

第20次東京都消費生活対策審議会  
第5回総会

平成22年2月22日（月）

都庁第一本庁舎42階 特別会議室A

## 午前10時00分開会

○清宮消費生活部長 皆様、こんにちは。本日は、お忙しい中、ご出席をいただきまして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消費生活部長の清宮でございます。どうぞよろしくお願い申し上げます。

出席状況と定足数の確認でございますが、ただいまご出席をいただいております委員の方は16名でございます。また、池本会長代理におかれましては、遅れてご出席ということでご連絡をいただいております。委任状は7通ございます。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24名の過半数12名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ご報告申し上げます。

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ご了承願います。

それでは、松本会長、よろしくお願い申し上げます。

○松本会長 それでは、ただいま報告がありましたとおり、総会開催に必要な定足数を満たしておりますので、第20次東京都消費生活対策審議会第5回総会を開会いたします。

まず初めに、秋山生活文化スポーツ局長よりご挨拶をいただきます。

○秋山生活文化スポーツ局長 東京都生活文化スポーツ局長の秋山でございます。

委員の皆様方には、お忙しい中、お集まりを賜りまして誠にありがとうございます。厚く御礼を申し上げます。

都では、当審議会の提言及び答申を受けまして、東京都消費生活総合センターの強化をはじめといたしまして、本日のご報告にございますけれども、インターネットを活用しました12,000人の方々に及ぶヒヤリ・ハット調査、それから子どもに対するライターの使用の安全対策について国に申入れをいたしまして、その辺の動きを今引き出しておりますが、そういった形で「待ちから攻め」への現場を持つ都ならではの実践的な取組を進めてまいりました。また、東京都消費生活基本計画を改定いたしまして、関係局とともに東京都消費生活対策推進会議を発足いたしました。また、実際の問題解決に当たりまして、局の垣根を越えて特別対策班を組織して対処するなど、着実に横串を入れた局横断的な対応を図ってきております。

一方、国では、昨年9月に消費庁、それから消費者委員会が発足いたしまして、消費者安全法の施行や消費者行政活性化基金の増額が行われまして、また、消費者ホットラインも今回開始をされたところでございます。こうした国の仕組みも十分活用しながら、消費

者の安全・安心の確保のために都として責任を果たしているところでございます。

本日、議題の1つといたしまして、平成22年度、来年度の取組をご説明させていただきますが、厳しい経済情勢の中にごさいます、これまで都議会のご承認をいただきまして拡充してまいりました都の消費生活関連予算を引き続き確保するとともに、国の基金なども加えまして、前年度比で概ね30%の増額予算という形になっております。国の基金につきましては、特段、区市町村に重点的に配分するという方針で対応しているところでございます。また、本年1月には、都民・消費者団体・国・区市町村関係局等の間で、消費者情報の要となる消費者情報総括担当課長のポストも新たに設置をさせていただきました。都民の皆様から寄せられる消費者事故等の情報や、消費者トラブルに関する情報は、消費者被害の未然防止など、都民生活等に広く役立つものでございまして、今後、いわゆる隙間事案なども含めまして、消費者情報について更に総合的な活用が図られるよう努めてまいり所存でございます。

今年度、私どもといたしましては、相当幅広にウイングを広めて施策を講じまして、現場主義の観点からさまざまな取組を進めてきたつもりでございます。しかし、消費者を取り巻く商取引や経済活動は日々大きく激変をしております、また、インターネットなどのIT化の進展もますます進んでございまして、新たな消費者問題が発生している状況もございまして、都といたしましては、当審議会のご意見を賜りながら、当局はもとより、都の関係局が一丸となって、消費生活条例をはじめ、あらゆる法令を駆使いたしまして、これまでの対策に安住することなく、更に前進してまいり所存でございます。どうかご指導のほどよろしくお願い賜ります。ありがとうございました。

○松本会長 ありがとうございます。

それでは、議事に入る前に、配付資料の確認を事務局からお願いいたします。

○樋渡企画調整課長 企画調整課長の樋渡でございます。よろしくお願いいたします。

それでは、早速でございますが、資料の確認をさせていただきます。

資料の1番が消費生活対策審議会の委員名簿でございます。

資料の2番が消費生活対策審議会の幹事・書記名簿となっております。

それから、資料3-1「平成22年度の消費生活行政の主な取組」。

資料3-2「消費者行政活性化基金事業について」。

資料3-3「都の主な基金事業」でございます。

資料3-4「消費生活相談員の専門性の向上」でございます。

続きまして、資料4-1「消費者事故等情報に関するこれまでの取組」。

同じく資料4-2「消費者事故等情報に関する東京都の体制」です。

資料4-3「消費者安全法に基づく消費者事故等の情報の通知状況」です。

続きまして報告事項の資料でございますが、資料5「東京都商品等安全対策協議会報告」でございます。

資料6「ヒヤリ・ハット体験調査」の報告です。

資料7「商品テスト結果『カシミア製繊維製品』」です。

資料8が「商品テスト結果『ガラス製なべぶたの破損事故』」でございます。

続きまして、資料9「東京都における事業者処分等の実績について」でございます。

資料10「金融経済教育モデル事業の実績について」でございます。

資料11「東京都消費者被害救済委員会新規付託案件について」でございます。

なお、資料5番から8番の報告書につきましては、机上の左のほうに用意してございますので、ご覧願いたいと思います。

なお、不足している資料がございましたら、恐れ入りますがお知らせ願いたいと思います。

また、本日から会議室のマイクが新しくなっております。申し訳ございませんが、ご発言の際には真ん中の赤いボタンを押していただいてご発言をお願いしたいと思います。

それでは、会長、よろしくお願いいたします。

○松本会長 それでは、ただいまから議事に入りたいと思います。

まず初めに、「平成22年度消費生活行政の取組について」、事務局から説明をお願いいたします。

○樋渡企画調整課長 それでは、私の方からご説明させていただきたいと思います。

「平成22年度の消費生活行政の主な取組」についての資料でございますが、3-1から3-4を参考にご説明させていただきます。

まず、3-1をご覧願いたいと思います。22年度の予算額としましては、18億8,100万余円となっております。先ほどの局長のご挨拶にもございましたけれども、厳しい経済状況の中でありながら、これまでの予算をつけていただいて今後審議していただくこととなりますけれども、22年度も引き続き確保して、国の基金を加えまして約30%の増額予算となっております。

事業ごとに幾つかご紹介させていただきたいと思います。まず資料の左側をご覧いただ

きたいと思います。一番上の「高齢者・若者等を狙う悪質商法の撲滅」につきましては、1,790万余円でございます。21年度は警視庁OB職員2名を増員しまして、特別機動調査班を5班から6班体制に強化しまして、また、5都県連携によります悪質事業者の同時処分などを実施しております。22年度につきましても、引き続き体制を維持するとともに、警視庁との連携による立入調査や、首都圏や大都市と連携しながら、悪質業者の指導・処分を実施していくことにしております。

続きまして、「取引指導事業」についてですが、3,180万余円となっております。こちらも21年度に引き続き、表示等に関する専門的知識を有する適正表示指導員を配置しまして、スーパーマーケットなどにおけます小売店舗の立入調査を実施しながら、更には、インターネット広告における不当表示の監視を行って、景品表示法等に基づく表示の適正化を進めてまいります。

続きまして、「消費生活センター事業」でございますが、3億7,900万余円でございます。21年度は、新たに土曜相談を開始して、相談員を6名増員しました。また、主任相談員を設置し、相談員の報酬も改定したところでございます。22年度につきましても、同様の体制で消費生活相談を受けますとともに、消費者教育や消費者団体などの活動を支援するとともに、商品テストも引き続き実施してまいります。

続きまして、「安全対策事業」のところでございますが、4,690万余円でございます。21年度には新たにヒヤリ・ハット体験調査を開始いたしました。22年度につきましても、同様に調査を実施し、身の回りに潜む商品の危害・危険情報を積極的に収集してまいります。また、学識経験者や専門家などから構成されます東京都商品等安全対策協議会を運営しまして、今年度取り上げました「子どもに対するライター的安全対策」のように、積極的に国や業界団体等へ提案や要望を行っていくこととしております。

続きまして、「多重債務問題に対する総合的な取組の推進」につきましては500万余円でございます。多重債務問題対策協議会を運営するとともに、21年度に開始しました小・中学校を対象にしました金融経済教育モデル事業を22年度は更に拡充してまいりたいと思います。

以下、「公衆浴場対策」として8億3,600万余円。「消費生活協同組合の育成指導」として940万余円。「消費生活行政の企画調整」として5,980万余円。更には、「消費者行政活性化基金事業」としまして4億9,700万余円でございます。基金事業の内容につきましては、後ほどご説明させていただきます。先ほど申し上げましたが、これらの事業を含

めまして、22年度の消費生活関連予算は18億 8,100万余円となっております。今後、議会の審議を経まして決定されることとなります。

続きまして、資料の右側をご覧くださいと思います。消費生活行政の推進体制ということで図を示してございます。都の消費生活行政を進めていく上での体制でございすが、まずは都民の消費生活の安定と向上に関します基本的事項を調査・審議していただくために、東京都消費生活対策審議会がございします。都が消費生活基本計画の策定や変更などを行う場合には、知事が審議会に諮問しまして、審議会から答申や提言をいただくことになってございます。

20年度に改定しました消費生活対策基本計画の関連施策の着実な推進と消費者行政に関する緊急対策の各局横断的な調整、更には、消費生活行政に関する課題と情報の共有を図るために、20年10月に生活文化スポーツ局長をトップとして、各局の企画担当部長級職員をメンバーとしました東京都消費生活対策推進会議を設置してございます。更に、この推進会議の下に、基本計画に関する案件、それから消費生活行政に関して発生した緊急課題等に横断的・機動的に対応していくために、関係各局等が集まりまして、時限的に特別対策班を設置しております。これにつきましては、消費生活部長がトップとなっております。このようにして庁内各局横断的に横串を通しまして、庁内連携を図りながら消費生活行政を推進しているところでございます。

それから、右のほうに区市町村と書いてございますが、私どもは、都のみならず、都内区市町村を含めました都城全体で連携しまして、消費生活行政を推進しているところでございます。具体的には、都内全区市町村の消費者行政担当課長会を定期的で開催し、情報の共有を図ったり、具体的な事業についての意見交換を行っているところでございます。

更に、都と区市などの消費生活センター所長会も定期的で開催して、より身近な相談現場での対応方法などについても情報交換を図るとともに、消費生活相談員の連絡会も開催し、より一層現場に根ざしたさまざまな連携を進めておるところでございます。

このほか国や民間団体、区市町村の代表者などを構成メンバーとしまして、東京都多重債務問題対策協議会を設置したり、適格消費者団体との連絡会も開催するなど、必要に応じて、さまざまな機会を捉えていろいろ連携して対応しているところでございます。

続きまして、資料3-2をご覧くださいと思います。先ほどご説明いたしました平成22年度消費生活関連予算の案のうち、活性化基金事業に関する資料となっております。資料左側には、消費者行政活性化基金について、東京都の21年度から23年度までの3年間

の基金積立額を記載してございます。都は3年間で12億円となっております。また、21年度の基金取崩予定額につきましては、下のほうに書いてございますが、東京都分としては、4,000万円、区市町村分としては1億4,300万余円。また、22年度分としましては、都は1億6,100万余円、区市町村分としましては3億3,600万余円ということになっております。また、更に23年度分につきましては、今後、夏に予定を立てるところでございますが、予算としましては、5億1,800万余円を活用することが可能となっております。

実は、この基金を活用するに当たりましては、国の要領に基づきまして、管内の消費者行政活性化の方針や計画期間中の施策目標等を示しました東京都消費者行政活性化計画を国に提出しております。その内容ですけれども、計画期間を通じまして、消費者行政の活性化の方針としまして、昨年9月に開催しました本審議会においてもご紹介したところでございますが、東京都は都民に身近な区市町村の相談機能を強化するという観点から、今回の基金を区市町村に重点的に配分してまいります。また、都の消費生活総合センターにつきましては、センター・オブ・センターズとして機能強化し、専門性の向上を図り、区市町村に対する相談業務の支援を一層進めてまいります。都の活性化計画の具体的内容につきましては、資料下段に記載してございますのでご覧いただきたいと思います。

それから、下段の右側ですけれども、区市町村から提出されましたプログラムの主な内容について記載してございます。例えば身近な相談窓口の強化としまして、相談窓口の新設。現時点では、3年間を通じて新たにできる場所は大島町になってございます。それから、センターの移設・改修による機能強化ということで、今年度、千代田区がこれまでの相談窓口を移設して新たに消費生活センターを開設しております。それから、新宿区におきましては、消費生活センターを保健所や福祉事務所と同じ場所に移転して、総合的な相談体制を整備するというふうに聞いてございます。それから、相談日数の増加や受付時間の延長などを検討しているところもございます。

続きまして、啓発活動による消費者被害未然防止でございますが、まずは消費生活相談窓口の積極的な周知、それから消費者講座の拡充などによって、都民・住民の消費者力の向上を目指す事業などが予定されておるところでございます。具体的なところは、右側に記載してございますのでご覧いただきたいと思います。

続きまして、活性化基金を活用しました東京都の主な事業について引き続きご説明させていただきます。資料3-3をご覧いただきたいと思います。

大きく分けて6つ記載してございます。資料上段左から「相談員の専門性向上」、それ

から「テーマ別特別相談」、「小中学生向け消費者教育」、下段の左から「消費者啓発」、「消費者団体との協働」、それから「事業者のコンプライアンス促進」となっております。

それぞれの項目につきまして、21年度に実施しました内容と22年度に実施する内容を記載してございます。幾つかご紹介させていただきます。資料左の上段のほうですけれども、相談員の専門性の向上についてということですが、今年度は消費生活相談員レベルアップ研修として、消費生活相談員が消費者問題に関連する、例えば宅地建物取引主任者とか、ファイナンシャルプランナー等の専門分野の講習会などへ参加する場合の費用を助成して、相談員のレベルアップを図っておるところでございます。22年度につきましても、継続して実施したいと思っております。

それから、また後ほど詳細にご説明いたしますが、22年度から新たに都内の消費生活センターに勤務しています消費生活相談員を対象に、消費生活相談員養成事業としまして、年間を通じて50日間の実務研修を行います東京消費生活相談アカデミーを予定しておるところでございます。このほかに、消費者啓発事業としましては、21年度は健康食品の適正利用のための消費者向けDVDを、現在、福祉保健局と一緒に作成しておるところでございます。年度内には完成する予定でございます。

また、ひとり暮らしのお年寄りを見守っていただいています民生委員さんや介護事業者などの皆さんを対象にしましたリーフレットも今作成して配布する予定でございます。更に、22年度につきましても、健康食品の適正利用等に関するパンフレットの作成や、各種媒体を利用した若者の消費者被害防止のための啓発に積極的に取り組んでいく予定でございます。

続きまして、資料3-4をご覧くださいと思います。先ほど申し上げました消費生活相談員の専門性の向上についてでございますが、資料上段に先ほど申し上げました「東京消費生活相談アカデミー（平成22年度新規）」と記載してございます。この研修は、複雑・高度化します消費生活相談に対応していくために、専門分野別の問題点の分析力や解決力を養うとともに、他の相談員に対しましても、指導・助言ができる相談員を養成することを目標としているところでございます。

対象者は、実際に都内の消費生活センターに勤務している相談員さんを対象としております。22年度と23年度の2年間を予定しております。研修の実施方法でございますが、国の要領に従いまして、年間50日間、1日4時間以上の研修を実施いたします。消費者問題に精通している法人に委託をして実施する予定でございます。研修に参加する相談員さん



には、それぞれ所属の自治体からの研修命令によって参加していただくこととなります。それぞれ所属している消費生活センターでの実地研修のほか、講義形式の集合研修、それから実地研修発表会、所属の消費生活センターを離れての消費生活相談に関する施設での現場研修なども予定してございます。また、集合研修などにつきましては、原則として土曜日に研修に参加するような場合には、それぞれの所属の自治体から基金を活用して手当等が支給されることとなります。今年度は、現在募集してございますが、約40名弱の参加となっております。事務的には、今月中に委託する法人がほぼ決定しまして、その後、参加予定者のところに連絡をすることになってございます。いずれにしましても、40名近い相談員さんが1年を通じて研修を受講することによりまして、それぞれの地域での今後の相談業務に大きな力になっていくことだろうと思っております。

資料下段につきましては、そのほか相談員の専門性の向上として、基金を活用した内容を書いてございます。ご参考願いたいと思います。

以上でご説明を終わります。

○松本会長 ありがとうございます。それでは、ただいまご説明のありました22年度の消費生活行政の取組につきまして、ご意見、ご質問のある方はどうぞお出しください。川野委員、どうぞ。

○川野委員 今ご説明をいただいた中の予算が3割増えるということで、来年度の予算が18億円とお聞きしたいのですけれども、この活動の内容で、主に今年から増えるとか、目玉とか、増分のところ、いわゆる増えた部分というのは何かご説明はあるのでしょうか。

○樋渡企画調整課長 今年度の数字を見ますと、増えているところは実際には基金の金額が増えてございます。

○川野委員 その他は今年度並みということで理解してよろしいですか。

○樋渡企画調整課長 先ほどもご挨拶の中でございましたけれども、なかなか厳しい状況の中で、22年度予算につきましても、前年度と同じようにキープするといいますか、そういうことでまずは前年度並みの予算を確保して、更にこの基金を活用しながら新たな事業をやっていくということでございます。

○川野委員 その部分が今最後にご説明いただいた部分だと考えてよろしいですか。

○樋渡企画調整課長 はい。

○川野委員 ありがとうございます。

○大野消費者情報総括担当課長 消費者情報等を担当させていただいている大野と申しま

す。よろしく申し上げます。

ちょっと補足をさせていただきたいと存じます。当審議会からのご指導をいろいろいただきまして、実は平成21年度予算で、これは提言、答申等も踏まえまして、東京都消費生活総合センターの例えば土曜相談の開始でございますとか、相談員さんを増やして、それから専門性を更に高める取組、その他、特別機動調査班の強化等を21年度からかなり大幅に図ってきたところでございます。21年度予算のときには、非常に厳しい中ではあっても拡充を図ってきた。それを、22年度の予算においても引き続き確保してまいる。その上に立って、今回、基金の5億近い金額をも合わせて活用していく、こういう取組でございます。

○松本会長 では、宮崎委員、矢野委員。

○宮崎委員 予算書の公衆浴場対策が8億余りになっておりますけれども、幾つかお尋ねしたいのは、かなり突出しているのですけれども、他との関連をどんなふうにお考えなのか。それから、これがなぜ消費生活行政ということに入り込んできているのか。21年度の予算はこの項目は幾らだったのでしょうか。お願いいたします。

○樋渡企画調整課長 まず、公衆浴場の予算ですけれども、21年度と22年度は、22年度が若干減少してございます。数字的にはそういうところでございます。

○松本会長 たぶん公衆浴場の問題と消費生活がどう関係があるのかというご趣旨だと思うのですが。

○清宮消費生活部長 公衆浴場が、持ち風呂を持っていない方を含めて、都民の方に広く関わるということが1つ基本にはございますが、もう1つは、その経緯がございます。公衆浴場の入浴料金と都民の生活は非常に密接なので、消費生活部で入浴料金、これは大もとは物価統制令に基づくものですが、その料金を決めることを消費生活部が行っているという、その経緯のもとに、公衆浴場に関わる事業は消費生活行政の中で取り組ませていただいているところです。

また、金額のご質問がございましたが、公衆浴場は古くから行われていますので、昨今の耐震化を図っていく、あるいはクリーンエネルギー化の重油からガス化を図っていただく、そういうことに対する補助等も進めているところでございます。

○松本会長 矢野委員、どうぞ。

○矢野委員 2点ほど質問させていただきます。1点目は、活性化基金に関連してですが、活性化基金を具体化するに当たっては、東京都と区市町村の連携は非常に重要かと思われ

ますが、実際に具体化する折には、国とのさまざまな話し合い等でかなりご苦労されたということも聞いております。でも、一方で区市町村との連携が、ここにあります担当課長会や所長会以外に、実際の担当窓口の方とのヒアリング等々をして連携が強化されたと聞いておりますので、もう少しそのあたりをご説明いただければと思います。それが1点目。

2点目は、消費者庁のほうで今月に入りまして地方消費者行政の充実・強化のためのプランが策定されました。東京都のほうも、ただいまご説明にありましたように、22年度もさまざまな積極的な取組がなされているわけですが、強化プランの中には地方消費者行政への期待がたくさん書かれております。消費者庁も頑張るけれども、地方も頑張ってもらいたいという中で、東京都はその強化プランをどのように受けとめていらっしゃるのか、そのことをご説明いただきたいと思います。以上です。

○大野消費者情報総括担当課長 それでは、ただいまの第1点目のご質問につきまして、私の方からお答えをさせていただきます。

基金の活用に関しましては、ただいま委員ご指摘いただきましたとおり、ちょうど一昨年の暮れぐらいから、国との関連でさまざまな取組が示されておまして、その都度、区市町村のほうには、メールはもちろんでございますが、必要に応じていろいろな形で情報を伝えてきております。そういった上で、事務的なお話で恐縮でございますけれども、私ども基金を担当している係の中で各区市町村ごとの担当を配置しておまして、日ごろからそれぞれの区市町村の本当の実情を踏まえながら連携を密にしているところでございます。そういった形で、担当課長会、今年度は4回開いてございますし、それから、従来のセンターの所長会も活用しながら取り組んできているところでございます。また、国との調整でございますけれども、先ほど企画調整課長からご報告申し上げました、例えば相談員の養成事業でございますが、これは国の要領によりまして、50日間、1日4時間以上となっております。区市町村の方でも、そういうことではなかなか参加しづらいというふうなお話もございましたけれども、色々な連携の中で理解を得ながら取り組んできているところでございます。そういった形で、今後とも、特に22年度、23年度はもっと活用していただけるように強化してまいりたいと考えているところでございます。

○清宮消費生活部長 それでは、2点目の地方消費者行政の充実・強化のためのプランについてご説明をいたします。このプランは、2月9日だったと思いますが、消費者庁が策定されたもので、当面の3年間の国と地方との取組を中心に取りまとめたものだと考えています。各都道府県は、消費者行政について、それぞれの地域の実情の中で、これまで取

り組んできているところでありまして、今回こういう形で国が地方及び国のやるべきこと、役割分担的な話を含めて、国及び国全体の消費者行政の方向性を取りまとめられたものと理解しています。

中を拝見いたしますと、東京都の場合には、これまでこの審議会でもいろいろなご議論をいただいております、大方のものについては、プランの中に記載されている内容については、さまざまな形で私どもは既に実施及び取り組んできているものと考えています。今後、国のプランの中で、各県の皆様に役に立つようなご協力ができるならば、それは東京都としても一緒に協力はしていきたいと考えているところです。

○松本会長 ほかにご意見、ご質問ございませんでしょうか。山上委員、どうぞ。

○山上委員 21年度に消費生活センター事業の中で、土曜の相談開始、相談員の増員、それから主任相談員の設置等にもない報酬改定もやっていただいて、相談員の待遇改善はご協力いただいたのかなと思っております。地方の相談員から「都は別格よ」という言葉が、また、「待遇がとてもよい」という言葉が聞こえてまいります。しかし、仕事の中身からしますと、やはりまだまだ検討の余地があるのではないかと考えております。ぜひフロントランナーとして、仕事のハードさ、そういったものに比例した報酬体系というものを更にご検討をいただけたらと思っております。よろしく願いいたします。以上です。

○松本会長 ほかにございませんか。川野委員、どうぞ。

○川野委員 今のご意見の流れというわけではないのですけれども、われわれも全事業部門の業者が集まっているところですので、お伺いすると、財産権とか、それから今、一般消費財のほうに一般消費者の方からの相談がずいぶん増えているというふうにお聞きしています。そうすると、健全なる消費生活の社会というのは、われわれ事業者にとってもプラスですので、実は私たちがテスト的に、これは夜になりますけれども、一般消費財についての知識とか、その講座をご協力を得てスタートしたばかりです。そういったことが増えてくるということであれば、そういった知識のほうもこちらの中に入れていただければと。ワンストップで相談員さんがそこでご相談できるというのは、市民の方にとっても非常にプラスだと思いますし、申し上げたかったのは、そういう意味で、私たちはいろいろな業種が集まっていますので、お金はありませんが、知恵とか知見はあるつもりですので、ぜひご活用いただければというふうに、それは意見でございます。

○松本会長 今のご趣旨は、相談員の研修にACAPさんとしてご協力いただけるという趣旨でございますか。

○川野委員 お金と言われると困ってしまうので、人でしたら。そういうことで、ご活用いただけましたらということでございます。

○松本会長 では、よろしくお願いいたします。

それでは、続きまして消費者事故等の情報の取組につきまして、事務局よりご説明をお願いいたします。

○大野消費者情報統括担当課長 それでは、私から資料4に基づきましてご説明を申し上げます。

まず、資料4-1をご覧ください。これから本日の2つ目の議題といたしました消費者事故等の情報につきまして、東京都の取組を中心にご説明申し上げたいと存じます。

これまでの東京都の取組ということでございますが、ここに記載してございます項目につきましては、これまでもこの審議会におきましてさまざまな形でご報告を申し上げていた部分もかなりあるかと思えます。それを本日は情報の流れということに即して改めて整理をしてご説明申し上げるものでございます。この資料でございますが、右側から、表頭でございますように、情報の収集、調査・分析、発信となっております。それから、左側に記載いたしましたとおり、取引表示の分野、それから安全の分野に分けまして、主な取組をプロットしたものでございます。

東京都は、これまでもいろいろな情報ソースから消費者情報を収集してまいりました。中でも多いのは、一番左の上でございますけれども、消費生活センターからの相談情報でございます。例えば、その相談情報の中で、これはというふうなものがございまして、通知が本庁部分のほうにまいりまして、これは取引表示の関係でございますけれども、通知がまいります。それで、取引指導課におきまして、不適正取引を行っているのではないかというふうに疑われる事業者に対しまして、法令等によります立入調査等に入っていくということでございます。そして、法執行として、その下でございますように、不適正取引事業者に対する指導・処分を行っていく。それから、それに伴います都民の皆様方に対する注意喚起を発信ということで、右側でございますように、ホームページの「東京くらしWEB」あるいは広報誌「東京くらしねっと」というような媒体を活用いたしまして的確に発信をしていくといったような流れになっているものでございます。

それから、国、業界団体等への要望も必要に応じてやってまいるということでございます。

それから、表示分野につきましても同様のことが言えるわけでございまして、表示につ

きましては、このほかインターネットの広告調査等も各種調査を回収して行っているところでございます。

それから、本日メインのテーマになりますけれども、安全対策の分野でございますけれども、情報は消費者からの相談のほか、東京消防庁から情報がかなり入ってまいります。従来からも、東京都の消費生活部門といたしまして、東京消防庁とは日常から事務担当者も含めて連携を密にしております。そういった中からいろいろな情報が入ってまいりますのでございます。

そして、中ほどにございますけれども、その情報につきまして調査・分析をするわけでございますが、平成21年度、従来からもございました東京消防庁等との組織を更に拡充をいたしまして、消費者事故等情報検討会を設置しております。構成メンバーといたしましては、そこに記載のございますとおり、国民生活センターにも入っていただいて、それから都の関係ですと都立産業技術研究センター、これは製品の技術的な部門のそれぞれ専門的な職員も配属されているところでございます。それから、健康安全研究センター、これは従来、衛生研究所と言われていたところでございまして、衛生食品の関係の専門家を多数有しているところでございます。こういったところの専門の担当者も加えまして、きちんとした形で消費者事故等の情報を分析していく検討会を設置したいということでございます。

それから、事故が起こったものばかりではなく、その商品の安全性につきまして、東京都商品等安全対策協議会におきまして、これは本日ご紹介がございまして、子どもに対するライターの安全対策等を行う。これは1つの例でございますが、この協議会の学識経験者、消費者、事業者の方に入っているものでございまして、本審議会委員の諮問委員には大変お世話になっているところでございます。こういう形できちんと調査・分析いたしまして、発信をしていくということになります。なお、必要に応じまして、商品テスト、その他各種の調査を実施して調査していくということでございます。これも後ほど報告事項の中で具体例につきましてご報告を申し上げます。

それから、発信でございまして、同様にございまして、ホームページですとか、広報誌などの媒体を活用するとともに、必要としている対象者に的確に情報を提供していくということで、ライター安全対策でございますと、幼稚園、保育所、そういった乳幼児施設のところきちんとリーフレットをお配りする。それから、ここには記載がございませんけれども、かつて取り組んだベビー用のおやつにつきましては、国・厚生労働省に

要望いたしましたところ、母子健康手帳に注意書きが記載されました。その他、私どもといたしましても、リーフレットを乳児健診等の場に配布するといったようなことで、本当に必要としている情報がそういった必要としている方々のところに届くように取り組んで発信をしているところでございます。これが、これまで東京都が取り組んできました消費者事故等の情報に関する流れを改めて整理したものでございます。

では、恐縮でございますが、資料4-2をご覧くださいと思います。ただいまは情報の流れについてご説明を申し上げましたが、この資料4-2におきましては、東京都の体制につきまして概略をご紹介しているものでございます。まず左側でございますが、前のページでご説明いたしました情報の流れ、これを当局などと庁内の組織、あるいは国等との関係でどのように取り扱っているか。連携の体制の流れとして図示したものでございます。

一番上に黒い太い矢印がございますが、これは下にございます、昨年9月に施行されました消費者安全法に基づく重大事故等の情報の通知の体制でございまして、左側の網かけでございます福祉保健局以下、幾つかの局名を示してございますが、これは直ちに通知するというので、消費者庁のほうに直接矢印がいておりまして、私どもの生活文化スポーツ局にも矢印がきている。これは、国にきちんと通知すると同時に、こういう形で情報の共有を図っていくということでございます。

それから、その次に二重線の矢印がございますが、これは重大事故等以外の消費者事故等の情報でございまして、ここにございますように、まずは生活文化スポーツ局で集約をいたしまして、ちょっと右下の消費者庁のほうに同じく二重線の矢印が出ておりますが、こういった形で情報を通知していくということでございます。今申し上げました矢印につきましては、2種類、いずれも消費者安全法に基づくものでございますが、消費者事故等情報はそれに限るものではないというふうに考えてございまして、単に法律上の要件を直接満たすものばかりでなく、先ほどご説明いたしましたようなことできちんと対応を図っていくということで、資料にありますように特別対策班、これは随時設置をいたしまして、各局と連携しながら取り組んでいくところでございます。それから、消費者事故等情報検討会、更には、東京都食品表示監視協議会等がございますが、食品に関しましては、従来から私どもと都庁の福祉保健局を中心に設置をしてございまして、そういった既存の会議につきましても、消費者事故情報等の取扱いの中で改めてといたしますか、消費者事故情報等の流れの中できちんと位置づけを図っていくということでございます。

こうした体制によりまして、消費者安全法による情報の一元化の仕組みも活用しながら、消費者事故等情報につきまして適切に収集・分析して、行政施策に活かしていくということでございます。

それから、右側でございますけれども、本年1月に組織として消費者情報総括担当課長のポストを新たに設置しました。これにつきましては、先ほどのページでご説明いたしましたように、従来からさまざまな手段で情報を収集し、調査・分析して的確な発信を行っているところでございますが、例えば右側の図でございますが、左上に消費生活センターがございますけれども、こういったところに消費者の方から相談情報が入って、必要に応じて、一番右側のほうにございますけれども、一番右側の箱の下側、取引指導課、生活安全課と書いてございますが、これは私ども生活文化スポーツ局の消費生活部のラインの組織でございますが、ここに通知をされてきているわけでございます。今までの消費者行政の枠組みの中で捉えられた情報につきましては、ただいま申し上げましたそういったラインの課によってきちんと調査・分析をされておまして、この図の下側にございます事業者に対する指導なり、あるいは消費者庁等といった国に対する要望を従来からも行っているところでございます。今回はそういったことを当然のことといたしまして、あえて省いているわけでございますが、それに限らず、消費生活行政と申しますのは、都民の幅広い生活に全て関わってくるものでございまして、それから、いろいろ経済の動き、あるいは技術動向の動きなど、さまざまな動きの中で、さまざまな消費者情報が日々整理されてきているところでございまして、すき間的な事案も中にはかなり含まれてくるのではないかと。従来の垣根の中で、ともすると宙に浮いてしまうおそれのあるものもあるのではないかと。ということで、そういったものも含めまして、ほかの局に今までであれば関連しているものも、もっともっと的確に捉えていくということから、そういったものを、情報も含めて、この組織の中できちんと対応していくということでございます。そういった情報も含めまして、全体といたしまして、きちんとした収集、調査・分析、発信、そして事業者団体、国等との連携をきちんと行っていくということでございます。そういうような形で今後とも都民や消費者団体、それから幅広く消費者の方々に向けまして、必要な発信を行ってきたいと思っております。

以上が東京都の現在における体制のご説明でございます。

最後に資料4-3をご覧くださいと存じます。ただいまご説明申し上げました消費者事故情報等の活用の1つとして、消費者安全法に基づく消費者事故等情報の通知の仕組



みというものがございます。消費者安全法によります定義を改めて上側の網かけの部分でご紹介してございますけれども、2つ大きく分かれまして、まず消費者事故等とはどういうものかということでありますが、事業者が供する商品・製品・物品・サービス、そういったものによりまして生命・身体に被害が発生したもの、あるいは、そのおそれのあるものということでございます。被害の中には、財産的な危害も含まれるということでございます。そのうち重大事故等と申しますのは、その被害が消費者が死亡または30日以上の治療を要する疾病・負傷、例えば一酸化炭素中毒といったものが発生した場合のものでございます。

昨年9月以来、これまでのこの仕組みに基づく事例でございますけれども、まず東京都から消費者庁へ通知したものは、その左下でございますように、重大事故等といたしまして8件ございます。1つは、原動機付き自転車で走行中に前輪を支える軸が折れて路上に体が投げ出されて負傷したというものでございます。それからもう1つといたしまして、オープンガスコンロを使用していたところ、頭痛やめまいが生ずるということで、ガス事業者に調べてもらったところ、一酸化炭素が漏れていたということが明らかになったということございまして、件数的にはさほど多くはないのかもしれませんが、やはり重大な事案というものが実際には起きているところでございます。これらは、いずれも東京都の消費生活総合センターに寄せられた相談情報によるものでございます。これらにつきましては、都として、消費者庁に情報を通知するとともに、専門機関による事故原因の究明など、適切に対応しているところでございます。

それから、右側には区市町村から通知された情報でございます。消費者安全法は義務づけられておりますのは、都道府県知事のほかに、区市町村長も義務づけられておりまして、都域で発生いたしました消費者事故情報につきましては、私どものほうとも極力情報共有を図っていくということで、その中で、私どもとしても把握したものがかなりございます。重大事故等1件、その他8件ということございまして、ここには例といたしまして、自転車で走行中にあごを骨折したといったような事故例がございます。

それから、一番右下には、これは消費者庁のほうでホームページで発表してございますけれども、その中から、東京都分以外のもの、主な典型的と申しますか、いろいろな分野で生じておりますけれども、こういった事例が出ていますということでお示したものでございます。

以上が消費者事故等の通知に関します実績でございます。私のほうのご説明としては大

変雑駁でございますが以上で終わらせていただきます。

○松本会長 ありがとうございます。それでは、ただいまの事故関係のご説明につきまして、どうぞご質問、御意見がございましたらお出してください。佐野委員、どうぞ。

○佐野委員 今のご説明の中にもありましたが、東京都では長年、様々な子どもに関する事故情報などを取り上げて調査・研究、そして提言をされていらっしゃいます。今回特に子どものライターに関しては、消費者庁もきちんと取り上げましたし、経済産業省も委員会をつくりました。地方から中央へ提言して、それが政策に反映されるということは非常にいいことなので、ぜひ続けていただきたいと思います。

それで、消費者庁の方では、子どもを事故から守るキャンペーンというのを立ち上げました。これも、ある意味ではガスライターが1つのきっかけかなと言われているのですが、消費者庁のキャンペーンと東京都の連携の仕方とか、何か新しい具体的な動きがもしあるようでしたら教えていただきたいと思います。

○樋渡企画調整課長 お答えします。今、佐野委員からご質問がありましたけれども、具体的な件に関してのお話はございませんけれども、以前から消費者庁のほうからは、東京都といろいろな意味で連携を保っていきたいということで、その機会をいろいろ活用しながら今後いろいろ相談させてくださいという話がきておりますので、ひょっとしたら、そういう話もまたいずれ出てくるのかもしれませんが、今、そういうパイプはできつつあるところでございます。

○松本会長 畔上委員、どうぞ。

○畔上委員 2月18日、先週の金曜日ですけれども、英会話のレッスンを販売していた業者が、レッスンを自由に受けられますよという事実と異なる営業をされていたということで、一部業務の停止命令と、あと勧誘行為に関して改善勧告をされたというふうに載っていたのですけれども、こういう情報が入ってから、都のホームページを見ましたら、大体18年度からこうしたトラブルがあったというふうに書いてあったのですが、情報を得てからどのぐらいの期間で立入調査して指導・勧告に入るのか。その辺の流れが私ちょっとわからなかったもので、その辺をぜひ教えていただきたいというふうに思ったのですけれども、被害を最小限に食い止めるということになると、やはり迅速な対応というのが非常に必要ではないかというふうに思ったものですから、その点がわかれば教えていただきたいということでございます。

○松元副参事（特別機動調査担当） 特別機動調査担当の松元からお答えしたいと思います

す。この2月18日、フォートレスジャパンという英会話教室をやっていた事業者に対して、国・消費者庁と東京都が合同で立入りをし、同時処分したという案件ですけれども、これにつきましては、確かに18年度ころから相談が入っていた。それで、昨年3月の段階ですけれども、消費生活センターのほうで緊急被害情報を出しまして、消費者に注意を呼びかけております。そのころから私たちもその後の様子を見ていたわけですし、その前後の4月、5月ぐらいから調査に入っていた。それで、処分に向けて動いておりました。その後、それを前後してですけれども、この業者は全国的に活動していたものですから、消費者支援機構関西のほうでも違法行為の差止訴訟を大阪地裁に出していたと思います。それで、その後、和解が成立したのがやはり昨年の3月ですけれども、そんな様子を注意して見ていたところなんです。それでも、やはり被害というか、不適正な行為が変わらないということで、消費者庁及び東京都で処分をしたということになります。それで、処分が結果的には2月になったということです。

○松本会長 今回のケースは先例としてはなかなか面白いと思うのですが、大阪で適格消費者団体が訴訟をやって和解をした。恐らく和解条項違反を引き続きやっているというわけですから、これは違約金を取り立てることができるような、そういうケースになっていくのではないかと思います。

ほかにご質問ございませんでしょうか。矢野委員、どうぞ。

○矢野委員 要望ですけれども、消費者にとっては、先ほど畔上委員からも言われましたように、被害を最小限にとどめるためには、やはり迅速な対応と情報を早めにいただけるということが非常に重要です。しかし一方で、情報はやはり正確でなければいけないということで、その辺のさまざまな調査等の期間が生じてはいるのですが、例えば生協などは3件クレームといいまして、同じ商品に関して3件クレームが発生すれば、それはかなり注意喚起をする対象になるというような捉え方もしています。感度を高くといいますか、アンテナを広げることを常に現場窓口のところはとられて、マンネリ化しないように、緊急消費者被害情報としていかに発信するかということにぜひ今後も力を入れて心がけていただければと思います。よろしく願いいたします。

○清宮消費生活部長 センターの所長から一言ご説明申し上げます。

○広瀬消費生活総合センター所長 消費生活総合センター所長の広瀬でございます。ただいま矢野委員のほうから情報の発信を今後ともというお話でございますが、この場をお借りしまして、私どものほうで今年度、緊急消費者被害情報を現在までに4件、件数的には

ちょっと少ないのですが、4件出しております。冒頭の局長の挨拶の中にもありましたが、やはり昨今はIT関係と申しますか、広い意味でのコンピュータですとか、携帯電話、こういうものを使った形での契約トラブルが非常に多くなってきておりまして、あるいは、こういう景気の中で、未公開株、これも環境に絡ませたような形で必ず値が上がるなど、こういったような手口のものが多く出てきておりまして、その都度、私どものほうでも緊急情報という形で出ささせていただいております。未公開株による被害、それから出会い系サイト内での悪質な手口、それから携帯電話の無料ゲームでの高額請求、それから、インターネット上の情報商材、いろいろなお金儲けの秘訣というものを、中身は見せずに、買ってから見てもらおうというものですが、こういったものによるトラブル、こういった4件を出させていただいておりますけれども、引き続き都のセンターの中で新しい形態の相談ですとか、こういったものが出た場合には、速やかに情報を発信していきたいと思っております。また、最近では国民生活センターのほうもかなり情報発信しておりまして、この中でも一緒に連携して注意喚起をした例もございますけれども、引き続き都市部に多く契約トラブルというのが顕在化して出てきますので、私どものほうでも気づきという部分をしっかり持ちながら、アラート機能を発揮したいと思っております。

○松本会長 どうぞ。

○山上委員 1つ教えていただきたいのですが、調査・分析のところの一番下で相談テストという項目がございますが、消費生活センターでは商品テスト等がなかなか難しい現状があるのではと思います。都ではどのような形でやっているか教えていただければと思っております。

○広瀬消費生活総合センター所長 今、山上委員のほうから都のセンターにおける相談テストというお話がございましたけれども、東京都の飯田橋にテストを行う施設があるのですが、こちらの中で実際にできるものというのは非常に限界があります。ただし、日ごろ区市町村のセンターさん等に入ってくる商品テストにつきましては、やはり衣類ですとか、生活に身近な商品に関する相談も結構あるんですね。こういったものについては十分対応できるような施設を持っております。そういったことで、区市のほうからかなりの依頼等があるのですけれども、これに対してはこなしておりまして、年に大体100件以上の商品テストをこなしております。

また、それ以外に、実は私どものほうも優秀なスタッフがおりますので、さっきちょっと申し上げた気づきの部分に近いのですが、ある事故例で通常多いのは、消費者の使用の

仕方が、いわゆる誤使用と言っていますが、誤使用でなったのかなと思いがちな事案においても、ひょっとして商品のほうに何らかの欠陥があるのではないかと。ここの気づきが非常に重要でございまして、私どものほうで、物によっては海外製品においても、海外では実際にどのような情報が出ているかどうかを調べたり、場合によっては、メーカーさん等に照会をかけるなど、こういった実は表にはなかなか出ない過程で、外国語も使いながら、実際に商品のほうに問題がないかどうかのチェックをしております。

こういったものを通して、あとは実際にN I T Eさんですとか国センさん等、試験ができる場所、あるいは実際にある程度の分析ができる場所とも連携しながら、そのあたりについては、センターが直接分析をしないにしても、センターが気づくことで最終的には商品の欠陥等の発見、注意喚起、こういったものにつなげていくということをやっております。

○松本会長 よろしいでしょうか。

それでは、続きまして報告事項に入りたいと思います。まず初めに、先ほども少し話題に上がりましたが、東京都商品等安全対策協議会の報告、「子どもに対するライター的安全対策について」事務局からご説明をお願いいたします。

○荒木生活安全課長 生活安全課長の荒木でございます。着座にて失礼いたします。

資料のほうは5をご覧くださいと思います。それから、机上のほうに「ライターの安全対策に対する報告書」を置かせていただいております。

東京都では、子どものライターを使った火遊びによる火災が多数発生していますことから、昨年11月18日に東京都商品等安全対策協議会のほうから、子どもに対するライターの安全対策報告書を発表したところでございます。ここに本日いらっしゃる詫間先生、山上先生には、委員としてご検討いただきました。この場を借りて御礼申し上げます。

それで、その発表を受けまして、経産省、消費者庁へ報告書を提出し、子どもに対する安全対策を要望しましたほか、業界団体にも安全対策について併せて要望してございます。報告書の内容をここでご紹介させていただきますと、子どもの火遊びによる火災の7割以上がライターとなっております。東京消防庁管内では19年に3人、20年には2人の死者を出しております。また、先週2月17日には練馬で2人の幼児が亡くなるという痛ましい事故も起きております。また、ライターを玩具と間違えたり、ライターで遊んでいてやけどをしたりする事故も報告されています。このような事故を防止するために、海外では点火ボタンを重くするなど、ライターを子どもが簡単に操作できないようにする、いわゆるチ

チャイルドレジスタンス規制というものを行ってございます。アメリカでは、1994年に規制を開始してから、4年間で火災による死傷事故がほぼ半減したという報告がございまして。また、EUも2006年から規制を開始いたしまして、オーストラリアなど、ほかの先進国でも同様の規制を行ってございます。

現在、日本の国内には約6億個のそういうディスプレイライターが流通していますが、ライターの安全対策、それから、チャイルドレジスタンスに関する法的規制というものはございませぬ。都の要望を受けまして、経済産業省としては、子どものライター使用による事故の防止を図るため、消費生活用製品安全法での安全規制の対象につきまして、昨年暮れからワーキンググループをつくって検討を開始したところでございまして、都といたしましても、国の法規制のワーキンググループにオブザーバー参加いたしまして注視していきますとともに、別に保護者向けのリーフレットを都として70万部作成いたしました。この資料の後にカラーのものを付けてございまして。それで、ライターによる重大事故から子どもを守るための注意喚起を行ってございまして。なお、このリーフレットですが、多くの保護者の方にご覧いただけますよう、都内の保育所、幼稚園、保健センター、消費者センターなどに配布してございまして。ライターの事故がなくなるよう、都といたしましても、今後あらゆる機会を活用して注意喚起をしていく所存でございまして。どうぞよろしくお願いいたします。

○松本会長 ありがとうございます。ご質問はこの後まとめて承るということにいたしまして、続きまして、「ヒヤリ・ハット体験調査」。キッチンでのヒヤリ・ハット体験の調査につきまして、事務局よりご説明をお願いいたします。

○池田副参事（商品事故分析担当） 商品事故分析担当の池田でございまして。よろしくお願いいたします。それでは、座ってご説明させていただきます。

資料といたしましては、資料6にヒヤリ・ハット体験調査についての資料がご用意してあります。

まず、1枚めくっていただきまして、報道発表資料のほうですけれども、ヒヤリ・ハット体験調査ということで、2月17日にプレス発表いたしました。こちらに書いてありますように、身の回りの商品・サービスによる体験はどこへも情報提供されることなく複数埋もれている現状があるということで、アンケートを通しまして事故情報や事故となる一歩手前の情報を発掘・収集していく、そういったことが目的の調査でございまして。この調査は2段階のアンケートで構成されております。箱が2つあるのですけれども、1つ目が第

一段階の調査でございます。第一段階といたしましては、設問をつくった側の仮説に左右されずに、消費者の生の声や本音を把握できるようにということで、自由回答方式でヒヤリ・ハットや危害の体験を収集いたしました。この調査では 4,000人の方を対象といたしまして、台所で起こるさまざまなヒヤリ・ハット体験や危害の体験を伺いましたところ、約1万件の報告をいただきました。報告された自由回答は単語単位に分割いたしまして、記述内容を類型化しまして、それで集計いたしました。

収集した体験の傾向といたしましては、ヒヤリ・ハット体験ということでは、ガスコンロに関係する事例が最も多く集まりました。それから、危害の程度別に見ますと、医療機関を受診した事例が多いのは包丁や台所用洗剤が関係する事例。更に、入院に至った事例が多いのは床での転倒や、いすからの転落、電気ポットでのやけど、こういった傾向がございました。

1回目の調査結果を受けまして、第二段階の調査をいたしました。こちらは自由回答の調査結果を分析いたしまして、ヒヤリ・ハットの件数が一番多いのがコンロ回りということがわかりましたので、火事や大きなやけどにもつながる可能性があるコンロ回りの危険ということで、2回目は選択方式で行いました。消費者の方に設問から選択していただくというのですが、これによりコンロ回りの危険の発生率や原因を定量的に把握することができました。こちらは 2,100人の方を対象に調査いたしました。

その結果、ガスコンロ使用経験者のうち、衣類では19%、毛髪や眉毛では19%、布巾やキッチンペーパーなどでは38%の方がヒヤリとしたり、実際に着火した経験をお持ちであるということがわかりました。こういった着火は、先ほども申し上げましたように、火事ややけどなど大きな事故につながる可能性もあるので、特に十分注意することが必要だと思われました。

また、コンロ回りの便利グッズとして、アイデア商品ということでいろいろ売られているわけですが、例えば換気扇フィルター、グリル用小石、アルミ製パネルなどが販売されております。こういった便利グッズへの着火もそれぞれ6～10%の方がヒヤリ・ハットや、実際に着火した経験を持っておられるということがわかりました。これは、長期間使用しているうちに、便利グッズに油が付着し、この油に引火したものと推察しております。取り替える交換頻度がメーカーが想定しているよりも長い方が多いということが原因ではないかと推測しております。

今回得られましたこのような結果をもとに、ヒヤリ・ハットレポート「キッチンでの事

故防止ガイド」ということで作成いたしました。これは、消費生活相談窓口等、いろいろな媒体を通じて、都民への普及啓発に役立てていく予定でございます。また、収集したヒヤリ・ハット体験のうち、追加の調査が必要なものについては、商品テスト等安全性に関する調査を更に詳しく行いまして、情報発信していきたいと考えております。

以上がヒヤリ・ハット体験調査のご報告でございます。

○松本会長 ありがとうございます。それでは、ただいまの2件の事故関係の調査報告につきまして、ご意見、ご質問がございましたらどうぞお出しください。詫間委員、どうぞ。

○詫間委員 今2件ございましたが、前のほうの子どもに対するライターの安全対策、カーキ色の報告書でございますが、ここにおられる山上委員も非常にご努力いただいたわけでございますが、ポイントについては課長さんのほうから上手にお話をいただけていると思いますが、その中にもございましたように、ディスポーザルの使い捨てのほうのライターだけで6億1,000万個というオーダーで輸入されているわけでございますね。主として中国が多いわけでございますが。

それで、問題の1つは、私考えますのに、あと韓国、シンガポール、中国も含めて、向こう側のサイドにほとんど規制がないわけでございますので、本当は自主規制していただくのがよろしいわけですが、いろいろ重大な事故が、先ほどの練馬の先週の事故、それから1月にも起きております。2人男の子が亡くなったという事故ですね。ディスポーザルのライター、あるいはノベルティライター、両方含めてでございますが、そういうこともございますので、今後の方向性として、あるいは検討課題として、そういう働きかけを対象国を含めてしていくようなことも今後考えなければいけないかと思っております。そういう点について、今後、更に何らかの手だてを施していくべきなのか、また、そういうことが可能なのかということちょっと伺いたいと思っております。

○松本会長 東京都の方から何かお答えが可能でしょうか。

○荒木生活安全課長 ただいまの詫間先生のご指摘はなかなか重要なことだと思うのですが、ライター業界自体は、日本の産業政策の問題もありますので、日本喫煙具協会等、業界団体ですとか、経産省等とも相談しながら、動向を注視してまいりたいと思っております。

○詫間委員 先ほどちょっと言い忘れましたが、佐野委員のほうから、今回については特に今の荒木課長、あるいは係長さんも含めてご努力もあったのですが、経産省と消費者庁



等に非常に積極的にお働きをすぐいただいたものですから、もちろん部長さんとか局長さんもそうだと思いますが、非常に迅速に取り上げていただいて、ときどき申し上げていますが、都は非常に先進性もありまして、独自性もあるわけですが、ご承知の方もあろうかと思いますが、すぐ福島担当大臣はEUのほうにも行かれて、担当委員会の委員長、向こうも女性の方ですが、そういうところとも新しい情報を、先ほどの資料の中にもございましたように、EUは非常に進んでおりますから、そういう形で今後、安全基準をライターを含めて子どもの幸せのためにどういうふうにやっていくかということに対して、今回は非常に時間を置かずに、積極的な、国も含めた、先ほどご紹介があったとおりの活動が行われたということは非常に喜ばしいことだと思っております。

○松本会長 大津委員、どうぞ。

○大津委員 ライターの件で幾つか確認をしたいと思えます。ライター等火災事故が去年結構起こりまして、いち早く東京都は国に提言をしたということで、先ほどからたくさんの委員の方から評価と称賛の意見が出ているところであり、私どもも本当にこれは東京都として素晴らしい行動を起こしたということで高く評価をいたしております。昨年11月、いち早く提言をした後、約3ヶ月たとうとしております。国に提言した結果、経済産業省が動き、今、ワーキンググループで検討会が進んでいるとのことですが、こうした法規制、もしくは法規制にいかなくても何らかの施策を施すまでのめどと、現在の進捗状況につきましてお教えいただければと思えます。

○荒木生活安全課長 ただいまの大津先生のご質問ですが、11月19日に経産省に要望して、それですぐ国が動いてくれまして、12月15日に消費経済審議会製品安全部会が開催されました。その中で法規制の対象について審議されたのですけれども、やや詳しく申し上げますと、東京都が何を要望しているのかと申しますと、ライターを消費生活用製品安全法の特別特定製品に指定していただきたいということを要望しております。その法律の中で、今、特定製品というのがレーザーポインターですとか、乳児ベッドですとか、9つのものが指定されております。その中で特別特定製品というのは3つございます。それはどういうものかと申しますと、国がその製品について安全な技術基準を定めます。その基準に適合したPSCマークというものがないと、その製品は販売できないこととなります。もし市場で売っている場合には、それを回収命令など国が命令できるということで、非常に強い権限を持った法律でございます。そのワーキンググループが2月2日に立ち上がりまして、目途としては、5月に取りまとめて、夏ごろ報告書が出る予定でございます。そのワーキ

ンググループの中で何を決めるのかと申しますと、規制すべきライターの適用範囲、100円ライターといってもいろいろございますので、一体幾ら以下の、どんな形のライターを規制するのか。また、技術基準についても、どんな安全装置をつければいいのか。一番簡単なのは、押す重さを重くすればいいのですけれども、では何キロならば子どもが押せないのか。そういった基準をいろいろ研究・調査する必要があります。

それから、その試験方法についてですが、外国では、51ヶ月未満のお子さんを100人集めて、100人に触らせて85人以上がつけられなければ合格という試験を行っております。ですから、こういった外国でやっているような試験が果たして日本でできるのかどうか。そういったことも検討課題となっております。これらのライターの範囲、技術基準、試験方法をいろいろ検討して、5月から夏にかけて報告が出て法規制の方向が決まる、そういう段取りになっております。私どももオブザーバー参加で、その会議に参加させていただいております。

以上でございます。

○大津委員 東京都がせっかく11月にいち早く提言をして3ヶ月たっている間に、2月17日に、やはり子どものライターで火災が、先ほどの話にもありましたが、練馬で起きている次第であります。やはり的確に早めの判断が必要かと思ひまして、5月から夏ということであればまた何ヶ月も経過する。その手前上、やはり早めの判断、手続きなどを踏むのは時間もかかるし、業界団体との交渉もあるとは思ひますが、なるべく迅速に判断できるよう、東京都からもこのワーキンググループを通じて働きかけていただきたいと思ひますし、また私のほうからも、国の方の進捗状況について確かめて要望もしたいと思ひます。

たまたま今月、初めての海外視察ではありましたが、北欧・ヨーロッパの方に視察に行った際に、こういった消費者行政も項目として入れていろいろと見聞をしてまいりました。1つ1つ危ない品目を挙げていると、本当に現在生活の中で切りがないぐらいですが、ヨーロッパの思想の根底には、全てが安全であるものが公正に取引をされて市場に出回るべきだという、大きな思想が根底にあるということがまざまざと話の中でもわかる次第です。この決定の間にも、保護者のPR用、普及啓発用のパンフレットを出してくれるということで、これも大変画期的なことでもあります。例えばデンマークの現地に住んでいる人は、ライターが危ないということ自体を幼少のころから託児所でも教え込むので、子どもがライターの火遊びの火災という心配自体があり得ない。そのように現地に住んで

いる人は言っていますように、教育とともに、こうした法規制や注意喚起をいろいろな側面から行って、都民の命と安全を守るということで、これからも東京都の消費者行政に期待をしていきたいと思えます。

以上です。

○松本会長 佐野委員、どうぞ。

○佐野委員 キッチンについてお聞きしたいのですが、コンロ回りでの危険の発生率というところで、IH調理器使用経験者の16%が鍋の滑りを経験というのがあるのですけれども、これはIH用のお鍋を使っていたのかというのが1つと、もう1つは、私自身はガスコンロを使っているのですが、最近、お鍋やフライパンを買おうとすると、ほとんど全てIH用と書いてあります。果たしてそれは本当なのかと常に疑問に思っておりまして、そこから辺からの事故もあり得るのではないかと思うのですが、そのあたりのことがおわかりになったら教えてください。

○池田副参事（商品事故分析担当） それでは、ご説明いたします。IH調理器使用経験者の16%が鍋の滑りを経験という部分についてですけれども、IH調理器も、昔ですと鉄、ステンレス関係でないと使えなかったのが、最近はオールメタル対応ということで、アルミなど割と軽いお鍋も使えるようなIH調理器が普及してきております。軽いお鍋に、また中身も少量ということになりますと、オールメタル対応のもので滑りやすいという状況がございまして、これにつきましては、メーカーさんのほうでも取扱説明書で注意喚起をされているということもございしますが、少量といっても、どのぐらいの量なのか、消費者もイメージをつかみにくい、たぶんそういったところがあると思われまして。それで、状況によってはけがをしてしまう、やけどなどをしてしまうということがこの調査でわかりました。そういう状況でございまして。

○佐野委員 もう1つは、IHと書かれているが、本当にIH対応なのか。そういう調査までしておられるのでしょうか。

○池田副参事（商品事故分析担当） これは、まずアンケートの第一歩ということでございまして、IHと書かれているけれども、それが本当にIHに対応するかどうかという調査までは今回のアンケート調査の中には項目としては含んでおりません。

○松本会長 たぶん今おっしゃったのは、偽装表示のほうの問題でしょうから、表示関係のほうになると思えます。確かにIHを我が家でも使っていますけれども、IHはぺちゃんこといいますか、平べったいわけですよ。昔のお鍋のたぐいは、大体コンロの上に置

くからちょっと湾曲している。もしそういうのを置けば、確かに滑りやすいと感ずますから、IH対応ということであれば、底が平べったくないとそもそも名乗る資格はないという感じですね。

○細川委員 ヒヤリ・ハットのこういう調査というのは非常に貴重だと思いますし、東京都でも初めて聞いたのかというような感じもするのですけれども、前に回転ドアでの死亡事故が問題になりましたし、あるいは公園の遊具も絶えず問題になっています。こういう責任追及だけではなくて、生活上のより安全な社会をつくるというのは、消費者行政部門の重要な仕事だと思うんです。私、前からちょっとおかしいなと思っていて、いろいろなところで問題提起しているのだけれども、誰も反応してくれないものが1つありまして、それはホテルとか旅館で浴槽のお湯のほうの蛇口から熱湯が出るんですよ。すごく熱いお湯が出て、しかも、不思議なことに、今、家庭では混合栓がかなり普及していますけれども、旅行とかホテルでは混合栓すらないところが多くて、たぶんあれは子どもがちょこちょこ親より先に浴槽へ行ってしまってお湯をかぶってしまったりとか、あるいは大人でも、ちょっと酔っていて、大やけどをするなんていう例はたくさんあるのではないかと思うのですけれども、全て自己責任で済まされているのではないかと思うのです。

そういったものも含めて考えると、いろいろ生活上のトラブルとか、ヒヤリ・ハットというのがあると思いますので、今回はキッチンですけれども、キッチンだけでなく、公共のスペースとか、あるいは街頭でもそうですけれども、そういったところのこういったものは、このチラシには「今まで体験はどこへも情報提供されることなく」と書いてありますけれども、情報提供されているケースもあると思うんです。けれど、そこは全て自己責任とか、あるいは、先ほどの旅館とかホテルの熱湯というものも、私、一回いろいろな行政に電話したりしたことがあるのですけれども、たぶんこれも隙間事案なんですよ。どこの担当でもない、東京消防庁の担当でもない、国土交通省の担当でもない、そういうことで埋もれているのではないかというような感じがします。

そこで、先ほど公衆浴場の話が出たので気づいたんですけれども、公衆浴場の熱湯の蛇口というのは熱湯は出ません。大体45℃ぐらいになっています。だから、もしかしたら公衆浴場は規制する行政があるので、温度の制限をしているのか、後でお調べいただきたいと思うのですけれども、公衆浴場は熱湯は出ないけれども、ホテルとか旅館は熱湯が出るなどということもありますので、もう少し広く消費生活上のこういったヒヤリ・ハットというものから何か政策提言というのもぜひしていただきたいと思います。

以上です。

○松本会長 須古委員、どうぞ。

○須古委員 今の話の続きというか、関連ですけれども、ヒヤリ・ハットで便利グッズに落とし穴というか、そこでの事故が多いという話をされて、こういったパンフレットなどをおつくりになって啓発されることはとても素晴らしいことだと思いました。それで、都民の皆さんにはいろいろな意味でフィードバックをとということだったのですけれども、私たち働く女性の会で消費者の立場に立って物をつくったり、研究開発をしているのですけれども、一般の消費者の苦情からは、こういった意見を吸い取りながらつくるということはやっているのですけれども、ぜひ今おつくりになったパンフレットのような感じのものをメーカー側にもフィードバックをされて、こういった使い方もあったのかと。使用期限より想定以上長く使われたことに油の付着とかあって、なかなか想定外のことなので、ぜひメーカー側へのフィードバックということもお考えいただきたいと思います。以上です。

○清宮消費生活部長 ご意見を2点ばかりいただいた件につきまして、ヒヤリ・ハット調査は、21年度新規で始めたところをごさいます。今回は身の回りで一番多そうなキッチンからスタートしたところをごさいます。今後いろいろな場面、切り口を考えながら、来年度も予算をお願いしているところですので、引き続き取り組んでいきたいと考えています。

それから、今、メーカーのお話等ございましたが、今回のヒヤリ・ハット体験等につきましても、例えば製品の改良等にも役立てていただきたいということもございまして、業界の関係者の方にお送りする手はずで行っているところです。

○松本会長 ありがとうございます。引き続きヒヤリ・ハットということでいろいろな危険を発掘していただきたいと思います。

続きまして、商品テストの報告2件分をお願いいたします。

○池田副参事（商品事故分析担当） それでは、商品テスト「カシミヤ製繊維製品」と商品テスト「ガラス製なべぶたの破損事故調査」の2件についてご説明いたします。

まず、カシミヤ製繊維製品についてですが、平成18年から19年にかけて、カシミヤ製のセーターなどについて、公正取引委員会が景品表示法の規定に違反するとして、何件か排除命令を出しております。こうしたことから、実際の商品を手にとって確かめることができないインターネット通販で販売されているカシミヤ製繊維製品について、カシミヤの混

用率を調査いたしました。インターネット通販で購入した50商品について調べましたところ、約3割の商品で実際の混用率と商品の表示が異なる不適正表示が見つかりました。特にストールやマフラーでは約4割が不適正という結果でした。こちらのお配りした資料にあります写真にあるマフラーですが、これは「MADE IN ENGLAND、100%カシミヤ」ということで表示されております。しかし、この商品はテスト結果ではアクリル100%でした。

このような結果に基づきまして、著しく優良であるように表示していた11商品について、表示の改善を取引指導課のほうから指示いたしました。また、消費者庁や日本通信販売協会等に表示の適正化の推進について要望をいたしました。カシミヤ製繊維製品については以上でございます。

続きまして、商品テスト「ガラス製なべぶたの破損事故調査」でございますが、こちらは資料8をご覧ください。1枚めくっていただきまして、次のものがプレス発表資料でございます。強化ガラス製のなべぶたは、一定の衝撃を受けると一気にパーンと割れるという性質を持っています。消費生活相談には10年間で23件、ガラス製なべぶたが突然破損したという相談が寄せられております。相談内容を拝見いたしますと、割れたとき、どなたでも驚き、戸惑われた様子がわかりました。そして、中には手をけがされたという方もいらっしゃいました。そこで、ガラス製なべぶたが破損に至った状況や、破損しやすい状況を調査するため、商品テストを実施いたしました。

破損しやすい使用方法ですが、恐れ入りますが、1枚おめくりいただけますでしょうか。横書きの資料ですが、最も破損しやすい使用法は、これの一番上の欄にございます強熱し、そして急冷するというものでございます。コンロの炎にかなり近づけて強熱し、その直後に水の中に入れるという形で急冷いたしますと、5分の5、5商品のうち5商品全てが全面破損いたしました。非常に高い割合で破損するということがわかりました。クモの巣状に割れて、その形でとどまるものもありますが、一気に粉々に音をたてて割れるものもあります。そして、割れた破片は鋭利で、片づけるときは細心の注意が必要となります。再現テスト実施中、割れるともちろんわかっているのですけれども、その瞬間は立ち会った者みんなが驚くような状況がございます。消費者の方が家庭で体験されたら、かなりびっくりされるのではないかと思います。

また資料の1枚目に戻っていただけますでしょうか。こちらの一番下の表示調査の部分ですが、表示調査を行ったところ、品質テスト結果では「強化ガラス」という結果が出ていたのですが、表示では「耐熱ガラス」と表示されているものなど、家庭用品品質表示法

の表示規定に不適正という商品がありました。こうした結果から、消費者庁に表示の適正化について要望するとともに、業界団体等へ情報提供いたしました。

破損を防ぐ方法ですが、その裏に書いてありますが、消費者へのアドバイス。なべぶたをコンロの炎に近づけて置かないということ。強く熱したなべぶたを急に水に当てないことなどのポイントです。それから、破損の状況の動画につきましては、生活文化スポーツ局のホームページのほうからご覧いただくことができます。

以上でございます。

○松本会長 ありがとうございます。それでは、ただいまの商品テスト2件につきまして、ご質問でございますでしょうか。矢野委員、どうぞ。

○矢野委員 強化ガラスのなべぶたに関連しまして、今ご説明いただいた3番の表示調査の一番下の※のところですが、「なべとセットで販売されているふたの表示は省略可とされている」、このこと自体は問題ではないかと思われませんが、今回の国等への要請の中に、このことの改めて表示の見直しとか検討についての要望はされたのかお聞きしたいと思います。

○池田副参事（商品事故分析担当） これは、本当にセット販売でも、単品でなべぶただけが売られているものでも、商品としてはほとんど同じものが売られております。しかし、セット販売で販売されているものは省略可ということになっております。これにつきましては、消費者庁の家庭用品品質表示法の担当のほうに要望ということでお伝えしてまいります。

○松本会長 今のご趣旨は、何ガラスかが全然わからない状態で売られているということですか。つまり、強化か耐熱か、それとも単純に割れるガラスかということは一切わからないで、「ガラスぶた」という表示だけでいいということですか。

○池田副参事（商品事故分析担当） 実態としては、ほとんどの商品においては単品販売のものと同じ表示がされておりましたが、1点、ここにありますように「ガラスぶた」という表示のみで、強化ガラス製であることが消費者が判別できない商品、1商品ですが、家庭用品品質表示法の対象外ではありますが、こういったことが表示されていない商品がございました。

○松本会長 恐らく昔の感覚からいえば、何も書いていなければ、普通のガラスだから、もっと割れやすいというふうに考えるでしょうから、逆の場合よりは、むしろ使用に注意するかなという気もいたしますが、その辺は確かに表示の一貫性という点では問題がある

かもしれないですね。

ほかにございませぬようでしたら、次に、事業者処分等の実績についてご説明をお願いいたします。

○松元副参事（特別機動調査担当） それでは、資料9の説明をさせていただきます。先ほど来の説明にもありましたけれども、東京都では、悪質商法撲滅に向けて、21年度、警視庁OB職員2名を増員いたしまして、組織の充実を図りながら処分・指導等に取り組んでおります。その21年度の2月18日現在の実績ですけれども、処分等として20件、それから立入調査42件ということになっております。その処分等20件の内訳が右のほうですけれども、近隣5都県の連携は既に6年を迎えておりまして、今年度ですと9月17日の人事新報社、これは同窓会名簿を売っている業者です。それから、12月17日、これは味噌の訪問販売ですが、これが5都県連携で同時処分をしたものです。あと、9月2日の丸清という業者、これも神奈川県と合同で処分をしております。

今年度は連携の範囲が近隣5都県だけでなく広まっておりまして、例えば8月4日のはすみというのがあります。これは不用品回収ですから、消費者が自分で呼んで来てもらうために訪問販売から外れまして、条例による禁止命令をしておりますが、この業者は廃棄物処理法の無許可業者であったために、警視庁と連携しまして、都の禁止命令後、関係者10名の逮捕に至っております。それから、10月9日、エヌズゲーム。これは、エヌズゲーム及びその信販会社である次の昌起といいますが、これはスキューバダイビングの会社でして、大阪に本社があつて、東京も表参道に支店があるという会社ですけれども、大阪府と連携しまして、合同立入及び同時処分に至っております。それから、先ほどお話がありました2月18日、フォートレスジャパン、これは消費者庁との連携による処分ということ。このように、さまざま連携しながら迅速な処分に今後とも努めたいと思っております。

以上です。

○松本会長 あと報告を2件承ってからご質問を受けたいと思います。

続きまして、「金融経済教育モデル事業の実績」について、ご説明をお願いいたします。

○樋渡企画調整課長 それでは、私のほうから金融経済教育モデル事業の実績についてご説明いたします。資料10をご覧くださいと思います。

この金融経済教育モデル事業につきましては、東京都の多重債務問題対策協議会におきまして、多重債務問題の未然防止のためには、小・中学生向けの金融経済教育の教材を作成して、区市町村の協力校において作成した教材を活用して授業とか講座を実施してもら



うということにしております。今年度につきましては、新宿区、世田谷区、足立区、江戸川区、八王子市の4区1市の小・中学校、合計11校で実施していただいております。実施状況は資料の下のほうに書いてございますが、小学校は3年生を対象にしましたけれども、実際、3年、4年、6年とやっていただいております。授業の時間は、社会科、道徳、それから総合学習の時間ということになっております。それから、中学校は中学2年生を対象にしておりますけれども、実際は2年生、3年生でやっていただいております。実施科目は社会科の公民的分野とか、それから家庭科などになってございます。

参考までですけれども、このモデル事業につきましては、プレスも結構取り上げていただきましたので、私どもとしては少しずつ広まっていくのかなと思っておりますが、今後の展開ということで今後の予定ですけれども、22年度につきましては、モデル事業実施の区市を更に拡充して、また、その結果、アンケートなどを実施しまして事業の検証を行いたいと思っております。また、基金を活用しまして、都内の全ての小学校3年生、中学校2年生に作成した教材を配布する予定でございます。また併せて、教材の補助資料や事業の事例集を作成しまして、教育現場で活用しやすいものになるよう工夫していこうと思っております。

簡単ですけれども、以上で説明を終わります。

○松本会長 ありがとうございます。

続きまして、「東京都消費者被害救済委員会の新規付託案件について」ご説明をお願いいたします。

○広瀬消費生活総合センター所長 それでは、私のほうから資料11についてご説明いたします。

先週ですけれども、2月16日にプレス発表させていただきました、ライセンス取得インターンシップ留学の契約に係る紛争につきまして、東京都の消費者被害救済のほうに付託をさせていただきます。紛争の内容でございますが、平成19年9月、申立人はカリフォルニアでの語学学校とネイルスクールの資格取得コース、それとインターンシップがパッケージになっている2年間のプログラムの申込みをいたしました。申立人の主張によりますと、勧誘時の説明では、別途負担の航空代金等を含めても総額で130万円程度になると言われ、自分で計算したところ、2年間で130万円は安いと思ひまして確認したところ、相手方からインターンシップのためのJ-1ビザが取れば月に1,000ドルは稼げる

などとの説明を受けたということです。

20年の2月に申立人は渡米いたしまして、あっせんされていたネイルスクールに通っていたのですが、インターンシップに受け入れてもらうためには、4月からインターンシップ先のネイルサロンのオーナーの経営するネイルスクールに追加の学費 2,000ドルを払って学ぶことが必要と言われた。申立人は、インターンシップが始まる6月にはJ-1ビザが取れると相手方から説明されていましたが、実際に取得できたのは10月の初旬でして、その間ほとんど収入がなく、ビザ取得後も収入がなく、所持金が1,000ドルを切ったところ、10月末に帰国せざるを得なくなったということです。申立人は、契約時の説明と実態の違いからインターンシップ費用等の返金を求めています。相手方はインターンシップ費用の2割しか返金しない旨を解答して、申立人は納得できず紛争となっているものでございます。詳細は2ページと下に振ってあるところ等にご覧いただけますが、また後ほどお読みいただければと思います。

3ページのところに「3. 主な付託理由」ということで、今回、これは委員会のほうに付託をいたしまして見解を求めます。公正かつ迅速な解決を図るとともに、今後の同種被害の防止・救済に役立てたいと考えております。今回の付託理由ですけれども、現行では留学あっせん業全体を包括的に規制する法律等はなく、本件を通じて留学あっせんに係る問題点を明らかにし、法律的問題を検討する。

それから2点目、勧誘や契約時の相手方の説明と現地での実態の乖離が事実であれば、勧誘における不実告知または重要事項の不告知として、消費者契約法に基づき契約を取り消すことができるのではないかどうか。また、債務不履行による契約の解除ができるのではないかということでございます。

3点目に、相手方は契約時に契約書や明細書等を交付しておらず、また、申込時にも手配が完了した場合の契約成立の起算日、キャンセルや変更の際の手数料、または手配が不成立の場合の取り扱い等について説明をしていないことから、類似法令である旅行業法ですとか特定商取引法の書面交付義務規定の趣旨を考えると、当該契約を解除することができるのではなかろうかというようところで付託して、今後、委員会のほうで処理を進めていく予定でございます。

参考としては、都内のセンターにおける留学等あっせんに関する相談件数の推移を、平成20年度までの5年分についてグラフで示しております。また、本救済委員会の委員名簿を4ページ目に付しております。

簡単でございますけれども、報告は以上でございます。

○松本会長 ありがとうございます。それでは、以上3件の報告につきまして、どうぞご意見、ご質問をお出してください。

○鹿野委員 1点質問です。先ほど、資料9のご説明をいただきました中で、21年度の処分の件数は、19年と20年に比較しますとかなり減っているようですが、これは何か被害の実態に変化があったということなののでしょうか。その数字の変化の理由についてご説明いただければと思います。よろしくをお願いします。

○松元副参事（特別機動調査担当） 特別機動調査担当の私のほうからお答えいたします。確かに、年度別に処分件数を見ますと、ここのところ減っております。19年度が最高です。本年度は、組織を充実しつつ、件数的には落ちております。これは全国的にも言えることでして、今、全国の処分件数は消費者庁のホームページで見ることができますが、たしか19年度が最高の180件、21年度は今現在、九十数件となっております。これは、統一的な解釈はないのですけれども、処分をそれぞれの自治体及び国でやるようになりまして、大手の業者の処分は大体終わってきている。そういう中で、1つ1つが小さい、ただ悪質だということで、1つ1つの処分手続に時間がかかるということもあります。そういうこともありまして、例えば19年度、私たちは47件処分をやっているのですけれども、このとき、事業者数でみるとたしか30件いっていないのですが、1回の手続でかなりの業者を処分できていた時期から比べますと、今、1つ1つが特徴のある、いろいろ難しくなっているということで、1つ1つの処分に時間がかかるということは事実としてあります。

それから、21年度、今年度は20件ですが、立入調査の件数を見ていただきますと、かなりやっております、これがだんだんと処分に続いていくと私たちは考えて努力をしているところです。

○吉住委員 私のほうから、処分事業者一覧のところ、12月3日に2件あります。それで、立入調査拒否公表ということで、処分にはいろいろな段階があるだろうと思うのですが、例えば騒音の問題とか、汚水を流すという有名なチェーン店の食品の食材をつくる工場があったのですが、半年間ぐらい当局者とずっとやったのですが、最終的に、初めて条例をつくって改善勧告というものを出して、結局、それも抜かないから効果がある最後の伝家の宝刀であって、勧告を出しても、勧告は命令じゃないものですから。また、法律じゃないので守らなくてもいいと。最終的には名前を公表されるだけだということで、なかなか応じないというのがあったのですが、これは立入調査を拒否したということになって

いて、これは経過と違うだろうと思うのですが、拒否した場合には拒否させない権限があるのかどうか。あるいは、結局拒否されたので結論が出ていないので処分もそれ以上進むことができないのか。その辺についてちょっとご説明をお願いします。

○松元副参事（特別機動調査担当） 私たちの立入調査は、相手方の協力を得てやるものですから、一生懸命説得をしながらやっているものでして、それでもどうしても拒否するという案件がやはり出てきてしまいます。そうしたときに、私たちの条例では、消費者被害の拡大を防止するという観点から、調査拒否の段階でも事業者名を公表できるという規定がありますので、それに基づいてこの12月は公表しております。ただ、これでもって終わるのではなくて、今、調査を続けておりまして、本来的な処分に持っていきたいと思っております。

○吉住委員 わかりました。

○細川委員 いつも消費者教育のことをお願いしてはいますがけれども、今日、資料10で金融経済教育モデル事業というもののご紹介がありました。これは非常にすばらしいことです。最近、よく「消費者力」という言葉が使われますけれども、金融についての「消費者力」というのは、日本人というの非常に劣っているということが言われていますので、ぜひ進めていただきたいと思えます。ただ、これを見ると、多重債務問題の未然防止のためというふうに書いてあるんですね。金融消費者教育というのは、多重債務問題だけではなくて、金融商品を選ぶ上での知識というのが非常に不足しているんですね。例えば最近、リボルビング払いが非常に問題になっていますけれども、私は大学で、リボルビング払いを毎月幾ら返す、そのうちの元本払いと金利が幾らかとこのを計算させるということをやっているのですが、100人のうち正解するのは1人か2人です。まず金利というものは年利だということを知らない子どもがたくさんいます。ましてや、年利を月利に直して毎月の支払いを計算するところまで思いが至らない学生がほとんどです。このような状況で、いろいろな金融商品があって、最近やたらにいろいろな動物を使って、アヒルを使って、アヒルが飽きられるとネコを使って、最近はウリ坊も登場してきて、本当にかわいらしくて、何かどうぞみみたいな形で物を売るというものがあって、そういうところでの金融消費者という視点での教育というのは本当に日本では不十分だと思います。

ともすると、金融業界主導の金融教育をやると、うまく使って楽しい生活を送りましょう、うまく借金して買いたいものは買って、だけど、多重債務には陥らないようにという、どうもそのような教育にもなりがちなので、しっかりスタンスを持った上で、こういった

金融の消費者教育を中心に進めていただきたいと思います。お願いします。

○松本会長 ほかにご意見、ご質問ございませんでしょうか。谷村委員、どうぞ。

○谷村委員 さっき資料をよく見ているうちに話が変わったものですから、ちょっと話を戻して大変恐縮ですけれども、商品テストの結果を先ほどご説明をいただいて、商品テストというのは大変重要だなということがつくづく実感できたのですが、東京都における事業者処分等の実績のお話にも今及んでいる中で話を戻して大変恐縮ですけれども、カシミヤ100%のはずが、アクリル100%のストールだったということについて、表示を直しなさいという指導は大事だろうと思うのですが、それが、事業者名が発表されて、それだけの社会的制裁ということになるのかもしれませんが、既に売ってしまって、会社名を変えてしまっただけでくぐり抜けていけば、結局、売り得になったり、やはり被害者救済にはどうという視点で取り組んでいくのかということ是非常に重要なことだと思ひまして、なべぶたの場合、例えばけがをしたという場合は訴訟等ができると思うのですが、なべぶたのほうの消費者の枚数というのは結構具体的で、注意を喚起することになるのですが、カシミヤ製品のほうについては、返品等があるからというアドバイスと、それから、実際は表示と異なる商品に出会う可能性があるから十分確認しましょうということで、返品というのは自分で表示と違うということがわからない限り返品意思には向かないと思うのですが、また、表示と実際に異なる商品に出会う可能性があるから気をつけなさいということは、インターネット商法そのものには気をつけなさいよという注意だけで終わっていいのかなという気がいたしまして、恐らくカシミヤ製品を商品テストされたということ自体にも背景があるのかと思うのですが、その上で、商品テストをどのぐらいの頻度で、あるいは品名でやっておられるのかということと、それから、こういうケースの場合、表示の義務の指導だけで終わってしまっているのか。例えば、どのぐらい販売をしたかということを確認すれば、被害者というのはどのぐらいいらっしゃるかというのはわかるだろうと思うのですが、そこら辺がもしわかればお願いいたします。

○清宮消費生活部長 具体的な話は担当の副参事からご説明申し上げますが、今回のカシミヤの表示につきましては、インターネットでは製品を見ることなく購入せざるを得ない。そういう中で表示が実際にどうだったのか、そういうことで調査を始めたわけです。景品表示法がもとになりますので、景品表示法の取り決めの範囲の中で、私たちとしては、既に関心した人に本当は返品を義務づける等ができればよろしいのですが、景品表示法の範囲では、そこまでの指導はできませんので、事業者の方には、ホームページにこういう事実

がありましたということは最低限きちんと載せてくださいと、それで、また見た方が気がついて個別に申し出られるような機会をきちんとつくってくださいと、そういうような指導を併せて行ったところでは、今後の表示については変えますけれども、それまでに既に売ったものについては、こういう間違いをしていましたということをはっきりとホームページに明記することを併せて指導したところでございます。

その他がありましたら、副参事から追加の説明をいたします。

○池田副参事（商品事故分析担当） 1点目にご質問のありました商品テストの頻度ということに関してですけれども、こういったカシミア製の繊維製品ということでの頻度と考えるとよろしいのでしょうか。1年間に大体3テーマぐらいを商品テストのテーマとして選定しております。こういった表示に係る商品テストというのは、東京都としてはしばらくやっていませんでした。数年間はやっておりませんでしたので、久々で取り組んだテーマでございます。以上です。

○松本会長 今ご指摘されましたような消費者被害をどう救済するかという点につきましては、集団消費者被害をどう救済するかという観点で、消費者庁のほうで現在、研究会を組織しております。夏休みぐらいに一定の報告が出て、その後、消費者委員会で法制化に向けた議論をするというような予定になっております。

池本委員、どうぞ。

○池本会長代理 すみません、出席が遅くなったために発言のタイミングが遅くなりましたが、事故情報の収集に関する取組の課題と、消費生活行政の強化に関する取組の両方にまたがることで質問させていただきたいと思っております。

資料4-2で、事故情報の収集については、東京都の消費生活対策推進会議というものをつくって、都庁内の関係部局に事故情報収集についての周知要請をし、それから区市町村に対しても、消費者安全法に基づくそういう情報提供をしっかりとやってほしいというようなことを周知徹底されたということは、9月に消費者安全法が施行された直後の取組としてお伺いしたところでございます。

そういう取組もあって、この半年間で区市町村や、あるいは都庁の関係部局からさまざまな情報が寄せられたのではないかとと思うのですが、問題は、これが次年度以降も更に強化徹底される所々へ向けた取組も更に強化していただきたいということでございます。つまり、都庁内の各担当部局が、どういうものが重大事故として報告すべき案件かということを担当者がピンときてもらわなければいけないわけで、また、年度変わりで担当者が

交代したようなときに、そのことがきちんと伝わらなければいけない。あるいは、区市町村においても、事故情報の区市町村内での情報を収集し、それを迅速に報告するという、きちんとした責任者が配置されていなければいけないし、その内容を理解しておいてもらわなければいけないということで、東京都は、そういう意味では、域内での消費者行政全般についての水準を高めるというリーダーシップをとる役割もあるということから、2点質問というか、要望を含めた質問ですが、都庁内の関係部局の担当者に向けて、この年度がわりのところで更に、例えばこの半年間でどういう事故情報の収集、提供というのが全国的にあったと。こういうようなことが各局で同種事故はないか。あれば、迅速に提供されたいというようなことでの周知徹底。これは、会議のように集まってやる方法か、あるいは文書によって配付するという方法もあろうかと思うのですが、そういうところはどのような取組をなさっておられるか、あるいは予定されているか。

それから2点目は、区市町村の消費者行政の各担当者の中で、事故情報の収集についての担当者をきちんと配置し、あるいは研修をするというような取組があるのかどうか。あるいは、年度がわりを含めて、そのあたりの予定があるのかどうか。そのあたりについてお伺いしたいと思います。

○大野消費者情報総括担当課長 お答えになっているのかどうか、ただいまのご質問に私のほうからお話を申し上げたいと存じます。

まず、1点目の都庁内におけますところの周知徹底と申しましょうか、その辺の取組でございしますが、昨年9月のときに、新しい観点からの消費者事故ということで、それが一元的に集約される義務化がなされたということで、私どものほうでもできる限りフェイス・ツー・フェイスでご担当の方にご説明しながら、私どもなりに丁寧に説明をして回ったというような経過がございします。その上で、新しい視点からの消費者事故等情報という、本当に消費者事故という観点から見てくださいということ幅広くお願いしているところでございますが、今後、消費者安全法に基づく運用の実態等も踏まえながら、いろいろなテーマごとに、例えば分野ごとと申しますか、保健衛生なり、あるいは公園行政みたいなところですか、あるいは教育行政みたいなところ、テーマごとにこういった観点から更に掘り下げて周知していけばいいのかということ、大変恐縮ですが、これから鋭意検討してまいりたいというふうに考えております。ただ、法律の趣旨につきましては、十分に各事業所、出先機関も含めて、担当者がピンとくるような、そういう周知方法には努めているつもりではございますけれども、更に徹底してまいりたいと存じます。

それから、体制ですが、先生が今おっしゃいましたように、東京都消費生活対策推進会議が中心になりますが、そのもとに幹事会等も設けてございまして、本日も出席しておりますけれども、各関係局の担当の職員の方にできる限り情報の共有を図っているところでございます。

それから2点目、区市町村に対しましてですが、同様に昨年9月、それ以前の8月の段階で、区長会あるいは市長会、そういったところの事務局も通じまして、いろいろな周知をしているところでございます。この間、区市町村の消費生活行政の担当課長さんにも何度もお運びいただいております。消費者行政の事故情報というのは、消費者安全法、新たな取組でございますけれども、冒頭に少しご説明申し上げましたように、やはり基本的には消費者の観点から事故を防止していくということで、そういう意味での情報の収集につきまして、更に一層、区市町村との連携関係、いろいろな意味での連携体制というものを強化してまいりたいと考えております。

以上でございます。

○松本会長 ありがとうございます。

予定の議事もこれで一通り終了したと思います。

なお、今期の東京都消費生活対策審議会は本年の5月まで任期がまだございますが、特段の事情がなければ本日が最後の総会となるというふうに聞いております。私ももう10年以上前から委員をやっております。本日、マイクロホンが新しいセットになった途端にこれが最後の会議だということで若干名残惜しい気もいたしますが、この2年間にわたりまして活発にご議論いただきました委員の皆様には感謝を申し上げます。ありがとうございました。

それでは、秋山局長から何かございましたら。

○秋山生活文化スポーツ局長 ただいま松本会長からお話がございましたとおり、特段の事情がなければ、本日が最後の審議会になろうかと思っておりますので、最後に一言ご挨拶をさせていただきます。

今回は20次の審議会でございますけれども、一昨年の5月に発足をいたしまして、東京都の消費生活基本計画についての諮問をいただいて、11年ぶりに計画を改定したというようなこともございました。また、会長はじめ委員の先生方の熱心なご審議、ご指導を賜りまして、計画の改定以外にも広く都の消費生活行政が力強く推進されたと思っております。知事、都民にかわりまして厚く御礼を申し上げます。どうもありがとうございました。



今後とも、消費者行政は言うに及ばず、広く都政の発展のためにご指導いただけますようお願い申し上げます、私のご挨拶とさせていただきます。どうも誠にありがとうございました。

○松本会長 以上をもちまして、本日の審議会を終了させていただきます。どうもありがとうございました。

午後0時10分閉会