

第22次東京都消費生活対策審議会 第1回部会

平成24年7月25日(水)
東京都庁第一本庁舎42階 特別会議室B

午後 1 時 2 6 分開会

池本部会長 よろしいでしょうか。皆様おそろいようですので、これから「消費生活対策審議会」の第 1 回の部会を開催したいと思います。

それでは、最初に事務局から、定足数の確認、配付資料の確認の 2 点をお願いできますか。

企画調整課長 企画調整課長の吉村でございます。

部会は委員 7 名で構成されておりますが、本日は全員にご出席をいただいております。消費生活対策審議会運営要綱第 8 による、委員の半数以上の出席という定足数に達しておりますことをご報告申し上げます。

また、新たに専門員としてご就任いただきました、越山健彦専門員に、この部会からご出席いただいておりますので、ご紹介いたします。

越山専門員、お願いいたします。

越山専門員 千葉工業大学の越山と申します。

主に製品安全の分野に関係させていただいております。よろしくをお願いいたします。

企画調整課長 また、本日は後藤会長にもご出席いただいております。ありがとうございます。

この部会は、東京都消費生活対策審議会運営要綱第 11 によりまして、公開の扱いにさせていただきたいと思っております。議事録についても公開する予定でございますので、ご了承ください。

次に、本日お配りしております資料を確認させていただきます。お手元の資料をごらんください。

資料 1 が、部会委員名簿でございます。

資料 2 が、部会書記名簿でございます。

資料 3 が、部会スケジュール（案）でございます。

資料 4 が、東京都消費生活基本計画の改定について（たたき台）でございます。

その他参考資料といたしまして、総会でもお配りしたものでございますが、 が現在の基本計画の冊子、 が黄色いファイルで計画の具体的施策をまとめたもの、 といたしまして、こちらも総会の資料でございますが、体系の変更点の資料でございます。

不足している資料がございましたら、お知らせください。

池本部会長 よろしいでしょうか。

それでは、続きまして、藤井消費生活部長よりごあいさつをお願いしたいと思います。

消費生活部長 消費生活部長の藤井でございます。

委員の皆様におかれましては、大変お忙しいにもかかわらず、部会の委員をお引き受けいただきまして、誠にありがとうございます。

また、午前中の総会に引き続きご出席いただき、誠にありがとうございます。

会議の開催に当たりまして、一言ごあいさつ申し上げます。

先ほどの総会あいさつで、局長の小林も申し上げたことですが、東京都では、現在の消費生活基本計画の下で、悪質事業者の取締り、消費生活情報の収集・発信、現場の最前線であります消費生活総合センターにおける相談体制の強化など、さまざまな取組を進めてまいりました。しかし、悪質商法の横行による消費者被害は現在も数大きく発生いたしまして、インターネットによる商取引の拡大、スマートフォンの普及に伴うさまざまな消費者トラブルも増加の傾向にあります。

また、国においては、消費者教育の推進に関する法律案が国会に提出されるという、新たな動きも出てきているところでございます。

この部会におきましては、このような状況の変化なども反映させながら、具体的な内容をご審議いただくということで、お願いしたいと思っております。常に全国に先駆けた消費生活行政を展開してまいりたいと存じますので、委員の皆様には、それぞれの専門の見地から、ご意見、ご提案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、私からのあいさつとさせていただきます。よろしくお願いいたします。

池本部会長 ありがとうございます。

部会長からということで、一言ごあいさつ申し上げます。

午前中の全体会で部会長をやるようにということで、指名をいただきまして、担当させていただきます。

午前中の全体会の中では、時間が足りないほどに、次々と意見が出されました。やはり平成20年から24年度という5年間は、国においても消費者行政の体制が大きく変わり、今、法律も幾つも出されている。あるいは被害実態もこの間大きく変わってきているということで、基本計画の中身もあちこち改定をすべき点が山積みなのだろうと思います。その意味では、皆さんにいろんな角度からご意見をどんどん出していただきたいと思います。よろしくお願いいたします。

それから、後藤会長は、午前中は進行役で余り中身の発言の時間がありませんでしたが、大いにご発言いただきたいと思いますので、併せてお願いいたします。

それでは、早速、審議に入りたいと思いますが、先に部会の今後の審議スケジュールについて、事務局からお知らせいただけますか。

企画調整課長 それでは、A4横の資料3「部会スケジュール(案)」をごらんください。

資料中段の辺りになりますが、本日7月25日の第1回部会以後の予定でございますが、8月20日に第2回、9月5日に第3回の部会を開催いたしまして、中間のまとめ(案)の作成に向けご議論いただきます。

10月に開催予定の第3回総会では、部会から中間のまとめ(案)をご報告いただきまして、そこでのご議論を踏まえて、審議会の中のまとめとしていただきます。

その後、都民からの意見募集を行いまして、11月下旬に開催予定の第4回部会では、都民から寄せられた意見をご検討の上で、答申(案)についてご議論いただきます。

12月に開催予定の第4回部会では、部会から答申(案)をご報告いただきまして、また、そこでのご議論を踏まえて、最終調整を行った後に、年内を目途に答申をいただきたいと考えております。

都では、その後、基本計画の改定案の作成に入りまして、年度内に計画を改定する予定でございます。

以上です。

池本部会長 ありがとうございます。

それでは、早速、基本計画の改定ということで、配付資料として、事務局からたたき台を用意していただいていますので、まずこれを説明願えますか。

企画調整課長 A3横の資料になりますが、資料4をごらんください。

表紙の「目次」に記載のとおり、イメージとしては、計画の前半に記載することを想定しているものでございまして「第1 計画の基本的考え方」「第2 消費生活の現状に対する基本認識」「第3 重点施策」について、皆様の議論のたたき台として用意させていただいたものでございます。

ここでは、足りない視点ですとか、更に充実すべき記載などについてご意見をいただきまして、本日の総会でのご意見と合わせまして、次回、部会でご提示させていただく予定の中間のまとめ(案)に反映していきたいと考えております。

表紙をめくって1ページ目をごらんください。「第1 計画の基本的考え方」では「1 基本理念」「2 計画の性格」「3 計画期間」について記載しております。

「1 基本理念」としましては、都は、消費者の権利を明確にし、消費者、事業者、消費者団体などの民間団体、区市町村や近隣自治体、教育機関などさまざまな関係者の努力と相まって、消費者が直面するさまざまな課題を解決していくことにより、都民の消費生活の安定と向上を図っていくとしております。

「2 計画の性格」でございますが、都の消費生活に関連する施策を、消費者の視点に立って、計画的、総合的に推進していくための基本指針としております。

「3 計画期間」につきましては、平成25年度からの5か年といたしまして、必要に応じて新たな内容を盛り込み、または見直しを行うこととしております。

2ページをごらんください。この項目では、今後の施策展開の前提となります「第2 消費生活の現状に対する基本認識」について記載をしております。

「1 横行する悪質商法と深刻な消費者被害」では、高齢者や社会経験の乏しい若い人をねらった悪質商法の横行や、深刻な消費者被害の発生について、また、都内の消費生活センターには、被害救済を求める数多くの相談が寄せられている現状について記載をしております。

(1)では「高齢者の消費者被害」について取り上げております。少子高齢化の進行によりまして、平成27年には、都民の4人に1人が65歳以上ということで推計されておりまして、高齢人口の増加に伴いまして、都内の消費生活センターに寄せられる高齢者か

らの相談も増加傾向にあります。下の図1のとおり、相談件数全体の3割弱を占めるほどになっております。

高齢者はひとり暮らしの方も多く、孤独感や不安感、判断力の低下などにつけ込まれ、次々販売の被害に遭うなど、生活基盤を危うくするようなケースも発生しております。

資料の右側の図2は、ファンド型投資商品等に関する相談の契約当事者の年代別割合を示したものでございますが、白い部分が60歳未満で、それ以外の部分が60歳以上なのですが、60歳以上の方が占める割合は、ファンド型投資商品では約7割、公社債や未公開株では8割以上という状況でございます。

ここで、午前中の総会で委員の皆様からいただきました意見を、簡単ですがご紹介させていただきますと、高齢者の被害につきましては、行政の取組も認めていただく一方で、被害は減っていないという事実がございます。この点については、もうかる話などあり得ないといったことをわかりやすく普及啓発していくことですか、また、ネットを利用して被害に遭う高齢者の方がいる一方で、デジタルディバイドの問題といいますが、IT技術などを利用できない方もいらっしゃいますので、そういった方への啓発も重要ではないかというお話がございました。

別の委員からは、高齢者以外でも、情報弱者と呼ばれるような方がいらっしゃいますので、そういった方にどうやって情報をうまく伝えていくかを検討すべきであるといったご意見をいただいております。

「(2)若者の消費者被害」でございます。インターネット通販や架空・不当請求に関する相談が多い。

また、社会経験が浅く、契約や交渉に慣れていないことなどにつけ込まれまして、キャッチセールスなどの被害に遭うケースが見受けられているところでございます。

表1は、若者の相談に多い販売手口等についてまとめたものでございまして、一番右側に「若者の相談が占める割合」を記載しておりますが、一番下の方、キャッチセールスやアポイントメントセールスにつきましては、6～7割を若者の相談が占めている状況でございます。

「(3)インターネット利用等に関する消費者被害」でございますが、電子商取引の大幅な拡大に伴いまして、消費者トラブルも増加傾向にあります。

ネット通販事業につきましては、店舗の開設が必要ないということで、比較的参入が容易ということもありますので、景表法や特商法等の法令の理解が十分でない事業者が多くいるなど、消費者を誤認させるような広告が多く見受けられるところでございます。

3ページの冒頭になりますけれども、網かけの部分は、6月の第1回総会で委員からいただいたご意見を基に入れた記述でございますが、電子商取引には国境という概念がございませんので、国内法ではトラブルの解決が困難なケースも見受けられるところです。

また、ソーシャル・ネットワーキング・サービス、SNSは、効果的に活用すれば、地域社会の活性化や起業など、社会の発展に大きく寄与する面を持っておりますけれども、

その反面、SNSを通じて消費者被害に遭うケースや、個人情報をも不正に収集されてしまっ
て、悪用されるといった事例も発生しております。

架空・不当請求は、ここ数年、減少傾向にありましたが、スマートフォンの急速な普及
に伴い、再び増加しております。個人情報の流出などに関する消費者トラブルも発生して
おります。

図3は、インターネット取引相談の件数の推移を示したものでございまして、23年度
には2万6,000件余りで、相談件数全体の2割を超える状況になっております。

(4)でございますが、事業者による法令を遵守した事業活動と消費者保護に向けた取
組が促進されるよう、現在、都は通信販売や訪問販売等を行う事業者を対象に、特商法や
景表法等の法令の概要説明や、法令違反事例の解説などを行う講習会を実施してござい
ますが、こうした取組を継続する必要性について記載しております。

この項目に関連いたしまして、午前中の総会での委員からのご意見でございますが、事
業者のコンプライアンス確保につきましては、悪い事業者について指導することと併せま
して、好事例と申しますか、良い事業者を評価するような取組もしていくべきであるとい
ったご意見をいただいております。

右側の方に移りまして「(5)多重債務問題」でございますが、22年6月に改正貸金
業法が完全施行されまして、いわゆる総量規制や上限金利の引き下げなどが実施されたこ
とによりまして、多重債務者数は減少に転じ、都内のセンターに寄せられた多重債務に関
する相談件数も減少傾向にございます。

しかし、長引く景気低迷の影響や、例えばクレジットカード現金化のような新手の手口
による被害の拡大など、多重債務問題はいまだ深刻な状況にございまして、継続的に対策
を講じていくことが必要でございます。

下に移りまして「2 消費者教育の機会の不足と情報伝達の不足」でございます。消費
者と事業者の情報の質・量、交渉力の格差等に起因する消費者被害が依然として発生して
おります。消費生活に関する知識の習得や、知識を適切な行動に結び付けられる実践的能
力の育成が被害の未然防止につながりますが、その育成が十分に図られているとは言い難
いのが現状でございます。

また、IT化の進展により、発信された情報が瞬時に取得できるようになってはいますが、
ネットの匿名性を悪用して、誤った情報を流すといった事例もありまして、公的機関が正
確な情報を発信し、消費者に広く届けていくことがますます重要になっております。

4ページの冒頭、先ほどと同じく網かけの箇所は、第1回総会での委員のご意見を基に
した記述でございます。

「(1)消費者教育」につきましては、消費者被害の未然・拡大防止には、消費者教育
が効果的ですが、学校教育の現場では、授業時間や講師の確保が困難で、十分に組み
組んでいないのが現状でございます。

また、社会人に対し、どのように消費者教育を進めていくかということが、大きな課題

になっております。

「(2) 消費者への情報の発信」につきましては、都はホームページ「東京くらしWEB」、ツイッター、情報誌などのツールを活用しまして、さまざまな情報発信をしておりますが、消費者被害がなかなか減らない状況から、さらなる情報発信の充実が必要と思われれます。

また、発信した情報が活用されているかを検証することが必要です。

ここの項目に関連しまして、午前中の総会でいただいた意見ですが、まず「(1) 消費者教育」につきましては、区市町村という存在は、地域住民の方に直接つながっている非常に重要な役割を果たしてらっしゃいますので、そこでの取組が非常に重要である。都として、区市町村の取組を促していくべきであるというご意見をいただきました。

また、東京都では、相談員研修とともに、区市町村の消費生活行政担当職員への研修も行っておりますが、そういった取組を今後も充実していくべきであるというご意見。

今、国会で審議中の消費者教育推進法の中で取り入れられております、地域での協議会の在り方につきまして、都が果たすべき役割も含めて、きちんと考えていくべきであるというご意見をいただいております。

次に「(2) 消費者への情報の発信」についていただきました意見としては、東京都のホームページへのアクセス件数が減少傾向にあるというご報告を申し上げましたので、それにつきまして、やはり情報を伝えていく上で、アクセス件数を増やすことが絶対条件なので、例えば今、東京都もツイッターによる情報発信に取り組んでおりますけれども、そういったもので影響力を持つ方にツイートしてもらい、そういった方法もあるというご教示をいただいたところでございます。

資料にお戻りいただきまして、4ページの左側「3 商品やサービスに関する様々な不安」でございますが、水や食品を始め、身近な商品やサービスの安全性に対する社会的な不安が高まっており、商品の安定的な供給の面からも消費生活が揺らいでいる。

また、消費生活と地球環境問題には、密接な関わりがありますが、地球環境の危機に対する不安もあるということが書かれております。

「(1) 身近な商品に潜む危険」でございますが、新商品が次々に登場し、思いがけない事故が発生したり、安全と思われていた商品により、人体に危害が及ぶ事故が発生しております。事故に至らないまでも、事業者が商品をリコールするといった事例が頻繁に発生をしております。

問題が生じて、事業者がそれを隠そうとする場合もありまして、消費者の不信につながっております。

右側の図5は、都内の消費生活センターに寄せられた危害に関する相談件数の推移を示しております。

危害というのは、図の下の方に書いてありますけれども、商品やサービスによりけがをしたなどの相談を言っております、具体的には例えば化粧品などによる皮膚障害で

すとか、美容医療やエステティックサービスによる皮膚障害ですとか、やけどを負ったなどといった相談が寄せられているところがございます。この件数は増加傾向にございまして、平成23年度には1,636件でございました。

下の図6は、危険に関する相談件数を示したものでございまして、件数は600件前後で推移しております。

この危険といえますのは、実際にけがなどにはつながっていないけれども、そのおそれがあるということで、具体的には例えば商品を使用している間に過熱して、やけどをしそうになったとか、破損したといった実際の事故にまでは至っていないが、その危険があった場合の相談でございます。

安全に関しましての午前中の総会でのご意見としましては、安全確保は非常に重要である。特に高齢者や乳幼児ですが、例えば高齢者については、介護ベッドでの痛ましい事故ですとか、乳幼児につきましては、最近ですと、首輪型の浮き輪でお風呂の中で亡くなってしまったといった大変悲しい事故が起きておりますが、特にそういった対象者への対策を強化するということと、また、東京都では、引き続き、積極的な情報収集と行政としての権限を適切に行使して、対策をとってほしいといったご意見がございました。

また、危害・危険情報の収集、分析、発信については、分析が特に重要であり、リスクアセスメントなど新しい手法も取り入れながら、未然防止に向けて取り組んでいくべきといったご意見をいただいております。

資料にお戻りいただきまして「(2)表示に対する不信」でございますが、商品やサービスについて、実際より優良、有利であるかのような誤解を生む広告や表示が後を絶たず、また、インターネット上の広告についても信頼性に関する不安がございます。

表示が適正でなく、消費者が商品やサービスを正しく選択できない場合も見受けられます。

5ページの表は、都が実施しました、景表法に基づくインターネット広告監視の実績をまとめたものでございますが、23年度には、年間で2万4,000件の広告を監視し、そのうち582件について指導を行ったところでございます。

表示の話につきましては、今、国では食品の表示一元化に向けた動きがございますけれども、都での取組は、全国に影響を与えるものでもありますので、国との連携を図ってほしいという意見をいただきました。

資料の最後の方(3)~(5)につきましては、東日本大震災後の食に対する不安の拡大、災害時における生活必需品の供給に関する不安、地球環境の危機に対する懸念について記載させていただいております。

なお、ここに書いてある現状認識とは別の話なんですけど、このほかに午前中の総会でいただいた意見といたしまして、幾つかご紹介させていただきますと、消費生活総合センターの被害救済委員会の機能強化に関連いたしまして、機能強化の中で人的な充実も図って、より機能を発揮して欲しいというご意見ですとか、適格消費者団体について財政的

支援も検討してほしいといったご意見、区市町村支援に関しまして、今年度で消費者行政活性化基金が終了いたしますので、区市町村への財政的な支援も考えていくべきではないかというご意見、また、区市町村では被害救済委員会の設置以前に、斡旋も十分にできていない状況があるので、そういったことへの支援も行っていくべきであるといったご意見をいただいております。

簡単ですが、説明は以上でございます。

池本部長 ありがとうございます。

それでは、今の基本認識について、特に午前中に出された意見も少しずつ紹介していただきましたので、それも参考にしながら、皆様から更にこの記述の中身、あるいはまだ記述されていないところを含めて、ご意見をいただきたいと思います。どの部分からでも結構です。

どうぞ。

矢野委員 その前に、前のページの基本的考え方について、よろしいですか。

池本部長 お願いします。

矢野委員 基本的考え方のところは「1 基本理念」「2 計画の性格」「3 計画期間」とありますが、基本理念の部分は、午前中の総会で上村委員からも出ましたけれども、消費者教育推進法の中で、消費者市民社会というものが新たにうたわれてきていて、どういった消費者像、どういった消費生活を求めているのかということは、今後の5年においては、そういう動向も踏まえながら、打ち出した方がいいのではないかと考えています。ここで無理なら、消費者教育の部分で消費者市民社会という言葉を取り込む必要があると思います。まだ広がってはいないんですけども、これからの5年間を見据えるという意味では、非常に重要だと思っています。

基本理念は、これからの時代を基にもう少しふくらませてもいいと思いますし、消費者の権利に関して、消費生活基本条例では権利を「確立し」という言葉になっているんですが、理念は現状の基本計画もそうですが「明確にし」ということで、この辺の関係性がよくわからないので、条例の権利の位置づけと、計画での位置づけをどういうふうにとらえたらいいのかというのは、説明があればいただきたいと思います。

それが基本的考え方のところですか。

計画、目的を立てないで、いきなり基本理念があります。条例は目的があって、理念はないというか、「はじめに」があるんですけども、その辺の考え方を教えてください。

池本部長 今の点、事務局で可能な範囲でお答えください。どういうふうに受け止めればいいのでしょうか。

企画調整課長 基本理念の中に、目的も含めるような形で記載をしているかと思います。

先ほどの消費者の権利を「明確にし」のところにつきましては、申し訳ありませんが、過去の経緯も踏まえて、特に「確立し」にできない理由はないかと思っていますので、確認させていただきます。

池本部会長 ほかの方、いかがでしょうか。

基本的考え方のところ意見が及びましたので、それに関連して、私から1点ございます。「3 計画期間」のところ「必要がある場合には、この計画に新たな内容を盛り込み、又は見直しを行う」という言葉が入っています。見ましたら、これまでの平成20年のところにも同じような字句が入っているんですが「必要がある場合には、この計画に新たな内容を盛り込み、又は見直しを行う」というのは、5年間の中で、途中でも見直しがあり得るという意味で書かれていると理解してよろしいんですか。

企画調整課長 はい。

池本部会長 わかりました。

基本認識全体を通じて、いかがでしょうか。どうぞ。

上村委員 今、矢野委員からご質問をいただきました「1 基本理念」に、消費者市民社会、あるいは新しい概念を入れることができるのかどうかというのは、ここで判断をして、ご提案をすることになるんでしょうか。

企画調整課長 そのように案文をつくってみて、ごらんいただくというやり方でよろしいでしょうか。

上村委員 消費者教育のレベルで考えるべきか、基本理念に入れるべきものなのか、私も悩むところです。ご検討いただければありがたいです。

池本部会長 今の点は、皆さんいかがでしょうか。皆さんからの意見も参考にして、次回までに事務局で練っていただくこととなりますが、ここではある程度感触を、複数の皆さんから意見があれば、お出しただいておいた方がいいと思います。

どうぞ。

後藤会長 「1 基本理念」に消費者市民社会という言葉を入れるということには、基本的には賛成ですけれども、ただ、その言葉だけだと内容がわかりにくくて、この概念がこういうものであるということを補った上で、わかりやすい形で入れることが必要だと思います。

池本部会長 いかがでしょうか。どうぞ。

間部委員 消費者市民社会というのは、どういうものを描かれているのか教えていただけますか。

上村委員 今、消費者教育推進法で議論されている中では、キーワードといたしましては、持続可能な社会の形成というのが1つ、それから、公正なという言葉があります。公正な取引というところまでは書いてないんですけれども、公正な社会というのが1つキーワードとしては述べられていたかと思います。

池本部会長 もともとは、平成20年の内閣府国民生活局の『国民生活白書』の中で打ち出された概念です。つまり自分が被害に遭わない、あるいは自分が何を選択するかというだけではなくて、市民として、言わば自分の選択行動を社会に発信していく。更にはすべての人が賢い消費者として行動できるわけではないので、地域の中の弱者にも目を向け、

ともに過ごしやすい社会をつくっていく。そういう自分自身の行動プラス地域社会の安心・安全もつくっていくという、まさに行動する消費者ということ視野に入れた概念として説明づけられていたと思います。

どうぞ。

後藤会長 消費者市民社会というのは、大事な概念ですけども「1 基本理念」のところに出てくると、いきなり難しいという感じがする可能性があるのでは、記述の仕方を慎重にする必要があるのではないかと思います。場合によっては、消費者市民社会という言葉を出さずに、それに対応するような内容にするとか、言葉自体を出さなくても、出したことによって、最初からわかりにくい言葉が出ているということにならないことが大事だと思います。

池本部長 どうぞ。

矢野委員 事務局に次回の資料提供をお願いしたいんですけども『国民生活白書』の20年版の概要部分1ページと、消費者教育推進法も既に参議院は通っていますので、特に目的、定義のところ、消費者市民社会は一定の規定化がされていますから、その辺の案文を資料で出していただいて、共通認識にさせていただきたいと思います。

消費者市民社会というのは、これから広めていく言葉だと思っていますので、これからの基本計画には言葉を出していくことで、東京都が率先して自治体の計画の中に盛り込むことは、非常に先進的な取組にもなるとなっています。また、案文のところでご検討いただければと思います。

池本部長 併せて、平成20年の白書の該当部分も資料を準備しておいていただいて、共通認識にした方がいいかと思います。

先ほどの後藤会長の発言ですが、基本的考え方のここになるのか、どこになるのかはわからないんですけど、消費者教育の推進のところに置くというのは、ちょっと狭くなるんだろうと思います。例えば悪質業者の取締りというのも、行政が高齢者とか若者へ、全部ダイレクトで情報を発信して気をつけましょうといっても、限りがあるわけで、地域の中でのいろんな取組をしている関係団体との連携をして、そこでまた発信してもらったり、発見してもらおうという、そういう官民の連携こそが、まさに消費者市民社会の描く1つの像だと思いますので、全体の取組に共通する1つの方向性という意味で、前の方へというか、全体をくくるところへ入れた方がいいという気はします。

済みません。司会が余りしゃべり過ぎてはいけません。

いかがでしょうか。今の点でもいいですし、それ以外の全く別の論点でも結構です。どうぞ。

丸山委員 今のお話と関係するのかわからないんですけども、今回の基本計画で取り上げる内容の範囲の確定というか、例えば現状認識の最後のページには「(3)食に対する不安」「(4)生活必需品の供給に関する不安」「(5)地球環境の危機に対する懸念」とあって、これらは勿論重要な問題ではあると思うんですが、実際に発生した消

費者トラブル、悪質商法に対する被害の話とは大分レベルが違う話で、持続可能な社会を形成するために、これらの食に対する不安とか環境の問題が必要だというのであれば、持続可能な社会という中には、恐らく安定的な雇用環境の確保とか、そういった話も含めないとちょっとずれてくる話だし、一方で、そこまで含めてしまうと、余りにも話が広がり過ぎるような気もするし、どこで今回の基本計画の範囲を確定するのかということが必要になるのではないかな。

午前中の議論でも、政策課題3のところエネルギーとかそういった話が入っているのはわかりにくいということが意見としてあって、私もそう感じたので、その辺りのことは範囲を確定する必要があるのではないかと感じました。

池本部長 今の点はいかがでしょうか。

そもそもの基本計画は、都の政策全体の中の射程として、どの範囲をどういう視点でくくってあるものなのか。その過不足も視野に入れながら、どう議論していけばいいかという出発点のところになろうかと思えます。

企画調整課長 消費生活は非常に幅広いことに関わりますので、今の計画の中では、関連するものも含めて幅広く取り扱っているということです。

池本部長 どうぞ。

矢野委員 先ほどの消費者市民社会の話とも関係するんですけども、広く言えば、消費行動をどうとらえるかだと思います。消費者がいわゆる公正な市場づくりの一員としての消費行動をするとか、持続可能な社会を形成するための消費行動をするというところでは、環境やエネルギーも当然消費行動につながっているということです。だから、環境やエネルギーを大きくとらえるのではなくて、それらをどう視野に入れた消費行動ができるかというところで、自立した消費者になっていくか。それから、そういった社会の形成者になれるかというところにつながっていくと思うので、消費行動を基本に考えていけば、どこまで範疇に入れるかということが出てくると思えます。

池本部長 ちょっと違う切り口で見ますと、現在、配られている現行の基本計画の45ページ以下に具体的な施策が出ていまして、右側に所管部署が出ています。前回もそうですが、基本計画は生活文化局の消費生活の部門だけではなくて、福祉もあれば、消防もありますし、都のさまざまな分野で消費生活に関連するものを横断的に、総合的に計画の中に位置づけていって、推進するというのが、まさに総合的な計画になろうかと思えます。ただ、だからといって、都の政策全部に及ぶわけにはいきませんから、消費生活に関連するものというくりの中で、その意味では、私たちから提起するところは、消費生活に関連しそうだし、ここも関連するんだから入れたらどうかということ、むしろ幅広に提案して、都の全体の政策の中でのエリアとして、ここまでにしてはどうかというのは、またご意見をいただくということで、余りこだわらずに、どんどん関連しそうなところを入れていただくということによろしいのではないのでしょうか。

今の点はよろしいですか。

丸山委員 ありがとうございます。

池本部長 ほかにいかがでしょうか。

間部委員 章立ての問題なのかもしれないんですが、今、言われているところで、4ページの「3 商品やサービスに関する様々な不安」という流れの中で、要するに「(3) 食に対する不安」とか「(5) 地球環境の危機に対する懸念」というのは、3のタイトルとレベル感が違うという感じがしないでもないんですけども、違うくくりの方がずっと入ってくるという感じがします。どちらかという、被害的な感覚の不安という問題と、もうちょっと次元の違う大きな話というところで、レベル感が違うという感じがしないでもないんです。

池本部長 ほかの皆さん、いかがでしょうか。

矢野委員 5ページまでは、あくまでも現状がどうかという基本認識で整理をした範囲です。具体的にはこれを重点施策と政策課題にどう具体化していくかというつながりなので、重点施策や政策課題で、個別にやっていった方が議論はしやすいんですけども、まずは全体として現状がどうなっているか。だから、課題をしっかりと導き出すための現状で、押さえ方としてこれでいいかということを出しておかないと、いけないと思います。

池本部長 まさに今の前段部分については、後の政策論を導く前提として、現状の中のこういう問題意識にも触れたらどうかということがあれば、どんどん幅広に出していただきたいと思いますが、いかがでしょうか。

どうぞ。

丸山委員 とても具体的というか、細かな話になって恐縮なんですけど、廃棄物回収のトラブルの問題がよく起こっていると思うんですけども、従来であれば、あれは自治体がさまざまな形で廃棄物回収をしていた部分で、リサイクルの重視だとか、燃えるごみ、燃えないごみの細分化などで、そういう回収はできるんだけども、回収するまでにだんだん時間がかかっている。そういう中で、行政のサービスの穴を埋めるような形で廃棄物回収業者が出てきて、そこでまた悪質なトラブルが起こっているように思うんです。ですから、東京都の施策として、例えば悪質業者を市場から排除するとか、消費者教育とか、そういうパターンリズムだけではなくて、もうちょっと自治体としてできるサービスがないのかどうかということ、考えることができないのかという印象を持ちました。

東京都ができることではないと思うんですけども、多分今の国の制度になっていると思うんですけど、家電リサイクルの回収というのは、基本的に新しい商品を買ったときの回収が前提になっている。そういう回収方法になっていて、その辺りは、例えばパソコンのリサイクルとは若干制度が違っております。でも、従来、広い意味での廃棄物回収というのは、自治体のごみの回収でルートを整備してきたわけで、そういったものを有効に活用できるような取組を、例えば都から国に提案するとか、そういったことも含めて、何か考えることで、1つトラブルが防止できる面があるのではないかと考えています。

池本部長 どうぞ。

後藤会長 廃棄物回収というのは、ここに記載されている中で、どこに位置づけられる話になるんですか。あるいはそういうものは位置づけがないので、項目を増やせという形のご意見と考えた方がいいのでしょうか。

丸山委員 私の印象では、恐らくここには全然含まれていない話で、高齢者でも若者でもないと思うんですけれども、一般的な悪質商法がいろいろある中で、悪質商法が起こっている前提というのは、ある種自治体サービスの欠落によって出ているような面があるのではないかと。勿論すべてのことに対して、自治体がサービスを提供できるわけではないんですけれども、例えば午前中の話で、高齢者のケアセンターに関するトラブルについて、そういうサービスを提供できるかどうかみたいな話があったと思うんですが、それに近いようなことがないのか。

あとは、実際に自治体の税収の問題で、そういうサービスはできません、いや、ここまではできますみたいなことを考えてもいいのではないかと思います。

池本部長 自治体そのもので担えること、担えないとしても、その部分がトラブルになりやすいとしたら、そこは意識的に選択肢を消費者に見えるようにすることを含めて考えれば、広い意味では、5ページの地球環境のところになりますかね。ここに書いてあること自体は、狭い環境危機に対するという言葉になっていますけれども、持続可能な社会とすると、あえていえば、この辺に近いところが問題提起の出発点かもしれません。ありがとうございます。

ほかにいかがでしょうか。どうぞ。

上村委員 今の丸山委員のご発言を聞いていて、東京都の消費者行政の特色をどうやって見える化するかという1つのご提案だという気がしました。今、消費者庁ができて、全国一律にこういうことをやりなさいと言われた幾つかの項目、どこの都道府県でも市町村でも、何かやらなければならないものとして、やらなければならないんだという認識は、みんなのところにも広まってきた。その中で、東京都が特に先進的に提案をして、丸山先生のおっしゃったパターンリズム的なものではなくて、自分たちでこういうことをやっていくと問題が解決できるという、特に打ち出していく部分をどこにしたらいいのかというものの1つのご提案としてあったと、今、ご発言を聞かせていただきました。

先ほど消費者教育のところ、ちょっと申し上げかけた、消費者教育を実践していくときの方法論として、例えば事業者だとか、地域の特色を出していくということもあって、その連携を強化していくことも東京都の1つの特色です。

最近、フェアトレードタウンといって、世界の中で幾つかフェアトレードを推進していく町みたいな、そういうものが世界の中で何個が出てきているんですけれども、そういう町なんですというか、地域なんですという、打ち出していくものとして何かがあった方が、この5年間、目標が見えやすいというか、先ほどの消費者市民社会というのはちょっと抽象的な概念であるので、もうちょっと見えやすいものが入ってくると、計画が身近な感じで動いていくと思いました。

以上です。

池本部会長 どうぞ。

後藤会長 今、上村委員と丸山委員がご発言なさったことと、私も似たような問題意識でいまして、基本理念のところはどういうふうに入れるかというのは、ちょっと難しいかもしれませんが、消費者市民社会という概念とともに、これからの5年間の計画というときに、現在、世の中はどのような状況なんだということと、5年を見据えたら世の中はどのようなんだろうという、そういうことがあまり書かれていないような印象を持っていまして、高齢化社会というのは確実に出てくるでしょうし、多分貧困とかそういうものもそう簡単には回復しない状況にあると思います。

それから、廃棄物の問題との関係では、例えば貧困ビジネスの中のある部分というのは、本来は国とか自治体がやらなければならない福祉政策のところを民間がやっているのか、かえって大変な被害になっているということがあって、どこかに代替してもらおうというのは本当にいいことなのか、見直しの必要性があるのではないかといったことを含めて、今の世の中のこういう状況を踏まえてという書き方が、もう少し基本計画の中に出た方がいいと思います。

池本部会長 5年のスパンでの全体像を見据えてという意味でいえば、おっしゃることは、なるほどという感じです。

いかがでしょうか。どうぞ。

吉川委員 便利になり過ぎたというか、豊かになり過ぎた今の暮らしについても、やはり反省点みたいなものを少し入れた形で、これからこういう生活をということを書き入れた方がいいように思います。

それと、4ページの3の「商品やサービスに関する様々な不安」というのは、小項目のような気がします。1が「横行する悪質商法と深刻な消費者被害」ということ。2が「消費者教育の機会の不足と情報伝達の不足」。3の「商品やサービスに関する様々な不安」というのは、「安心・安全な暮らしの確保のために」みたいな項目にして、それで商品やサービスに関するさまざまな危険とか不安という形で入れた方がいいと思いました。小項目の立て方が、ここについてだけ少し細かいと思いました。

池本部会長 午前中の総会でも、この辺りのくくり方については少し意見があったところですが、こうすればという、ぴたっとした回答はなかなか言いにくいです。

今のような項目立ても見直しもそうですし、現状認識の入り方のこともそうですし、そういう辺りのところを含めて、問題提起をしておきましょう。

ほかにいかがでしょうか。

それぞれの小見出しで、まだ触れていないけれども、こういう点も現状の問題点として触れておいた方がいいという各論的なところでも結構ですので、ありましたら、ご意見をください。

午前中の方が、例えば先ほどの4ページの「3 商品やサービスに関する様々な不安」

というところで、介護ベッドとか、個別の分野、トラブル、問題についての提起も含めてご指摘がありました。商品やサービスについてのトラブル、危険、不安あるいは表示についての不安、不信という意味では、出していけば、限りなくあるのかもしれませんが、この辺は着眼点として、こういう点も加えた方がいいというところは、できるだけ多角的に意見を出しておいた方がいいと思います。

どうぞ。

丸山委員 1点お尋ねしたいんですが、若者の相談件数が表としては上がっていたんですけども、これは恐らく若者自身が問い合わせをした件数だと思うんですが、これ以外に例えば一時期のコンプガチャみたいな、子供がある種のトラブルに巻き込まれて、それに対して親御さんが相談をしてきたといったトラブル事例というのは、増えているのか、減っているのか。例えばSNSなどが普及していくと、家族中の個人情報をごっそり子供経由で抜き取られてしまって、それで何かトラブルになったみたいな、そういう未成年に関する問題は、特に目立ったものはないんでしょうか。

池本部会長 事務局の方ではいかがでしょうか。

消費生活総合センター相談課長 コンプガチャのときには、センターの方にかなり問い合わせ、相談が多く寄せられたんですけども、消費者庁の方で規制を打ち出して、それから相談件数が減ってきています。それでもガチャについては、まだ似たようなケースのゲームがありますので、そういったところで、未成年者、自分の子供が使ってしまって高額な請求が来たという相談は、現在、寄せられています。今、件数自体はそれほど多くはありません。

丸山委員 わかりました。

池本部会長 若者の相談に多い販売手口等というのは、相談者の年齢で切っただけですか。2ページの表1です。若者の親からの相談というのは、ここにも含まれているんですか。

消費生活総合センター所長 これは契約当事者が若者、29歳以下ということです。契約当事者ということなので、親からの相談も入っています。

池本部会長 わかりました。

ほかはどうでしょうか。

場合によっては、後半の施策の議論に入って、それをやっていく中で、また現状こういう問題もあるから、こういう施策をという話と、行ったり来たりもあり得るかもしれないので、今、特になければ、後半の重点施策について事務局から提起していただいて、そして、もう一回ここを議論することにしましょう。

6ページの「第3 重点施策」と、その後には体系の変更点がございまして。体系の変更点は、午前中に出たものと同じですね。

企画調整課長 そうです。同じものを付けさせていただきました。

第1回の総会のご議論を踏まえまして、事務局案として「第3 重点施策」は、今のと

ころ、この4つを挙げておりました、概要といたしましては、明朝体の部分のような項目をこの中にそれぞれ盛り込んでいくような案で、今、つくっておりますけれども、欠けている視点などもあるかと思っておりますので、是非ご教示をいただければと思っております。

池本部長 さあ、いかがでしょうか。これは午前中の資料の中でも話題になった、これからの重点施策というところですので、ここへ出ていること、あるいはそれ以外も含めてご意見をいただきたいと思っております。

どうぞ。

後藤会長 これは3番とも4番とも関係するのかもしれないんですが、例えば資料の4ページにも相談件数の推移がありますが、こういう相談が多いとか、相談件数の推移がこうだということは、割と目にするんですが、実際に消費生活総合センターに持ち込まれた相談の具体的な処理というんでしょうか、例えば高齢者の場合、高齢者自身が相談しているのか、あるいは家族が相談しているのかとか、相談した後の対応として、大体満足できるような処理ができたのかとか、あるいは処理が難しい状況の場合、どういう対応をしたのかとか、そういうところに関して、もう少しいろいろな情報がわかれば、それによって今後の相談の見方についても、具体的に議論ができそうな感じがするんですけれども、そういう資料を出していただくことができるのかどうかということをお尋ねしたいと思っております。

池本部長 いかがでしょうか。

消費生活総合センター所長 今、23年度の相談情報について分析作業を進めておりまして、今の予定ですと、9月に入ってからご提供できると考えております。

現時点でご提供できるのは、速報版ということで、大まかな切り口で分析したものがございまして、それは改めて皆様にご提供させていただきたいと思っております。

池本部長 よろしいでしょうか。ほかにいかがでしょうか。どうぞ。

上村委員 今、議論をした方がいいのかの確認なんですけれども、平成20年から24年度の間は緊急対策という言い方をしていたのが、今度の新しい基本計画では重点施策という言い方にするというのは、決まったということによろしいんでしょうか。

企画調整課長 あくまで事務局案です。

上村委員 それも1つ議論ができるわけですね。以前の場合は、高齢者、若者などをねらう悪質商法を撲滅しますという言い方だったものが、今回だと「1 悪質事業者の取締りと社会からの排除」という言い方で、先ほどご意見があったように、悪質な事業者を排除するというのが、今回1つ目玉になりますということで挙げられている。

それから、町から市民へ情報を収集し発信しますという言い方だった情報関係のものが「第3 重点施策」の「3 消費者情報の戦略的な収集と発信」に移ったという認識でよろしいですか。

順番が1~4と4つあるのは、今のところは前回と同じ案が事務局から出されていて、前回出していた法制度上の問題点の改善を国に働きかけますというのは、消費者庁もできた

ので、国への働きかけというよりは、また違うものにしようということで、国への働きかけというものはなくて、今回は1つ「2 消費者教育の推進」が重点として挙がってきたという認識でよろしいですか。4つのセレクトについてです。

企画調整課長 国への働きかけにつきましては、特に今まで緊急対策ということで、緊急に必要なものについてはやってきているんですけども、今後については、緊急ということではないんですが、引き続き、法制度の不備などについては強く働きかけていきたいと思っております。政策課題5の右側の一番下の方に書いてございますけれども「(5-5) 都と国との連携」という中に盛り込んで、取組としては、今後も引き続き続けていくという考え方であります。

上村委員 今、何をここで重点課題として出すかという優先順位として、比較的高い4つが今回はこれだったということですね。

企画調整課長 事務局案としては、そういうことです。

上村委員 事務局案としてはこれでしたというところが、それでいいのかと思います。

そこでいうならば「2 消費者教育の推進」というところ、言い方がこれでいいかどうかはわからないんですけども、教育というところに注目をさせていただいて、東京都から新しいタイプのものをご提案いただけると、ありがたいと思います。

以上です。

池本部長 さあ、いかがでしょうか。特に今の体系の変更点という一覧表、現行と改定後の枠組みそのものも含めて、ご意見があればお願いします。それから、個々の項目について、こういう視点も加えてくれという各論の意見も含めてですので、ご自由をお願いします。

どうぞ。

丸山委員 政策課題の「(5-4) 都と事業者団体との連携」ということで、文言としてはこのままでいいと思うんですけども、事業者団体にとらわれず、事業者一般というか、特に規模の大きい事業者に対する働きかけが必要なのではないかと思います。

具体的には、インターネットビジネスでは、恐らく市場の成長率がだんだん緩やかになってくると、寡占化というか、現状でもネットショッピングモールであるとか、口コミサイトであるとか、そういう大手が零細な事業者に出店させて、そこからさまざまな収益を上げているわけで、そういう個々の事業者を摘発するというよりも、さまざまな事業者を言わば実質的には管理しているような運営事業者に対して、何らかの働きかけが必要なのではないかと。

働きかけというときに、あなたのやっていることが法律違反だ、違反ではないということではなくて、この何年間か企業の社会的責任みたいな概念も出てきているので、優れた企業であるためには、顧客に支持されるためには、法律の要求ではないプラスのことをやるのが大事なんだ、そういう意識づけをいろいろな形で大手の事業者に対して働きかけて、午前中のお話でいえば、評価というのは難しいと思うんですけども、ある種の成功

事例みたいなものがウェブサイトで公表されたりすると、運営事業者にとっても、ある種そういう取組をすることによって、モチベーションが増すのではないかと思ったりしました。

池本部長 なるほど。事業者団体だけではなくて、市場に影響力を及ぼす事業者も視野に入れてはどうかというところですね。

どの観点でも結構ですが、ほかにいかがでしょうか。

出された意見について、一つひとつ事務局に答弁を求めたりはしません。自由な意見交換ですが、逆に発言をヒントに、事務局から、そうだとすればこういう点はどうか、ということがあれば、どんどん出してください。

企画調整課長 はい。

池本部長 よろしいでしょうか。私からですが、体系の変更点の大枠で見ていただいて、どの辺りになるかということも整理できないままにお話するんですが「政策課題3 商品やサービスの安全・安心の確保」の中のサービスの確保なのか、あるいはインターネット取引の場面での問題なのかもしれないんですが、このごろは、代金の決済方法が多様化しています。選択肢があるので、非常に複雑、わかりにくくなっていて、例えば後払いのクレジットだけではなくて、前払いのプリペイドもある。しかも、プリペイドカードの世界でも、例えばSuicaのようなプリペイドにクレジット機能も付いて、足りなくなるとクレジットからそちらへ自動チャージされるとか、前払い、後払い、あるいは即時決済のデビットカードのようなものとか、決済手段が複雑化している。

更に輪をかけて、ネット上はカードもない。カードレスで前払い、後払いが混在しているし、しかも、そこへ決済代行業者が入っていて、一体だれと取引をして、だれを相手に連絡をしたり、苦情を申し入れればいいのかという、契約当事者すらもよくわからなくなっている。そういう問題があります。

これは多分にして国の法制度の問題なのかもしれないんですけども、法制度の整備を待つといっても、これは金融と商品、サービスの方とが入り混じっているんで、そう簡単にすぐに対応ができることではないように思います。そうだとすると、トラブルがある現場の自治体の側から、そういうものについて、一方では、事業者側にもっと見えるようにしてほしいということもあるし、他方では、消費者の側に対しても、そこをきちんと見分ける目を持ってもらうということが、今、必要になってきているのではないかと。

コンプガチャの問題で、小学生が何十万とか100万というのは、今のような目に見えない決済手段、クリックボタン1つで無限にお金を使えるという決済手段の時代だからこそ起きたトラブルだと思います。駄菓子屋で100円玉を払っていけば、お金がなければ続けられないんですが、クリックボタンで無限にできていくという、そういう辺りは、啓発の場面もそうですし、さまざまところで、事業者に対する指導も含めて考慮していただければと思っています。

ほかにいかがでしょうか。どうぞ。

後藤会長 先ほど政策課題の「(5-4)都と事業者団体との連携」という話が出たので、消費者団体との連携がどこかに書いてあるかと思って見ていたら、ここには書いていないのではないかと思いますけれども、事業者団体との連携だけ出ていて、消費者団体との連携が出ていないと、どうなのでしょう。

企画調整課長 内容としては(5-2)に含まれています。

後藤会長 「(5-2)消費者との協働の推進」ですね。なるほど。

企画調整課長 この計画では、40ページ、41ページの辺りなんですけれども、特に41ページの辺りに「(5-2)消費者との協働の推進」ということで、消費者や消費者団体と行政が手を携えということ書かれています。

矢野委員 今のことに関連して、それだったら、むしろ「消費者・消費者団体」として「消費者団体」という言葉も明記しておいた方がいいのではないかと思います。

企画調整課長 はい。

矢野委員 全体を通していいですか。

池本部会長 どうぞ。

矢野委員 重点施策から、次の5年間で、どういう東京都としての消費生活を描く姿になるのかというと、イメージが非常に弱いんです。明るい東京都がなかなか見えてこない。次の5年に力強いもの、そんなものがもう少し見えてくるものを取りこまなければいけないんですが、4項目は確かに大事なことで、特に「2 消費者教育の推進」は、消費者教育推進法がほぼ成立するでしょうから、そこを受けてということ、より力を発揮しなければいけないところだと思います。

今、消費者庁の方で消費者基本計画が改定され、地方消費者行政の充実強化のため指針も改定されたばかりです。その中の関連でいえば、例えば先ほどの現状認識のところは、まだそんなに言葉が入り込んでいなくて、特に商品とかサービスに対する不安のところは、放射能という言葉も今のところ触られていない。でも、非常に大きな課題だったわけです。放射性物質の濃度自体はだんだん下がってはきていますけれども、国の方では、それが相変わらず重要課題に入っているわけです。

それに関連して、リスクコミュニケーションが非常に重要だということで、前のページの消費生活の現状は、今のここ5年間、今年いっぱいまでの間で、何が起こって、何が私たち消費者の暮らしに直接関係したのかをもう少し書き込んでいかないと、なかなか見えてこない問題があると思います。

重点にはならないでしょうけれども、消費者庁がつくった指針の中に、今後の動きを踏まえてですが、消費税率引き上げへの対応ということで、物価への監視が入ってきているわけです。それはまさに国会の動きとも関連しますが、今後、法案が通った場合には、8%に消費税が上がって、今のところ、食品とか、そういった生活に密接した部分への対応は、法案の中ではされません。そうすると、消費者にとっては、3%値上がりすることが、どういうふうな暮らしの中に影響してくるのか。全体的に閉塞化した社会で、更に厳しい

社会状況がどんどん生まれてきている暮らしの中では、物価の監視が消費者行政の中でも範疇ですから、物価の監視や対応は非常に重要になってくるだろうということで、重点施策には入れないにしても、政策課題3のところ、本当はもう一項目、物価の監視とかを入れた方がいいのではないかと思います。

それと併せて「政策課題(3-7)震災時等における生活物資等の確保」とありますが、震災対策、防災対策も含めてですが、ますます急務になってきて、本当に避けられない状況の中で、消費者行政の分野だけだと生活物資の確保になるのかもしれませんが、東京都自体は、防災や震災に対して非常に計画的なものを打ち出していますから、改めてトータルに震災や防災対策の中で、消費生活の中に取り込んでいかなければいけない項目は、生活物資の確保だけなのか、ほかにも関連することがひょっとしたらあるのではないかと。その辺のとらえ直しをした上で、ここをもう少し整理した方がいいのではないかと考えています。

ひとまず以上です。

池本部会長 ありがとうございます。

どうぞ。

後藤会長 連携というのは、都と市町村とか、都と国とかが出ているんですけども、今までの議論の中でも、消費生活ということで、どこまでの問題をカバーするのかという話が出ていたと思うんですが、高齢者問題は福祉の問題ともかなり密接に結びついていて、例えば有料老人ホームの問題とかいろいろありますし、若者とか高齢者というくくりだけではなくて、むしろ障害者の消費者被害もあると思います。そういう場合には、消費生活対策審議会だけではなくて、都の中のほかの部局との連携が必要だと思います。もちろん現在も行われていますが、より積極的に行われる必要がある場面が増えるのではないかと思います。それぞれの政策課題の中で、そういうことが視野には入っていると思うんですが、政策課題5のところ、他部署との連携ということが入っているならば、むしろ都の中での連携も入れるような方向があるという気もしますが、いかがでしょうか。

池本部会長 いかがでしょうか。

私も同じ観点で、どこでどう触れていいのかわからなくて、申し上げられなかったんですけども、例えば特定商取引法は指定商品制を廃止した代わりに、適用除外を50項目ほど設けて、それぞれの業法があって、監督部署があるものは適用除外にしています。例えばワンルームマンションでいかがですかというのは、宅建業の分野になりますし、金融商品の説明が十分だったかどうかとか、言わば他の部署に関わることだけれども、東京都あるいは全国的にそうですが、訪問販売とか特商法については、事業者指導処分ということも、近年は非常に積極的にやっていますが、各分野がしっかりそういうトラブルに迅速に対応しているかということ、やはりでこぼこがあると思います。

その意味では、消費生活センターに寄せられる苦情、トラブルが出発点となって、関連部署がきちんと対応するような働きかけなり、あるいは体制が不十分なのであれば、そこ

も補強する必要があるでしょうし、そういう観点で見直しをしてみる必要があるのではないかという気がしています。

ちなみに、今、日弁連の消費者問題委員会で、東京都と国民生活センターのそれぞれを訪問して、訪問販売の特商法で適用されない、適用除外の中でどういうトラブルがありますかというヒアリングをして、意見をまとめたりしているんですが、結局、関連部署が同じようにきちんと動いてくれなければ、むしろ適用除外になっている部分のトラブルが減らないということが起き始めているんです。その辺りも、観点として受け止めていただけないかと思います。

どうぞ。

消費生活部長 会長から、今、お話のあった庁内の問題は、前回の計画を作成したときに、都庁内の各部署のメンバーが構成メンバーになるんですが、推進会議というものをつくって、その中でまたがるものについては、特別対策班というものをつくって、例えば有料老人ホームの問題などは、先行して取り組んだということがあります。あと、教育の部会とか、いろいろなものがあります。

今、池本部会長がおっしゃったようなものの中で、貸金業法の関係で、貸金業法で規制できないとあって、そのままになっているクレジット現金化の問題とか、そういったものについては、多重債務の協議会を局横断的につくってしまして、完全な姿ではないんですが、局横断的な問題を解決するための組織化というのは、この計画をつくった中で、庁内推進組織をつくって、それで各局にまたがる事項を進めている状況なので、その辺を今回のところで、もう少し出すかどうかというご提案だと思うので、現状のご説明だけ、今、ご紹介だけさせていただければと思います。

後藤会長 わかりました。

池本部会長 むしろ他部署との連携というものも、全国的に見れば、東京都がリードしているんです。それをもっとこの計画の中でも見えるように出させていただいて、新しい課題が出たら、そういうところへ位置づけてほしいというふうに、流れができればいいという気がします。

私ばかり話して済みません。ほかの方、いかがでしょうか。どの分野でも結構です。

どうぞ。

上村委員 先ほど金融のお話を池本部会長がされていたんですけども、東京都の生活文化局では、都民の生活設計みたいなもの、若者からいろんな年齢層の生活設計みたいな部分をサポートするところは、どこかあるんですか。貯蓄もあるし、負債が増えているということもあるし、都民がどう生活をしていくかとか、そういうことに関わるようなものは、ここになるんですか。

消費生活総合センター所長 具体的な取組としては、私どものセンターで、生活設計、ライフプランに関わる講座を開催したり、広報誌を使って情報を提供したりといった取組はございます。

上村委員 生活設計的なものは、消費生活のところで対応するという認識でよろしいわけですか。

消費生活部長 実際に多重債務によりお困りで、生活再建みたいな、本当に具体的な悩みで相談に来る方は、先ほど言った多重債務協議会の中で福祉保健局が中心となった部会をつくってしまして、また、相談部会というものもあって、センターに相談が来るケースを専門家の方にどう回すかという形でやっているの、一般的なものは、所長が説明したものしかないかと思います。

上村委員 先ほど貧困とかそういうお話をされたのは、福祉だけの領域ではなくて、多分みんなの生活全体がちょっと貧困化していく中で、生活を再建していくのをどうサポートするのかという、そういう部局になると、ここになるのかということを確認したかったので、お問い合わせをさせていただきました。

池本部長 恐らく必ずここに入るんだろうと思います。一方では、預貯金も安定的な定期預金型ではなくて、投資型に全体がシフトしているし、先ほど言ったように、現金を払うからキャッシュレスの時代になっていたり、あるいは社会全体が貧困の二極化になっていたりする中で、家計管理に意識的にそこへ情報を出していかないと、ますます困る人が増えていくという意味でいうと、消費生活の施策の中へもっとそこを位置づけるべきだ。年数コマからこのぐらいに位置づけるべきだということがあれば、ご提案いただいた方がいいと思います。

どうぞ。

矢野委員 関連して、現状の3ページの2に消費者教育の機会の不足云々とありますけれども、今は生活設計力自体、特に若いころからそういう力をつくること自体が大切なので、むしろそういったことがまだ十分に取組みされていないことで、消費者被害というか、金融関係、そういった状況があるということ現状で少し入れて、具体的には政策課題4の(4-2)の消費者教育のところ、生活設計も入れるといいと思います。具体的には講座がまさに消費者教育で展開されているので、そこに1つつくればいいのではないかと思います。

池本部長 もっと広くいうと、例えば大学などでは、消費生活というのが生活設計的なところから入るのに対して、自治体では、消費生活センターで現にトラブルが起きているところをどうするかから入っていくので、位置づけの比重が全然違っているというのはあるのかもしれないです。ただ、施策の4の辺りは、今の社会が私たちを取り巻く環境の中で、どう受け止め、考えるかというのは、大きな課題のような気がします。

ほかにいかがでしょうか。どうぞ。

矢野委員 消費生活の現状に対する基本認識は、どちらかというと、課題的なものがピックアップされているんですけども、先ほどの特別対策班のこととか、東京都が率先してやられていて、かつ効果を生んでいる、そういった取り組んでいて、評価できることを入れることで、引き続き、継続して力を注ぐことなのではないかということに受け継が

れると思います。東京都の施策がなかなか見えてこないというか、普通の言葉では書いてあるんですけども、どうもメリハリの効いたところが見えてこないのは、恐らく評価面が前面に出されていないからではないかと思います。

外から見ると、全国的なところでの交流をすると、東京都は別だといつも言われるんです。東京都はいろんなことができる、東京都は国以上に進んでいるからとか、いろいろ言われるんですけども、いざ東京都そのものが自分たちを語るときに、そのことが十分に語られないと、有料老人ホームにしても、東京都が取り組んだことは厚労省を動かしたり、消費者団体を動かしたりしていますから、そういった取組のこと、現状の中に評価面も入れた方がいいのではないかと思います。

池本部会長 いかがでしょうか。

午前中の総会のときにも質問したんですが、例えば職員研修はどのぐらいやっておられるとか、私もよく知りませんでした。新人職員向けに何かあるとは聞いていたんですが、それ以外に具体的にどんなことがどうあるということは知りませんでした。これまではこう取り組んできたが、引き続きそうやるのか、足りないからそれをもっと強化するとか、方向性を見せるという意味でも、取り組んでこられた実績を示されてもいい。

ただ、余り細かい数字、データを全部載せていって、そればかりで分厚くなり過ぎるとすれば、出典なりを注書きに落として、どこを見ればわかるにして、とりあえずこういう面はやってきたというところを示していただいてよろしいかと思います。

ほかにございますか。その意味では、後ろの施策なり取組と、前の部分を両方またいだご意見で結構ですので、そういうものも含めてお願いします。

どうぞ。

上村委員 消費者教育なのかわからないんですけども、今、職員研修で消費者関係の研修があるというお話だったんですが、事業者さんの研修みたいところで、消費者教育をやっていたらこうすると、アプローチの仕方はあるんですか。

池本部会長 それは都が何をやっているかということでしょうか。それとも事業者ですか。

上村委員 やっていらっしゃるのかです。

消費生活総合センター所長 取組としては、出前講座をやっておりまして、講師を派遣して、消費者問題についてお話をさせていただくということをやっております。現に企業からもお話はきております。

池本部会長 そういう面でしょうか。それとももっとですか。

上村委員 先ほど高齢者の消費者被害のところ、企業さんの広報誌などに、そういうものを載せていってもらおうというお話をされてましたね。

消費生活総合センター所長 はい。

上村委員 それも事業者との連携ではないですけども、そういう位置づけになりますね。

消費生活総合センター所長　そうです。おっしゃるとおりです。

上村委員　そういうものが、消費者教育の中でも、職域での連携とか、そういう位置づけになるものなのかがわからなかったもので、もしそういう位置づけをして、更に活発化していったらいいと出していただくと、単に学校で教えるとか、公民館で出前講座をやることによりも、具体的に職場を通じて情報を社会教育的に流していくことだとか、そこから事業者の方にも消費者目線をきちんと持っていただくとか、そういうことができるといいと思ったもので、確認をさせていただきました。

池本部会長　確かに事業者へのアプローチというのは、当該事業活動を適正化してくださいというアプローチもあるけれども、事業者の中の構成員、従業員は、皆さん消費者としての生活があるわけですから、そこは情報伝達なり、情報を拾い出してくる1つの場所になるんです。

以前、多重債務が問題になったころには、職場の社内報みたいなところへこういう相談体制があるとか、こういう手続もあるとか、ヤミ金に気をつけようみたいなことを流してくれとお願いしてもらった覚えがあります。特にインターネットの話などになると、自分が使っているパソコンもだし、子供たちのこともだし、事業者ルートでの社内の連絡体制、情報伝達に使ってもらおうというのは、いいかもしれないです。

どうぞ。

上村委員　仕組み、どうすればそういうものが動くのかわかりません。

間部委員　企業の中でも、いわゆる研修教育というものがあります。各層、新入社員であれ、中堅であれ、そういう研修教育課程が当然あるんだと思いますので、ある種消費者教育というか、ネット犯罪的なものを含めて、そういうところにそういうものを取り入れていく余地はあるんだと思います。

あとは、我々みたいな団体も、自前で研修をやらないところに対して、中小企業を中心にした、社員に対する研修の機会みたいなものを持っていますので、そういうカリキュラムの中にそういったものを入れ込んでいく。それによって、消費者教育を普及していくということは、1つ方法論としてはあると思います。

池本部会長　なるほど。

どうぞ。

消費生活部長　今の関係ですが、6ページの重点施策の「2 消費者教育の推進」の2つ目の丸の社会人に対してというのが、今、まさしく上村先生がおっしゃった部分で、よそ様にやる前に、自ら都庁の職員にやるということも、今、検討の案としては、事務局で持っているのですが、若者のキャンペーンなどを1月から3月にやっていますが、関心を持ってもらえないということがあります。就職したての若者が、今、SNSを通じたアポイントメントセールスなどに相変わらず引っかかっているものですから、何を教えるのかということを検討するのが先だと思いますが、場としては、そういうものをつくっていかないと、相談件数は減っているんですが、若者の被害そのものが減っているかということ、

そうではないと思いますので、そういったものについては、是非東商さんのお力も借りながら、やっていきたいと思っております。

池本部会長 今のお二人のご発言から思いついたことなんですが、そのことと午前中の河上先生のご発言とを結び付けると、都としてこれができるのではないかとということとともに、それこそ地域の事業者とか大学とか、地域の中で区市町村がどういうところとつながって、情報伝達をしたりしているかという工夫、いい取組を集めて、それを区市町村に伝達するとか、そういうことがあります。

数年前に、高齢者見守りネットワークの構築で、都が新宿とか幾つかの自治体で頑張っている情報を集めて、見守りネットワークのガイドラインのようなもの、こういうことに取り組んでほしいということを冊子にして区市町村に投げて、1年後か2年後かに進捗状況をチェックしますということをやられたことがあると思います。特に民間団体や地域の団体あるいは消費者団体との連携というのは、区市町村にそれを頑張ってもらうためのうまい働きかけの仕方というか、そういうものもセットできると、広がりが数倍大きくなるという気がします。

ほかにいかがでしょうか。

ほかの人の意見を聞くと、それならこれもという感じで、思いつきの発言してしまいます。

どうぞ。

越山専門員 私は専門員の立場であり、午前中の話し合いも出ていないので、経過もよくわかっていないところもありますが、今日のテーマで気がついたことについて、羅列するような形で、今後、検討の対象になり得るかどうか、意見としてご検討いただければと思いますが、よろしいでしょうか。

池本部会長 どうぞ。

越山専門員 こういう基本計画の青写真を考える段階だと、計画をぱっと見たときに、これをだれが見るのかも考えるべきとも思えます。例えば、都民の方向けに、こういう都の政策ですということを示そうというのであれば、前回までの緊急対策と政策課題という区分けのもと、緊急の対策として打つべきものとして4つがあり、非常にわかりやすいものと思えます。今回の案は、重点施策と政策課題と分かれています。重点施策というのは、政策課題よりも優先して緊急的にやるべき話なのかどうかというのが、まずよくわからない。もしこういう書き方をするのであれば、各重点施策は、以下に書いてある政策課題の根底に、どのように位置づけされているかということが明確にわからないと、重点施策と政策課題で何がどう違うのかよくわからない。というのが、まず気になる点です。

次ですが、政策課題の具体的な課題ですが、例えば政策課題の「(2-1)取締りの強化」があり、前の年にあったものが、次の年にも取締りの強化とあります。ということは、今まで取締りをしてきたが、もっと強化しなければいけないというニュアンスにもとれます。しかし、前回書いてあって、今回も取締りの強化をするということは、どんどん取締

りを強めていっているのか、それともただ強化と書いてあって、実際には強化しているかどうかよくわからない。前回の計画の評価もなしに、毎年同じことをいるようにとらえられてしまうのは、余り得策ではないと思っています。もし継続的に何かをやるのであれば、長期的な視点で継続的なテーマを扱うことは重要だと思います。更に取り締りを強化しているということであれば、今までよりもどこをどう強化したかということをもっとクリアにするか、さらなる強化とか、違う方面に対して強化するのかとか、もう少しわかりやすくすべきではないでしょうか。

それから、政策課題3の商品やサービスのお話の中で、私も地域のセンターさんという相談をしながら、大学の中でも学生たちと調査し、近年のトラブルを見えています。金融商品トラブルの問題というのは、意外と学生レベルの中にも入りこんでいたりしていますし、先ほどの資料の中でも、金融商品のトラブルはどんどん増えてきている、または高度化しているという部分があると認識しています。そうであれば、政策課題3の中に、従来までと全く同じようなものではなくて、金融商品に関する問題についても新たに重点的にとらえていってもいいのではないのでしょうか。その方が、目標がクリアになってくるような気がします。

いっぱい言って大変申し訳ないんですけども、この計画書と具体策を事前にいろいろ見せていただいていたんですが、中身が具体的でない印象をもっております。例えば、先ほどの出前講座でもいいですし、啓発活動でもいいですし、環境問題についてのPRでも何でもいいのですが、今まで東京都内で100件ぐらいの問題だったものを重点課題として、前の年の150%アップだとか、1,000件を目標とした啓発活動をするとか、具体的なものが全然なくて、あれをやった、これをやった、これをやらなければいけないというのがよく見えないような気がします。そのような具体的な目標を示すような考え方も盛り込んでいただければいいというのが1つです。

最後に1つだけ、これは大変つまらない話で申し訳ないんですけども、横長の資料4の最後のページの重点施策に「3 消費者情報の戦略的な収集と発信」とあるのですが、これはタイトルがよくない。消費者情報を一生懸命収集するのではなくて、消費生活情報のような気がしますし、収集した消費者情報を消費者に発信するというのは、個人情報公表するようにもとらえかねません。ここは消費生活に関連する情報を積極的に収集して、本来、消費者が知るべき情報を提供しやすいような表現に見直したらいいという気がしました。

思いついたところだけ一方的に申し上げて、大変申し訳ありません。

池本部会長 ありがとうございます。非常に的確なご指摘がありました。

例えば、継続的課題で、先ほど私はこれまで何をしてきたかということも少し出してくださいと申し上げたんですが、国の消費者基本計画の見直し的时候は、見直しで次に何をやるかの前に、この1年何をやってきたかを報告させて、その評価・検証を、いろいろな意見を出して、だめではないかとか、これはもっとやらなければいけないとか、これまで取

り組んでいないけれども、こういう問題が増えたから追加しようとか、その意味では、評価・検証に当たる部分、これは基本計画に書き込むものではないにしても、前提として、そこをきちんと押さえておかないと、先ほどおっしゃった、同じ見出しのままで、同じように出ていったのでは、メリハリがないという点は、ご指摘のとおりだと思います。

それから、方向性だけではなくて、一種の数値目標的なものがどこまで出せるかというのは、政策の種類からして、なかなか数字では出しにくいものがあるのかもしれませんが、幾つか具体的な施策として、それこそ1年後、3年後に評価できるように、見えるような政策目標を立てておくことが、数字に限らず、必要なのかもしれません。恐らくそれはいろんな課題全体へつながっていく、非常に重たい宿題になるかもしれません。

ほかにいかがでしょうか。予定時間もそろそろですので、よろしいですか。

今日は、総論の冒頭のところから、個別の各論、こんな問題があるというところまで意見をいただきまして、しかも、午前中にもさまざまな観点の意見をいただきました。その辺りを事務局に整理をしていただいて、なおかつ、今日の話の中で、実績の数字も見せてくださいとか、さまざまなお願いばかりありましたが、それを整理していただいて、次回に向けてバージョンアップしていただければと思います。

今後の進行の部分、次回について、事務局からご連絡をお願いできますか。

企画調整課長 次回の部会は、8月20日月曜日の午前10時から12時に開催させていただきます。

今回は、事務局から本日の総会及び部会の審議で出されたご意見を反映させた中間のまとめ(案)をご提示させていただきまして、ご審議いただきたいと考えております。

また、資料は事前にお送りさせていただきます。

開催の詳細につきましては、後日、改めてご案内をお送りいたしますので、よろしくお願いたします。

池本部長 中間のまとめ(案)に盛り込むものと、資料としてご準備いただくものの両方があったかと思いますが、その辺りは、適宜使い分けていただければと思います。

ほかにご意見等がなければ、これをもちまして、本日の第1回部会を終了とさせていただきます。午前から長時間、大変お疲れ様でした。

午後3時14分閉会