招致等について</li> </ul>
第2回 平成16年 12月9日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 都と各団体等との連携可能な施策の方向性と具体策について</li> </ul>
第3回 平成16年 12月16日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 都と事業者団体・消費者団体等との連携協議会の設置の検討について</li> <li>・ 流通事業者団体等との連携による消費者啓発事業の検討について</li> </ul>
第4回 平成17年 1月21日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 都と事業者団体・消費者団体等との連携による専門家を活用した消費者教育の強化策について</li> <li>・ 施策のまとめ</li> </ul>
第5回 平成17年 1月28日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 中小企業等のコンプライアンス経営の促進を支援する情報提供・啓発事業の検討について</li> <li>・ 自主行動基準等の事業者情報を都のホームページ等を経由して公開する仕組みづくりの検討について</li> <li>・ 消費者被害情報等の行政情報を団体等に提供する仕組みづくりの検討について</li> <li>・ 消費者相談団体等との連携による不適正取引行為の調査・指導に関する情報収集体制の強化の検討について</li> <li>・ 民間広告自主規制機関と連携した広告表示適正化のための仕組みづくりの検討について</li> <li>・ 中間報告の構成イメージについて</li> <li>・ 施策のまとめ</li> </ul>
第6回 平成17年 2月18日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 中間報告素案（総論部分）の検討について</li> </ul>
第7回 平成17年 2月25日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 中間報告素案（総論部分）の検討について</li> </ul>