

第2回 東京都消費者教育推進協議会
(第22次東京都消費生活対策審議会 部会)

平成25年7月12日(金)
東京都庁第二本庁舎10階207・208会議室

午後 1 時 2 8 分開会

越山部会長 では、時間になりましたので、第 2 回「東京都消費者教育推進協議会」を開会いたします。

最初に、事務局から定員数の報告と配付資料の確認をお願いいたします。

企画調整課長 企画調整課長の吉村でございます。本日もよろしくをお願いいたします。事務局から御報告申し上げます。

本協議会は、委員 5 名と専門員 3 名で構成されております。本日は、全員の御出席をいただいております。どうもありがとうございます。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御報告させていただきます。

なお、この協議会は、同じく審議会運営要綱第 11 により、公開の扱いにさせていただきたいと存じます。また、議事録についても公開する予定でございますので、御了承ください。

次に、お配りしております資料を確認させていただきます。

資料 1、協議会委員名簿でございます。

資料 2、協議会の書記名簿でございます。

資料 3、「東京都消費者教育推進計画（案）」でございます。

資料 4、「東京都消費者教育アクションプログラム（案）」でございます。

その他、参考資料といたしまして、前回お配りしたものと同じでございますけれども、「基本計画」の冊子と「消費者教育に関する実施状況調査報告書」の冊子をお配りしております。

また、参考資料 3、「消費者教育の推進に関する基本的な方針」ですけれども、前回、策定中の案をお配りさせていただきましたが、6 月 2 8 日付で閣議決定をされましたので、その確定版をお配りさせていただきました。

不足している資料がございましたら、お知らせください。

よろしいでしょうか。

越山部会長 どうもありがとうございます。

それでは、審議に入りたいと思います。

前回の協議会の議論を踏まえた資料 3「東京都消費者教育推進計画（案）」と資料 4「東京都消費者教育アクションプログラム（案）」について事務局から案が提出されて、事前に送付されていると思いますが、ここで内容の御説明をお願いいたします。

企画調整課長 それでは、資料 3 の「推進計画（案）」をごらんください。

前回の案からの主な修正点について御説明をさせていただきます。

まず、1 ページ「第 1 章 計画の基本的考え方」のところでございます。

ページの一番下から 3 行目のところ、下線を引いてございますけれども、計画の位置づけにつきまして、国の基本方針を踏まえて策定したものであることを明記させていただき

ました。本日、参考資料3としてお配りしてありまして、国の基本計画は消費者教育の推進の意義ですとか、基本的な方向などを内容としているものでございます。都の推進計画はこれらの基本的な考え方を根底に置いているものとして策定をいたしますので、そういった趣旨で下線部を追加いたしました。

しばらく飛びまして、29ページ、第3章「消費者教育の今後の取組」の最初の考え方です。2段目の下線部がございますけれども、前回の協議会での御意見を踏まえまして、消費者教育を進めるに当たりましては、「被害に遭わない」という視点だけではなくて、「加害者とならない」視点ですとか、更には消費者が消費行動を通じて、よりよい社会の形成に積極的に参加していくといった視点を盛り込むということを追記させていただきました。

その次の「また」で始まる段落につきましては、消費者教育に関連する分野といたしまして、環境教育、食育に加えまして、前回の協議会の御意見も踏まえ「金融経済教育」ということを明記させていただきました。

下のところに枠があるのでございますけれども、その少し上の下線部です。「プログラムは」で始まっている文章ですが、推進計画が5年間のもので、アクションプログラムが3年という関係が分かりにくいという御意見もいただきましたので、少しでも分かりやすくなればよいと思ひまして、修正文のとおり、プログラムは3年後を視野に入れて実施することとし、本協議会の意見を踏まえ、毎年度、取組内容の見直しを行うということで、少し考え方を整理して書かせていただきました。こちらにつきましては、後ほどアクションプログラムの説明の際に改めて御説明をさせていただきます。

一番下の枠の中ですけれども、「特に重点的に取り組む世代・テーマ等」といたしまして、前回の案では、1から5までを並べて書いていたのですが、1から3については世代を対象としておりまして、それ以外の4と5が一緒になっているのに若干、違和感を覚えるといった御意見もいただきましたので、第3章の構成が「ライフステージごとの具体的な取組」と「効果的な消費者教育の展開に向けた取組」ということで分けておりますので、それぞれ見出しを対応させて整理を試みたところです。1と2のテーマにつきましては、前回の案では、若者向け消費者教育ですとか、高齢者や高齢者を見守る人への消費者教育ということで、幅広い書き方をしていたのですが、今回作成をしようと思っておりますアクションプログラムは、特に重点的に取り組むことを記載していくという考え方でまとめたいと思っておりますので、それぞれ若者、高齢者について消費者被害の防止を図っていくということで、テーマの絞り込みを行いました。3番の「子供の安全の確保」というところとも書きぶりがそろったのかなと考えております。

次の30ページをごらんください。後段の下線部、 がついたところが2カ所ございますけれども、上のほうの「子育て支援団体とのネットワークを活用した啓発」につきましては、新規の取組でございまして、追加をさせていただきました。

次の「乳幼児の事故防止に向けた啓発」につきましては、申しわけないのですが、前回

の時点では事務局のほうで把握できていなかった取組がございましたので、追記をさせていただきます。

これ以降のページにつきましても、新規事業でこの間に調整がついたものにつきまして何カ所か追加をさせていただいたところがございます。

少し飛んで38ページをごらんください。ページ中段の「(3)消費者教育の担い手の育成」のリード文のところですが、最後の下線部3行です。「消費者教育の意義や」で始まっている段落ですが、こちらに記載のとおり、消費者教育の意義や消費者市民社会の考え方の普及には、まずは、消費者教育を担う方々に理解を深めていただくことが重要と考えましたので、そのあたりに配慮して進めていくことを追記いたしました。

同じページの一番下の下線部2行ですが、「消費者問題マスター講座」の2つ目のポチですが、前回協議会で御意見をいただいたことを踏まえまして、講座終了者への活動支援について追記をさせていただきます。

主な修正箇所の説明は以上でございますが、アクションプログラムの説明に移る前に、前回の協議会では説明をほとんど省略してしまいました、都の現在の取組について少し御説明をさせていただきます。

25ページをお開きいただけますでしょうか。カラーのページが折り込んであるところですが、右側のA3で挟み込んだカラーの表です。「ライフステージ別消費者教育取組状況図」というタイトルになっておりますが、現在、都が実施している消費者教育の主な取組を、横軸をライフステージ別にしまして、縦軸を領域別としまして整理をしたものがございます。表の右肩のところに凡例が色つきで6つ並んでおりますけれども、一番左の濃いピンクがWEBによる広報、黄色がDVDの教材、薄いピンクが冊子・リーフレットなど、印刷物の教材、啓発資料などという凡例になっておりまして、それぞれ下のほうにいろいろ書いてございます取組と対応して色分けをしてあらわしているところがございます。それぞれの取組の概要について26ページ以下に書いてございます。

まず、最初の斜めの四角がついた「WEB広報」というところですが、WEB等による広報のツールといたしましては、現在、東京都ではホームページ「東京くらしWEB」というタイトルになっておりますが、ツイッター・フェイスブック、スマホアプリを活用して情報発信をしております。ホームページにつきましては、相談情報をもとにした消費者被害情報ですとか、危害情報などの注意喚起、相談FAQということで、消費者の方からよくお寄せいただく相談内容やそれに対するアドバイスなどをまとめたものになっております。あとは、動画やクイズ形式の教材など幅広く情報提供しておりまして、昨年度の実績では、年間で73万件超のアクセスをいただいたところがございます。

ツイッターやフェイスブックにつきましては、「東京くらしWEB」との連動を始めまして、タイムリーな情報発信に努めているところがございます。

スマホ用のゲームコンテンツを盛り込んだアプリは、ことしの3月の終わりに提供を開始いたしました。若者を中心とする層への情報提供に活用させていただいているところで

ございます。今までのところ1万2,000弱のダウンロードをしていただいております。

次の「消費者教育DVD」でございますが、これは家庭・地域・学校等で活用できる教材として開発をしております、区市町村や学校などに提供させていただいております。最近製作したものに付きましては、動画を「東京くらしWEB」のホームページからも配信をしているところでございます。

次の「冊子・リーフレット等の作成・提供」につきましては、まず、「東京くらしねっと」という情報誌を発行しておりますが、こちらでは消費生活に関する様々な問題や相談事例等々に関する情報を提供しております、公共機関や店舗などに配置をさせていただいて、都民の方にも御利用いただいているところでございます。WEB版もございまして、「東京くらしWEB」に掲載しております。また、視覚障害者の方にも情報をお届けしたいと考えまして、CD版も作成しているところでございます。

次の教員向けの情報提供誌につきましては、「わたしは消費者」という名前で発行しておりますけれども、消費生活上の新たな課題に関する情報や教育の実践事例などの情報を提供させていただいております、区市町村の教育委員会や教員の方などにお配りさせていただいております。例えば最新号では、子供のインターネット事情ということで、そういった最新の情報なども踏まえた記事を掲載しております、こちらもWEB版を作成しております。

次の事故防止ガイドにつきましては、テーマを定めまして、ヒヤリ・ハット情報を含めた事故情報を収集・分析して、取りまとめているものですが、例えば一番最新ですと、雨の日の身の回りの危険をテーマとしまして、梅雨時のタイミングということで、6月に公表いたしました。

27ページの頭になりますけれども、省エネチェックシートの配付ということで、環境教育の取組ですが、小学生がおうちの中で電気や水道などの無駄遣いがあるかないかといった使い方を調べてもらって、環境への意識を高めていただくためのシートを作成して、御活用いただいているところでございます。

次の「WEB版消費者教育読本」ですが、これは学校の授業で御利用いただくことを想定してつくっているものですが、WEB版の教材になっておりまして、「東京くらしWEB」からアクセスしていただけます。教員の方に分かりやすく活用していただけるようにということで、モデル授業なども実施いたしまして、活用の促進を図っているところでございます。

次の「講座」につきましては、教育講座ということで、自立した消費者の育成などを目的としまして、都民向けや教員向けなどに、こちらに記載の様々な講座を実施しております。

次の「協働による消費者教育・啓発」ですが、東京都が育成いたしました東京都消費者啓発員、コンシューマー・エイドさんと呼んでおりますが、こういった方を講師として派遣する出前講座ですとか、あとは大学の落語研究会や社会人ボランティアの方の御協力

をいただきまして、消費生活の様々な問題について、コントや落語形式で分かりやすく啓発を行う出前寄席を実施しております。

28ページの最初の「情報交流集会」は、消費者や消費者団体の方、事業者や行政などが情報交換やコミュニケーションを行う場として開催をしております。

次の2つのは、計量に親しんでいただくための取組でございます。夏休み期間中に親子を対象として開催しております「親子はかり教室」や都内公立小学校を対象に「出前計量教室」も実施しております。

次の「ファミリールール講座」につきましては、子供たちをネットやゲームの利用に伴うトラブルから守るために、御家庭の中でのルールづくりを支援するという事で、保護者などを対象としたグループワーク形式の講座を開催させていただいております。

最後の「イベント等」につきましては、「消費者月間」は毎年10月を中心に各種の事業を展開しております。東京都と消費者団体で実行委員会を構成いたしまして、毎年度実施をしている取組でございます。

最後の「消費者被害防止啓発」につきましては、東京都も含めた関東甲信越ブロックの広域連携によりまして、高齢者向け、また若者向けのキャンペーンを展開しております。啓発資料ですとか、啓発グッズの作成、交通広告や映像など、それぞれのターゲットに合ったツールを活用して、啓発を実施しているところでございます。

推進計画につきましては、以上でございます。

続きまして、資料4の「アクションプログラム(案)」をごらんください。

前回は項目のみでしたので、下線は引いておりませんが、全面を修正しております。

まず、1ページをごらんください。

1つ目の箇所は、推進計画の記述とダブっておりますけれども、東京の地域特性なども踏まえまして、特に重点的に取り組む世代・テーマ等として、枠内の5つを設定すること。また、このプログラムでは、その5つの世代・テーマ等ごとに具体的な取組を掲載するとして記載しております。

2つ目の枠の下になりますけれども、プログラムは3年後を視野に入れて実施することとし、本協議会の意見を踏まえ、毎年度、取組内容の見直しを行うこと。また、4と5の「効果的な消費者教育の展開に向けた取組」については、到達目標を設定しまして、達成状況を確認しながら進めていくということで書いております。到達目標につきましては、後ほど御説明させていただきます。

2ページ、最初の「ライフステージごとの具体的な取組」でございます。

まず、「若者の消費者被害の防止」につきましては、最初にリード文で考え方について書いておりまして、東京には大学や企業の集積などにより、多くの若者が集まってきております。インターネット取引に伴うトラブルや、SNSをきっかけとして被害に遭う事例がよく見られること、そのため、若者が集まるイベントや機会を活用した消費者教育の実

施について働きかけるということで記載をしております。

その下の[具体的な取組]ですけれども、 がついた事業名の横に【拡充】ですとか、【新規】と書いてありますが、こちらは部会長から御指示をいただきまして、皆様の御議論の参考としていただくために、現在実施している事業の拡充を図っていくものですとか、新規に実施する予定のものという趣旨でそれぞれ記載をさせていただきました。

最初の の若者向けのキャンペーンでございますが、ページの下画像がキャンペーンキャラクターの「カモかも」と「サギだもん」というキャラクターです。これらのキャラクターも活用しまして、年間を通じて啓発を実施していきたいと思っております。

右下の写真は着ぐるみですけれども、ことし新調いたしましたので、今年度から大いに活躍してもらいたいと思っております。

今年度の新たな取組としましては、3つ目のポチにありますように「インターネットの新たな手法を活用した動画等による啓発」も実施していきたいと思っております。

次の3ページの冒頭の「 若者向け消費者被害防止寸劇」につきましては、新規事業でございますが、若者が集まるイベントなどで出前講座、出前寄席に続く、新しい手法として寸劇という形で啓発を実施していきたいと考えております。

次の「 大学生が集まる機会を活用した出前講座」につきましては、大学の新生向けガイダンスや学内イベント等に講師を派遣したり、大学の教職員の方と連携をしまして、授業やゼミ単位でのミニ出前講座を実施していきたいと考えております。

次の「 大学生協等と連携した、大学生向けセミナー」ということで、こちらも新規の取組でございます。契約や生活設計、ネット利用に伴うトラブルなどをテーマにセミナーを開催してまいります。

4つ目の「 新社会人向け」の取組でございますが、企業等の新入社員研修等で活用してもらえよう教材の作成や講師の派遣などを行ってまいります。

その下の「 スマートフォン用アプリケーションの活用」につきましては、3月にリリースいたしましたアプリの利用状況も分析しながら、バージョンアップも考えていきたいと考えております。

一番下の のところは、若者の間で特にスマートフォンが急速に普及しているという状況もありますので、新たな情報発信ツールとして「東京くらしWEB」の専用サイトを開設していきたいと考えております。

次の4ページは、高齢者向けの取組でございます。リード文にございますように、東京の高齢者は4人に1人がひとり暮らしという状況でございますが、全国で最も高い割合となっております。そのため、孤独感や不安感等につけ込まれて被害に遭ったり、被害の発見が遅れるといった場合も見られるところでございます。高齢者の被害防止のため、高齢者と高齢者を見守る立場の方への消費者教育を実施してまいります。

[具体的な取組]の内容ですが、まず、高齢者向けのキャンペーンといたしまして、年間を通じて高齢者や高齢者を見守る方を対象に、様々な啓発を実施してまいります。

その下の「 介護事業者向けの出前講座」につきましては、介護事業者や民生委員など、高齢者を見守る方々を対象に、高齢者が被害に遭いやすい消費者トラブルや被害発見のポイントなどを内容とする講座などを実施してまいります。

次の5 ページの冒頭の「 高齢者が集まる機会を利用した出前講座・出前寄席」につきましては、サロンや公衆浴場など、高齢者が集まる場所にこちらから出向いて行って、啓発をやっていくということを進めていきたいと思っております。

次の「 高齢者向け消費者被害防止寸劇」につきましては、若者と同様にこちらでも新規の取組で、寸劇という形で、高齢者が集まる場所、介護施設ですとか、町内会という例示を書いてございますけれども、出向いて行って、啓発を行うことを実施してまいります。防犯協会さん等との連携も図っていきたくと考えております。

最後の も新規の取組になりますが、生活協同組合や消費者団体等と連携をいたしまして、高齢者向けのセミナーを開催していきたくと考えております。

次の6 ページは、子供の安全の確保に関する取組でございます。

リード文でございますように、子供の身の周りには様々な危険が潜んでおり、できるだけ早い時期から子供自身が、自分の安全を守る知識を身につけられるよう、イベント等の場を活用して消費者教育を行うこと。また、乳幼児の安全に関しましては、保護者や周囲の大人への啓発が必要でございますので、ヒヤリ・ハット調査などを実施して、その結果を発信していくということで考えております。

[具体的な取組]といたしましては、まず、新規事業になりますけれども、「 子供の事故防止に向けた情報発信・普及啓発」といたしまして、東京消防庁さんとの連携によりまして、都内に3 館設置していらっしゃる防災館での講演ですとか、模型・パネルの展示などを実施してまいります。また、来月ですが、有楽町の東京国際フォーラムで「丸の内キッズジャンボリー」というイベントが開催されますので、そちらにブース出展をいたしまして、写真でございますような子供服の危険ですとか、おうちの中に潜む危険などにつきまして、ビジュアル的に訴える展示をしたり、チャイルドレジスタンス機能付きのいろいろな製品などもございますので、そういったものに触れていただける体験型の展示をしていきたいと思っております。

次の7 ページ冒頭の「 子育て支援団体とのネットワークを活用した啓発」も新規でございます。子育て支援団体との連携によりまして、子供の安全をテーマとしたシンポジウム等の開催や展示などを行ってまいります。

次の「 幼児等を対象とした事故防止ガイドの活用等」については、その下に事故防止ガイドの表紙の画像を入れさせていただいておりますけれども、幼児等を対象とした事故防止ガイドを都内の保育園や幼稚園に配付するなどして活用を図るほか、必要に応じて新たな調査も実施しまして、調査結果に基づく注意喚起などを行ってまいります。

次の8 ページからは「効果的な消費者教育の展開に向けた取組」でございます。

まず、「4 区市町村への支援」でございます。リード文でございますように、区市町

村では、学校現場との連携による子供への消費者教育や、高齢者の見守りネットワークを活用した啓発など、地域のネットワークを生かした取組をしていらっしゃいます。東京都の消費生活条例では、区市町村が実施する施策について情報提供や技術的支援などの協力を行うことを定めておりますので、都はその一環といたしまして、区市町村の取組へのノウハウの提供ですとか、人材育成等の支援を行うとともに、消費者教育推進地域協議会の設置については、東京都では早速実施させていただきましたけれども、区市町村においても努力義務ということで定められておりますので、そういった地域における推進体制づくりへの支援などを実施していきたいと考えております。

次の[3年後の到達目標]のところですが、先ほど申し上げましたとおり「効果的な消費者教育の展開に向けた取組」については、それぞれ到達目標を設定していきたいと考えております。区市町村への支援に関する到達目標といたしましては、こちらにございますように、消費者教育推進地域協議会、またはそれに類する連携のための組織を設置している区市町村の数として、10という目標を立てたいと考えております。

次に[具体的な取組]でございますが、1つ目、2つ目の にございますように、都のノウハウを生かして、区市町村が取り組む消費者教育の支援を行うですとか、区市町村の消費者教育を担う人材の育成支援などを実施してまいります。

3つ目の が新規事業でございます「消費者教育モデル事業」という名称になっておりますが、区市町村における地域の特性を生かした先進的な取組などを東京都がモデル事業として選定をさせていただきまして、事業の実施についての助言ですとか、その成果の普及などを図ってまいります。

今年度のモデル事業につきましては、9ページに事業例が書いてあるのですが、先月、8つの区市町村から申請をしていただきまして、それを選定させていただいたところでございます。こちらに記載のとおり、地域のネットワークや地域特性を生かした取組が予定されておりますので、またいずれかの段階で皆様にも御報告をさせていただきたいと考えております。

最後の は、到達目標を設定した、まさにその取組でございます、区市町村における協議会の設置への支援として、地域の関係機関による推進体制づくりが進むように、連携先の候補となる機関の紹介ですとか、他区市町村における連携事例の紹介などを行ってまいります。

次に、10ページをごらんください。最後の5つ目の「多様な主体との連携」ということとございまして、リード文にございますように、都内では、行政だけではなく、多様な主体が消費者教育に取り組んでおります。また、消費者教育は大変領域が幅広く、行政だけで対応していくには限界がございまして、消費者教育を担うそれぞれの主体が得意としている分野のノウハウを有効に活用していく必要がございます。そのため、都は、これまで連携してきた消費者団体等に加えまして、今後は事業者・事業者団体、大学、民間ADR機関など、連携の機会が少なかった主体との連携を特に強化をいたしまして、更に効

果的な消費者教育に取り組んでいきたいと考えております。

[3年後の到達目標]としましては、 の箇所に今まで連携を実施してきた団体の数が書いてございまして、48ございます。これに加えて新たに連携する団体の数として、30という目標を設定させていただきました。

[具体的な取組]の内容としましては、「 大学との連携による消費者教育」といたしまして、大学からのインターンシップ生による若者向けのキャンペーンの企画ですとか、学内イベントでの寸劇の実施などの取組を新規に実施していきたいと考えております。

2つ目の取組も新規でございまして、事業者・事業者団体との連携による経営者向け啓発ということで、事業者による従業員への消費者教育が広く実施されるようになるには、経営者の方に理解を深めていただくことが大変重要でございますので、事業者団体等の広報誌による情報提供や経営者向けセミナーでの講演などを実施してまいります。

3つ目のポチに「事業者・事業者団体等の消費者教育に関する自主的な取組の仕組みづくり」でございますが、これは申しわけありません。ミスプリでございまして、「自主的な取組を促す仕組みづくり」ということで修正をさせていただきたいと存じます。

次の は「事業者・事業者団体との連携による企業向け出前講座」ということで、新入社員や中堅社員、退職前の社員など、様々なテーマの講座を実施してまいります。今回、消費者教育の意義を理解してもらおう契機としたいということで、25年度からの3年間につきましては、初回限りですけれども、講師派遣料を無料で派遣させていただきたいと考えております。

次に、11ページの冒頭でございますように、事業者・事業者団体、試験研究機関等との連携による都民向けの啓発講座などにも取り組んでまいります。

その次の も新規事業になりますが、事業者・事業者団体・民間ADR機関等と連携をいたしまして、消費者教育を担う人材の育成にも取り組んでまいります。今年度から、私立学校関係団体、これは私学財団さんですけれども、連携をさせていただきまして、私立学校の教員を対象とした研修も新たに実施をさせていただきたいと考えているところでございます。

一番最後の も新規の取組になりますけれども、消費者団体や事業者団体等が実施する消費者教育や啓発事業につきまして、都の情報発信ツールも活用いたしまして、情報発信をして、広く様々な場で消費者教育が行われることにつなげていければと思っております。

説明が長くなりまして申しわけありません。以上でございます。

越山部会長 どうもありがとうございました。

それでは、この2つの資料をもとにして内容について御審議いただければと思います。

まず、進め方ですけれども、最初に資料3の推進計画(案)、次に資料4のアクションプログラム(案)について御意見をいただきたいと思いますと思っております。

2回目の今回でまとめたいという計画ですので、限られた時間の中ですが、全体についての御意見をいただきたいと思います。そのため、効率的に議論を進めるために、あらか

じめ時間配分の目安を申し上げさせていただければと思っております。

まず、資料3の推進計画(案)ですけれども、第1章の部分と第2章の部分に10分、第3章の部分に20分、資料4のアクションプログラム、今日はメインはこちらの議論になるのかなと思いますが、ここの議論に50分いただければと思っております。

それでは、効率的な審議への皆さんの御協力をお願いいたします。

まず最初に資料3の推進計画(案)の第1章と第2章について。第2章については、前回、現状ということで報告書とともに、かなり詳しく御紹介いただいております。先ほどの御紹介だと、中身には大きな変更はないと思いますが、第1章の頭の部分が大事なところかと思しますので、まず、第1章と第2章について御意見等ありましたらお願いいたします。よろしくお願いいたします。

お願いいたします。

谷原専門員 東京都金融広報委員会です。

少し第3章の部分も入りますが、第1章に関わっていますので、お話をさせていただきたいと思っております。

先ほど事務局の方からお話もありましたように、今回の推進計画の修正案では、前回協議会での意見交換も踏まえられ、国の消費者教育の基本方針が掲げた理念について折り込みに努められているものと思っております。それらは、先ほど事務局から御説明のあった「消費者教育の今後の取組」のリード文であったり、あるいは「効果的な消費者教育の展開に向けた取組」というところにあらわれていると思っております。

ただ、国の基本方針では、幾つかの文章により「自立した消費者の存在が消費者市民社会の形成に必要であること」がうたわれています。この点から今回の推進計画を見ますと、トラブルの事例あるいは対処方法を教えていくといった形の記述が多く、消費者トラブル対応に偏ったものとなっているように見受けられました。

食育、環境教育など、消費者教育には様々な重要な分野がありますが、その1つとして、私どもは金融経済教育という観点から、この点についてお話をいたします。今回の修正案では、金銭管理あるいはライフプランの作成などを適切にできる「自立した消費者の育成」といった観点が十分に盛り込まれていないように見受けられるところです。

消費者トラブル対応が消費者教育における重要な領域の1つであることは私どもも十分に理解しております。ただ、前回の協議会でも委員から意見が出されましたように、犯罪の手口は常に進化してまいります。そうした中では、なかなか対症療法の「べからず論」だけでは対応仕切れないのではないかと考えています。

そういった点で重要になるのが、小学校、中学校、高校といった時期に「自立支援のための消費者教育」によって育む“本質的な判断力”ではないのかと強く思っています。金銭・家計の管理やライフプラン作りもしっかりできる“本質的な判断力”は、いざという時に、誤った判断をしなかったり、間違った道に進まなかったりということを通じて消費者トラブルの回避の基本ともなるものだと思います。仮に金銭管理ができない場合、遊興

に走ることがあるかもしれませんし、歩む道を誤ることがあるかもしれません。また、ライフプランがしっかり出来ていませんか、管理ができない高いリスクの商品に手を出してしまうかも分かりません。国の基本方針でも、高等学校段階までに契約に関する基本的な考え方であったり、消費者市民社会の形成に参画することの重要性などをきちんと理解させていきたいと思います。

つまり、まさに国の基本方針で示されている消費者市民社会の形成に寄与する消費者を育む消費者教育において、本質的な判断力を育む軸となる基礎的な教育こそが、消費者トラブルの回避においても重要な役割を果たすものと思います。食育、環境教育などと同様、金融経済教育に関しても、その意味で、消費者トラブル対応に偏らない消費者教育全般に取り組んでいくことが必須だと思ひますし、推進計画、アクションプログラムにしっかりと反映させていただきたいと思ひています。

金融経済教育の観点からみると、自立した消費者にとって重要な“本質的な判断力”の柱となる金銭・家計管理やライフプランの作成は、金融経済教育そのものの領域と言えます。この点では、金融経済教育は、消費者教育と表裏の関係と言えます。国の基本方針では、「金融リテラシー（金融に関する知識、判断力）は、自立した消費生活を営む上で、必要不可欠であり、消費者教育の内容に盛り込むとともに、金融経済教育と連携した消費者教育を推進することが重要である」と言及し、また「関連する教育と消費者教育の連携の方向性について共通の認識に立って、…地域等で活動する多様な主体が、限られた人材や資源を活用し、密接に連携・協調することが必要」とも言及されています。

私ども金融広報委員会は、そうした立場から、これまで東京都さんと連携し、教材の開発、講座への講師派遣等に取り組んできております。他の分野の方々も同じだと思ひます。そうした点について、推進計画（案）の「ライフステージごとの具体的な取組」などできちんと書いて頂くといったことが好ましいのではないのかと思ひます。

例えば、東京都金融広報委員会の場合、公表されている東京都の「金融経済教育モデル事業」において、金融教育教材の「お金ってなあに？」や「契約って何だろう？」の改訂、授業内容の提案、モデル事業事例集の製作で東京都に協力させていただきました。その後、東京都からの要請を受ける形でモデル事業としての授業に都内の小・中学校に私どもの金融広報アドバイザーを直近2年間で20～30回程度派遣。また、東京都消費生活総合センターからの要請を受け、同じ教材を使い、教員向けの講座も開催しました。また、東京都が毎年主催される「くらしフェスタ東京」では、私ども金融広報委員会がブースを設けて各種展示を行ったり、ミニセミナーへの講師派遣を実施しているところです。他の分野も同様かと思ひますので、このような実績を十分に踏まえた推進計画とアクションプログラムの策定が望まれるところです。

「推進計画」は具体的にアクションを立案できる計画で、アクションプログラムは関連団体を含む関係者において必要な取組の適切な実施に繋がるものでなければいけないと思ひています。そのためにも、国の基本方針を十分に踏まえた「推進計画」及び「アクシ

ンプログラム」を策定いただきたいと思います。私ども関連団体も、そうした推進計画、アクションプログラムの下で東京都並びに区市町村等としっかり連携し、消費者教育と表裏または重要な一部をなしている金融経済教育の推進に取り組んでいきたいと思っています。

長くなりましたが、以上です。

越山部会長 どうもありがとうございました。

今の御指摘について何か御回答はございますか。

企画調整課長 今回の推進計画案では、いろいろな取組の例示などを書くときに、トラブルを例示に挙げてしまっていることが多いこともありまして、被害防止に重点が置かれ過ぎているのではないかという御印象を受けていらっしゃるかと思います。実際に東京都の消費者教育の実施に当たりましては、環境教育ですとか、食育、金融経済教育も含めまして、自立した消費者の育成を念頭に置いて、様々なそれ以外のこともやっておりますので、そういうことがちゃんと伝わるように少し修文を検討していきたいと思っています。

越山部会長 お願いいたします。

上村委員 上村でございます。

前回お休みをさせていただいておりましたので、今の金融広報委員会からの御発言にも関連をすることで私も発言をさせていただきたいと思います。

消費者教育は、国の基本方針を踏まえてということもございますが、例えばOECDであるとか、国連であるとか、そういう大きなところで非常に注目をされている教育でございます。持続可能な社会を形成することは、国連のほうで行われております持続可能な開発のための教育“ESD”2014年に完成年度ということで、日本の中でいろいろ活動がなされますように、国の消費者教育推進法ができたからとか、そういうレベルの問題ではありません。書きぶりをお考えいただくときに、世界的に要請されているとか、地球規模で要請されている持続可能な社会ということを入れていただくほうがいいのではないかと私としても要望をさせていただきたいと思います。

特に、持続可能な社会を考えるときに、トラブル対応に偏ってしまうと守りというか、ネガティブな印象、消費者教育の印象が非常にネガティブになってしまって、教育を受けた人の定着率が悪いことに対しましては、OECDの調査結果なども出ていたかと思しますので、できるだけ持続可能なライフスタイルを創造できるのだという、クリエイティビティーというか、そういう創造的な部分をイメージできる書きぶりでお書きいただければありがたいと思います。

大学の中でも、アクティブラーニングなどといいます机の上での勉強だけではなくて、消費者教育のような、出ていって、現場の事例を通して自分たちも行動しながら学ぶことが大学の質保証ということで求められている時代でもありますので、教育などが大きく変わる中での東京都の今回の計画は、他の都道府県、市町村のモデル計画になる。ほかの道府県、市町村がこれをもとにして多分、計画を立てたり、アクションプランを立てたりす

ることになると思いますので、その辺が大変恐縮ではございますけれども、書きぶりをできるだけ皆様の創造力が働く表現をお願いしたいと思います。

もう一点だけ、それに関連して御質問ですけれども、消費者教育の取組のところ、事業者、事業者団体、消費者、消費者団体という言い方がされるのですが、消費生活協同組合などは事業者という位置づけになるのでしょうか。消費者という位置づけになるのでしょうか。どちらの面もお持ちの団体と思っております、その辺はどういう位置づけで今回の文章をお書きでいらっしゃるのか。もしお答えをいただけますのであれば、ありがたいと思います。

よろしく願いいたします。

越山部会長 よろしければ、どうぞ。

企画調整課長 前段のことについては検討させていただきます。

御質問についてですけれども、申しわけないのですが、実は、そのところが私どもも整理し切れていないところがありまして、例えば取組の中で生協と消費者団体を並べて書いているものもあるので、分けて考えているかということ、ちょっと曖昧なところもございます。事業者団体というか、例えば店舗ですとか宅配につきましては事業者としての面もお持ちかと思うのですが、アクションプランの5つ目のテーマの「多様な主体との連携」の「既連携実施団体数」カウントでは、消費者月間と一緒に進めていただいているということもありまして、消費者団体の中でカウントさせていただいているのです。中間的な両方の側面をお持ちかと思うのですが、広義の消費者団体ということで今まではカウントしていたという状況です。

済みません、ちゃんとしたお答えになっておりません。

上村委員 日本の消費生活協同組合、協同組合法に基づく信金であるとか農協であるとかもですが、消費者ということ、事業者ということをあわせ持つような団体です。今回の消費者教育の旗印にもなっております連携・協働で生活をつくっていきましょう、ということをもとと持っていらっしゃる団体で、これは日本的な地域での助け合いであるとか、互助、共助の思想を非常に強くお持ちの団体で、そういう団体の今までの御活動をもう一度、組み直してというか、見直しをして、そういうところに支援ができる形であると非常に日本的な消費者教育が見えてくる部分もあるかなと思います。消費者団体、事業者団体ということで、生協などをどのようにお考えになって支援をされるかを再度検討していただくと、新しいものが見えてくるのではないかと考えている次第です。

越山部会長 ありがとうございます。

あと、1、2章に関して何かございますでしょうか。

ちょっと時間がオーバーしています。1、2章の今のお二方の御意見は非常に重要なお話だと思います。これはできれば後日、何らかの形で資料3に入っていないと、消費者教育の本質論が見えないようなものとなるおそれもありそうです。本件については、事務局と御相談させていただきながら、なるべく整文化できればいいなと思っております。とい

うことで、ここでは一端おさめさせていただいてよろしいでしょうか。

(「異議なし」と声あり)

越山部会長 それでは、引き続いて、推進計画の第3章、29ページ以降です。この部分は、前回ほぼ御提示いただいていたいて、一部アンダーラインが引いてあって、修正等の箇所を先ほど御紹介いただいております。この部分に関しても15分から20分ほどお時間をいただいて御意見を賜れればと思います。

よろしく願いいたします。

河村委員 38ページの一番下の「消費者問題マスター講座」の書きぶりですけれども、下線は書き加わったところですね。「消費者問題について、地域や職場で中心的な役割を果たすことができる人材の育成を目的とした連続講座」がマスター講座なわけですが、それを生かすための方策として「講座受講者の今後の活動につなげるため、講座受講者に消費者団体の活動等に関する情報を提供」と書いてあるのですが、担い手を育成して、中心的な役割を果たしてもらおうと育成した人にやるのが消費者団体の活動に関する情報提供では、実際に具体的な活動には結びつくようには、この言葉からは感じられません。マスター講座を終了した人が情報をもらうだけではなくて、実際に活躍できる場はある程度、設定しておかないと、その人がどこかへ行って、私はマスター講座を受講しましたから、何か事業をさせてください等と言ってもなかなか難しいものがあります。

行政がせっかく養成するのであれば、もっと積極的に、その人が活躍できる場の設定にまでつながるような施策をする必要があると思います。例えば今日、参考資料に基本方針が出ていますけれども、29ページに「コーディネーターの育成」というものがあって、これも決して具体的に書かれているわけではないのですが、ここにあるコーディネーターのような役を例えばマスター講座の終了者がやるというのもひとつの考え方だと思います。

もっと具体的に分かるのは、基本方針の説明のためについているA3の横長の図が描いてあるところの2ページ目の右下にコーディネーターがどういう役割をするかが図示されているかだと思います。この図の言わんとすることは、要するに消費者問題は非常に広い範囲ですし、地域の一人一人の人々につなげるためには消費者団体に任せておくだけではもちろん難しいですから、その地域に子育てのグループがあったり、高齢者のための活動をする集まりがあったりということであれば、その人たちはもともと消費者活動のためにいるわけではないけれども、そこに問題意識をおろしていったら、消費者問題という切り口でいろいろなところを活用していくには、コーディネーター役みたいな人が必要でしょうということだと思います。

いろいろな地域で様々な名前をつけることが可能で、国の基本方針の中では「コーディネーター(いかなる名称とするかは問わない)」と書いてありますが、例えば消費者市民サポーターという名前ではどうかという意見もあったりですとか、もっとすごく活躍しそうな感じでは、アクションリーダーはどうかというアイデアも議論の過程で聞いたことがあります。いずれにしても活性化していくというのでしょうか、地域社会のいろいろな既

にあるグループを活性化して行って、消費者問題という切り口を入れていく。あるいは情報を的確な場所に伝える。例えば赤ちゃんに関する製品のものがリコールになっていたら、子育て支援の団体にその情報を持っていく。高齢者の例えば介護ベッドの問題であるならば、高齢者のサポートをしている人が集まっているところに行ってそれを伝えとか、そういうことをコーディネーター役の人がやる方がいいのではないかとということです。

それには、先ほども申し上げましたけれども、私はこういうところを卒業しましたと言っただけではなかなか信頼されないの、やはり行政的なある程度のお墨つきというのでしょうか、人材として誰でもいいというわけでしょうし、また責任を持つという意味からいっても、全くのボランティアにならない程度のペイがあって、行政の後押しがあった上で、やる気のある人が役割を担っていくことができるという制度が必要だと思います。

書きぶりが、具体的に何につながっていくのかが読めない感じですので、ちょっと長くなりましたが、現実の動きにつながっていくような動きを書き込んでいただけたらと思います。

越山部会長 ありがとうございます。

お願いします。

吉野専門員 民生協議会の吉野でございます。

35ページの高齢者ということで、防止キャンペーン、出前講座等、いろいろなされるということですが、これを見ますと、確かに防止とか予防ということはPR活動には一番大切なことだと思うのですが、消費者、特に高齢者の場合は、予防というか、防止というものの観点が認知症などになっている人の場合は特に理解ができません。ですので、私はここをもう一歩進めて、防止に近いのしょうけれども、高齢者を守るのだという講座とか、そういうものをもっと強く打ち出したほうが高齢者を予防するとか、防止するというのではなくて、完全に守ってあげるというものをもう少し行ったらどうか。

今、社会福祉協議会でやっています権利擁護事業はいろいろ問題があるのですが、こういうものもある程度、全面的にもっと高齢者にPRし、予防ができるのだよと。だまされないためには、事前に権利擁護センターみたいなところを利用して、守ったほうがいいですよということを高齢者に広くPRに努めたらどうかとちょっと考えておりますので、意見としては不向きかと思えますけれども、そのあたりをちょっと感じましたので、発言させていただきました。

越山部会長 どうもありがとうございます。

お願いします。

間部委員 若者、高齢者、子供のライフステージごとの取組はいいのですけれども、障害を持っている方々に対する取組について何も記述がなくいいのかなと思ったところです。いろいろ障害の態様はあると思えますけれども、障害者雇用促進法なども改正されて、いわば障害をお持ちの方でもどんどん社会進出をしていただこうというのが1つの方向性になってきていると思えます。そういう中で、障害を持ちながら実際に生活をされている

方もいらっしゃると思いますので、そういう方々の消費者被害防止について何も触れなくていいのかなということも思ったところです。

企画調整課長 教材を作成する際には、例えば先ほども御説明で申し上げたように、聴覚障害の方ですとか、視覚障害の方に配慮した取組などを実施しているのですが、確かに今は全くその視点は書いておりませんので、内部で検討させていただきまして、どういったことが書けるのかを検討させていただければと思っております。

越山部会長 お願いいたします。

上村委員 今回の障害をお持ちの方への支援を書き込むというときにぜひともお願いしたいのは、軽度の知的障害をお持ちの方がこれからいろいろなところで仕事をされると、契約のトラブルを、それこそ悪質商法にだまされやすいタイプの方でいらっしゃるが多いので、そういう領域に対して、東京都は今までも御配慮をされていたところがあるかと思っておりますので、そういう方たちへの支援はぜひとも書き込んでいただくのがよろしいのではないかと思います。

今の契約とあわせてでのお話ですが、横長で用意をしていただきました「ライフステージ別消費者教育取組状況図」で、生活の管理と契約、先ほどから金融広報委員会の方が非常に強調してくださった部分だと思います。中学校、高等学校の部分で家庭科の学習指導要領の中に生涯を見通した経済生活の設計というのが入っております。中高の家庭科の先生方はそこを教えなければならないけれども、なかなか教えるのが難しいと。なぜかというところ、中高生が将来を見通した経済生活設計をできる経済状況にないということもありますが、その辺をサポートできる内容のものを、具体的に3章で言いますならば、31ページになるかと思うのですが、「学習指導要領に基づく消費者教育」というところあたりに家庭科などでの生活設計の部分なども視野に入れていただくと具体的になるのではないかと。この部分を推進するときには、中高の家庭科あるいは公民科ということもあるかと思っておりますので、教育委員会の方にもぜひともお力添えをいただいて、市区町村に根づいた、東京都の中でも市区町村で経済状況が随分違っていて、金銭教育、生活設計教育をするときに、例えば借金はどんなに後で生涯生活にかかわってくるかとか、そういうことは先端的に教えなければならない区などもあるのではないかと考えられます。そういう部分を少し書き込んでいただくとありがたいかなと思うところがございます。「学校現場での取組、学校現場への支援」に更にもう少し具体的な内容を入れていただくと分かりやすいということもございます。

越山部会長 ありがとうございます。

どうぞ。

河村委員 高齢者の関係の方とか障害者のお話が出まして、少しまたがっていきますけれども、先ほど1章、2章のところでは、前回かなり意見を申し上げたので、今日は控えたのですが、いろいろ根本的な考え方のお話が出ましたので、それも絡めて申し上げます。

ともすれば、自立した消費者をつくれということばかりが声高に言われていまして、しかも、教育して自立した消費者を育成するとまるで消費者問題がなくなるかのようにも読める書きぶりもありますが、実はそうではなくて、先ほどおっしゃったみたいに誰でも判断力が衰えていきますし、軽度の障害のある方もみんな一緒に社会で暮らすことを考えますと、消費者市民社会という理念には、障害者の視点、あるいはまた生活困窮者の視点ですとか、多様な人々のことを含んでいくことが大切で、とにかく一人一人が賢くなればいいのだということだと、間違った方向に行ってしまう。

消費者市民社会の考え方の中で持続可能というときに、環境とか、倫理ということが出てきますけれども、一番端的に言えることは、自分だけよければいいということではないということに根本があると思います。つまり、全部通してのことですけれども、自立するとか、だまされないように教育するだけではなくて、自分だけではなくて、周りの人を守ってあげるという視点を持つことによって社会が暮らしやすくなるわけなので、その辺の視点を入れることが必要かなと。

具体的には、29ページの第3章の始めの下線が入っているところに「『被害に遭わない』という視点が中心となってきましたが、今後は、対象者の年代等によっては『加害者とならない』という視点も取り入れる」ということが書いてありますが、「被害に遭わない」「加害者とならない」だけではなくて、自分がよければいいということではなくて、周りの人たちが被害に遭わない、不利益なことがないようにという視点を持っていく人たちを、例えば子供たちをそう育てていくことが障害者や高齢者の方とかの問題にもつながっていくことだと思うのです。しかも、誰でも高齢者になれば、目も衰えれば、耳も衰えれば、足腰も衰えて、結局、障害のある方々の状態に近づいていくことを考えますと、「被害に遭わない」「加害者とならない」だけではなくて、地域なり、周りの人たちを守る視点を、自分だけよければいいというわけではない視点を持つという消費者市民社会の考え方をどこかに入れていくことが必要です。

繰り返しますが、自立した消費者になればそれでいいととられる書きぶりが強調されるのは避けたほうがよろしいと思います。

越山部会長 ありがとうございます。

非常に大事な議論が進んでいると思いますが、ここで3章を1回打ち切らせていただこうと思っていたのです。ここで、先ほど間部委員から障害者に対する契約の問題について、何かコンテンツまたはその教育、教材に関して何かお考えがあれば、谷原専門員、教えていただければと思うのですが。

谷原専門員 私ども金融広報委員会では、実際に軽度の知的障害者の方々の施設に金融広報アドバイザーを派遣する機会がございます。そうした際、障害の程度に違いがあることから、一律の資料を用意している訳ではなく、小学校や中学校向けの資料を用いつつ、受講者の相手方の状況に応じて工夫を凝らすといったケース・バイ・ケースでの対応を行うことが多いです。

越山部会長 ありがとうございます。

実質的には、ちゃんとやっていることはやっているのですね。

それでは、ここでちょっと時間が押しておりますので、次の審議課題である資料4のアクションプログラム(案)についての議論に入らせていただきたいと思います。

それでは、何か御意見等がございましたら、お願いいたします。

谷原専門員 アクションプログラムについても、先ほどのお話と重なる部分もあるかと思いますが、もう少し具体的なお話をさせていただきます。

前回の協議会でも意見させていただきましたが、やはりアクションプログラムは「消費者トラブル対応」に偏った感じを強く受けます。消費者問題という定義に関わるので見方によって変わるかもしれませんが、今回の目次をみると、一般の皆様や事業者などは、「消費者教育」はやはり「消費者トラブル対応」なのだ、東京都が今、力を入れるべき分野は「消費者トラブル対応」なのだ、と誤解してしまう恐れもあるのではないのかと懸念します。

また、東京都の場合、若者だけでなく、小さなお子様方にとってもいろいろな誘惑であったり、あるいは危険も他の地域に比べて多いのではないのかなと思えます。それに加えて、先ほども触れた学校段階での“本質的な判断力”、河村委員が言われた“周囲の方との共存・共生にかかる力”などをしっかりと育てていくことが、そもそも加害者にならないことに繋がると思います。

更に、推進計画(案)の「ライフステージごとの具体的な取組」においてかなりの分量を割いて書かれている小・中・高校の部分が欠落しており、これらの点に関しては、前回の審議を踏まえて頂くことが肝要と思われました。

具体的な修正案の一例としては、目次のレベルで「子供の消費者教育」といった項目を設け、原案でも一部に記述のある「小学生向けの金融経済教育」や「高齢者向けの消費者教育セミナー」等の例を用い、多様な主体との連携の推進といった形で整理していくといった対応が考えられると思います。こうした連携は、金融経済教育に限らず、他の食育や環境教育の分野でもたくさんあるのではないかと思います。

なお、繰り返しになりますが、やはり犯罪の手口は進化しますので、対症療法ということだけでは対応仕切れないように思います。この点で、“本質的な判断力”の重要さを、改めて確認頂きたいと思います。

東京都が策定される「アクションプログラム」は、「推進計画」と同様、是非、国の基本方針に則った適切な内容として頂きたいと考えます。

私からは以上でございます。

越山部会長 ありがとうございます。

ここで少し今までの議論の経過を考えてみたいと考えます。もともと昨年度、消費者基本計画を作成した段階で、重点施策として「高齢者・若者等を狙う悪質事業者の取締りと市場からの排除」が1番目に来たりしている部分もあるので、高齢者や若者に対するトラブルの防止は重視すべきと方向性が出ています。そういう視点でアクションプログラム等

が肉づけされている部分があるかと思えます。

逆に、今日、先ほどから重要な議論をされているのですけれども、ここで基本計画と違う方向に行ってしまうと、せっかくその方針で動いている部分が軸がずれてしまう可能性がでてきます。かえって読まれる方、政策をされる方が混乱することも考えられます。この中で啓発ばかりではなく、基本的な消費者教育の基盤みたいなものもしっかりやっていますよという姿勢も若干入るだけでも大分カバーできる気もしております。御意見をいただいたのに、横から余計なことを大変申しわけございません。

それでは、引き続いてまた御議論をお願いいたします。

お願いいたします。

上村委員 部会長から今、東京都の消費生活基本計画をもう一度、見直しをして、今回、アクションプランを立てた原点に戻ろうというお話をいただきました。重点施策は4つございまして、「高齢者・若者等を狙う悪質事業者の取締りと市場からの排除」が1番目です。2番目が「ライフステージに応じた消費者教育の推進」、3番目が「消費生活に関連する情報の戦略的な収集と発信」、4番目が「東京都消費生活総合センターの機能の充実」ということで、一番最初に来ているものが一番重点ということではなかったように思います。ですので、同時並行的に4つの施策は重要性を持つと思います。

私といたしましては、ちょうど消費者教育推進法ができて、それでライフステージに応じた消費者教育の推進というものを非常に体系だって地域から発信をするときに、東京都が真っ先にこのアクションプランを出してくださるわけですので、ほかの道府県のモデルになるアクションプログラムとなるためには、やはりもう少し広い意味での書き込みをしていただきたいと要望したいと思います。

以上です。

企画調整課長 それは推進計画で先ほど御意見をいただいたようなトラブルの防止ばかりに書きぶりが偏っているのではなくてという趣旨でよろしいのですね。

今回、推進計画とアクションプログラムの2本立てにした趣旨は、先生方からも言っていていただいておりますけれども、体系的な消費者教育全体像について、全体像といっても全ての取組を書いているわけではないのですけれども、基本計画の考え方に基づく消費者教育の全体について示そうとしているものが推進計画で、特に重点的にこの数年間何をやるかということを示そうとしているのが、アクションプログラムということで、差別化という言い方が正しいかどうかわからないのですけれども、比重を置いた書き方にしておりますので、ここに載っていないものが決して軽んじられているということではないつもりでいるのです。ただ、差別化を図る、推進計画はちゃんと進めていくし、更に重点的なものとしてアクションプログラムで抜き出したと考えておりますので、ここに載っていないことは決してやらないとかということではないのです。なので逆に言うと、アクションプログラムはそれなりに絞り込んで、特に重点的にということをやっていきたいと考えているところでございます。

越山部会長　そういう意図だと思います。ありがとうございます。

消費生活部長　委員の皆様がおっしゃっている最後の目標は我々も同じように、単に事実だけではなく、情報をきちんと判断できてという消費者が育つということになるかと思うのですが、今、吉村課長から御説明したとおり、現状の中から急に最後の最終形に持っていくことができないと思いますので、それでアクションプログラムとしては、まずは被害者の視点から、加害者までは今回やるのですが、その消費者市民社会のところまで現在、アクションプログラムの中で何か取り組むといっても、恐らく今の活動されている団体の教育活動もそうなのですが、なかなかそこまで一気に行けないかなと思っております。そういう意味では、3年後の今のアクションプログラムに到達する途中で当然これは見直しますし、もう一歩進もうではないかというのは今年度の最後にまた、次年度に向けてのアクションプログラムの改定がありますので、そういう中で、まず、とっかかりとしてやる緊急課題のところからやって、徐々に最終形に近づけていくというつくりで東京都としては出していきたくて考えておりますので、他の自治体が参考にしてもらう部分は、あくまで推進計画のほうでいろいろな文言は取り入れながら書いていければと考えて二本立てにしたということです。もしその辺がまだ事務局の意図がうまく伝わっていないようでしたらもう少し御説明しなければいけないかなと今、思っているところですが。

谷原専門員　事務局の御説明は理解しているつもりです。その上で、アクションプログラムにおいて、子供たちへの消費者教育について力を入れるべき重要なポイントとしないて本当に良いのだろうかという点を懸念します。また、事務局の方々、この協議会での議論を承知している方は理解できると思いますが、アクションプログラムの文章だけを見られる一般の方や事業者は、東京都が推進される消費者教育について従前型の「消費者トラブル対応」だと誤解してしまうのではないかと懸念します。

消費生活部長　今の部分ですが、推進法ですとか、今回の方針の中にもあるのですが、消費者教育と学校教育の連携というものが当然うたわれていまして、連携の仕組みというものの自体が、恐らく絵に描いてあるコーディネーターとか、そういった方が出てくる可能性があると思うのですが、残念ながら国の指針の中でもその具体的なものは今回あらわされていないのではないかなと思っております。

現実的に学校教育は、小中の教育については学習指導要領に基づいて、東京都の教育委員会もそれをこうなさいというようにはできないというのは皆さん、御案内だと思います。ですから、その中で具体的なアクションプログラムになるものがこの協議会の場で出せることが1つでも、2つでもあればおっしゃるとおりできるかなと。

ただ、現実的に、今、それは学校教育の中でどこを優先しながらやっていくかという中で各区市町村の教育委員会の判断に任されているというのが現状かと思うので、その仕組みづくりから入らないと、ここに書き込んでもこの3年間に何も進まないというプログラムになってしまうので、それは事務局としては、もう少しやるべき連携の仕組みを先につくる検討に着手すべきとか、そういうお話になるのかなと思っています。

あとは地域でやるものとか、金融広報委員会さんとか、いろいろな団体がやっているものの中で連携しているいろいろやっぺいこうというのが5番目の取組に、今回入れているのは、そういう意味では、我々も重要なものだと思っておりますので、それは側面から、あと、教員向けの研修なども力を入れていこうと。残念ながら、教員がまず、消費者教育について十分理解している状況ではないのではないかと我々としては考えていまして、それで教員向け研修ということで、私学財団にも協力をいただいてやっていく。そこをまず乗り越えた段階で、次が学校教育の中で具体的にこういうことを次の3年間では力を入れて全校でやっていくとか、モデル的にやっていくとかというステップが生まれてくるのかなと。残念ながら、現状では、学校教育では教員の御理解が必ずしも消費者教育に関して一枚岩にはなっていないというところがあるものですから、もう少しそこは、今回のプログラムの中に盛り込むには時期尚早なのかなという判断を事務局としては持っているところでございます。

谷原専門員 1点、御参考にもなるかもしれない事例をお伝えをしておきます。

私は、東京都金融広報委員会の以前に山梨県金融広報委員会の事務局長を務めていました。その際の経験も踏まえると、子供たちにとって学校での教育が最も重要な役割を果たすものであり、ここでの消費者教育の推進は大切だと思います。ただ、一方で、子供たちが消費者教育を受けられる場は学校以外にも存在し、こうした場も活用する工夫はあり得ると思います。例えば、学童も一例で、公民館や児童館で金融広報アドバイザーがお金や金融のことを簡単にお話するといったことも考えられます。

越山部会長 では、お願いします。

洞澤委員 「多様な主体との連携」というところで私も1つ意見を言わせていただきますと、この項目で挙げるのが適切かわからないのですが、学校教育と地域社会あるいは学生や生徒と地域住民や高齢者の方との連携という視点も重要かと思っています。ここに書いてある「多様な主体との連携」というのは、東京都と例えば消費者団体、事業者団体とか、東京都とどこどこみたいな形での書きぶりはあるのですけれども、今、申し上げたような学校と地域社会のような連携の視点が欠けているので、これを例えば東京都が橋渡ししていく役割を担うということが期待されます。例えば、地域社会の人材として、東京都のマスター講座で学んだ方々をコーディネーターとして推薦するなど、東京都が学校教育と地域社会との連携を橋渡ししていくみたいな、そういう視点も重要なのではないかと考えております。それが1つ。

もう一つ、連携とはまたちょっと違うのかもしれないのですけれども、消費者教育推進法の第1条の目的で「消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差等に起因する消費者被害を防止するとともに」という消費者教育の目的のところを書いてあるのですが、情報の提供が消費者教育の1つのキーワードになるのではないかと考えています。目的に書いてある事業者と消費者との格差というものは現代社会では当然、前提としてあるものだということを前提に考えますと、消費者教育だからといって事業者に対する教育

の視点が抜けてしまっていていいのだろうか、ということを実は考えておりまして、特に消費者市民社会の大前提として事業者が分かりやすい情報を提供していくという、そういう教育をしていくことも意識をしたほうがいいのではないかと考えました。

アクションプログラムの10ページ、「多様な主体との連携」の下から2つ目に「事業者・事業者団体との連携による経営者向け啓発の実施」みたいなことが書いてあって、事業者に消費者教育の必要性を理解してもらうためみたいな書き方はあるのですが、これに加えて、消費者教育推進法との関係で言えば、事業者自身への啓発として、消費者に分かりやすい情報を提供していくことの重要さみたいな部分の教育も必要になってくるのではないかと考えています。

以上です。

越山部会長 ありがとうございます。

上村委員 今、御指摘をいただきました連携のところですが、アクションプログラムの書く順番として、例えば「効果的な消費者教育の展開に向けた取組」を前に出していただくということは御検討をいただけないでしょうか。どうしても「具体的な取組」が先に見られてしまうという気がするのです。今回、新しいところとしてお出しをいただいている「市区町村への支援」「多様な主体との連携」アクションプログラム、ここの2つに関しましては、数値目標をお出しいただいているところもございまして、こちらをアクションプログラムの先に出していただいて、「具体的な取組」を後にしていただくというのはできないものでございましてでしょうか。

企画調整課長 推進計画のところでは御説明申し上げたように、1から5を前回の案では並べて書いていたところ、世代を対象としたものとそうではない区市町村への支援とか多様な主体との連携ということが混在しているのが違和感というか、どうしてこれが一緒に並んでいるのか分かりにくいという意見もありまして、それで少し分かりやすくなる方法として考えたのが、推進計画の構成にあわせて1から3と4、5という形で整理するという形だったのです。実は、書いてある順番自体には特に比重の違いもありませんし、先ほど先生がおっしゃってくださった重点施策と同じような感じで同列なのですが、初めて見る方にとっては推進計画の構成とあわせて書いたほうが分かりやすいのかなということで、このように書かせていただいているところです。

上村委員 東京都が出すアクションプログラムです。先ほど谷原専門員も言っていただきましたように、ほかの市区町村がやはり目玉としてアクションプログラムのモデルになります。東京都が何をやり出すだろうと思って道府県、市町村の方が見えています。まずは東京都であるとか、神奈川県であるとか、大きなところがどういう動きをするのか見て、市区町村は動きますというのが今の状態で、東京都モデルを先にごらんになるということはあると思うのです。そのときに、従来型の被害防止が先に目についてしまうのは、現場の方たちにとっては、ここまでしか東京都も動かなかつたのだから、私たちもという活動の内容になってしまう可能性はあるかなと思います。できることならば「効果的な消費者

教育の展開に向けた取組」を先に出していただいたほうが、ほかの道府県、市町村への影響としてはいい効果をもたらすように私としては思えますが。

越山部会長 その場合、今、アクションプログラムと計画が別刷りになっているので、アクションプログラムだけ見られる可能性があるのではないかという見方もあると思うのですが、推進計画の後ろにアクションプログラムをつけるイメージはあり得ないものなのですか。

企画調整課長 アクションプログラムが毎年変わるということで、実際にはここに挟み込んで活用するみたいな形になるかと思うのですが、一部が毎年変わるということでも、このようにしているところもあります。順番につきましては、ここではすぐにお答えできないのですが、持ち帰って検討させていただければと思います。

越山部会長 ほかに何かございますでしょうか。

お願いします。

河村委員 例えば今の件の解決策として、推進計画の第3章の順番をそもそも変えてしまうという方法もあるのではないかと思います。「効果的な取組」を先に持ってくるだけで、アクションプログラムもきれいに換えられるという方法もあるのではないかと思います。

アクションプログラムはこの間なかったのですが、具体的なこと、ここをこうするようになかなか言えないのですが、でも、実際問題、辛口で申しわけないのですが、アクションプログラムとして世の中に出すには、非常に実現可能性が高く、言い換えれば実行が容易なといいますか、私たちがここで、もうこれで今日で決まってしまう、2回ぐらいしかなかったのですが、協議会として打ち出すアクションプログラムとして、これがアクションプログラムと呼ぶものなのだろうかというのが私の感想でございます。

特に、私は、安全に関して取り組んでいる面もあるのですが、「子供の安全の確保」のところも、防災館で講演をする、キッズジャンボリーで展示をする。それはもちろんいいことだと思いますが、あとは子育て支援団体とのネットワーク、今まであるパンフレットの活用で終わっているわけですが、これをアクションプログラムとして打ち出すのは、アクションプログラムという名前と中身が合っていない気がするというのが正直な感想でございます。済みません、辛口で。

越山部会長 最初に見せていただいたときに、既存の東京都の活動が羅列してあるものは多分、本来のアクションプログラムではないのだろうなと思えました。更に現状をどう改善していくか、または目標に従ってどういうことを新たに追加していこうかというものを3カ年計画で推進していこうというのであれば、ここで言う、プログラムに近いようにも思われます。そこで、事務局にお願いして、どれが新規でどれが拡充かを分かるようにしていただけないかということで、今回、資料を修正していただいた次第です。更に今の御指摘というのは、実際にはもう既存に既にやられているいろいろな政策だとか、施策だとか、特に東京都はいろいろな条例をお持ちで、個々の省庁等にいろいろなアクションをと

るだとか、広報事業だとか、非常に大量のパンフレットを発行したりだとかをすでに実施しています。実施していることに加えて、どんどん推進していくという姿がもっとアピールできるものであったほうが、多分、アクションプログラムのイメージに近いのかなと、私は勝手にそんなイメージを持っています。ほかに何か御意見ございますでしょうか。

お願いします。

洞澤委員 アクションプログラムは、これを考えるのはすごく大変なことだなと思いますので、担当者の方々は本当に御苦労なさっている部分があるかなと思います。しかし、アクションプログラムの前提になるものは、この推進計画のほうであって、先ほど来、先生方からも御指摘があるとおり、やはりアクションプログラムのもとになる推進計画での理念がきちんとうたわれて初めてアクションプログラムというものがあるかなと思うのです。

そうしたときに、個別の知識の提供という形、とりわけ消費者被害は非常に重篤だということも私も自分自身の仕事の関係でよく分かっていますので、それを指摘することの重要性は重々踏まえつつ、それでもそういったネガティブな知識の提供にとどまると、結局それは対症療法的なものでしかなくて、今まであった被害事例をそのまま提供するという形になってしまうと思うのです。

もちろん消費者教育の中で被害防止ということは1つの柱として重要なものだとは思いますが、個々の情報を提供するにしても、消費者行動での意思決定のあり方から変わってこない、なかなか根本的な被害の防止にもつながってこないと思うのです。これは前回の審議会のときにも申し上げましたが、スポット、スポットのものではなくて、もうちょっと上位概念のところから考えてアクションプログラムに落とししていくというやり方を考えていかないと、河村委員がおっしゃったみたいに辛口の話になってきてしまうのかなという印象は否定できないかなと思っています。

以上です。

越山部会長 どうぞ。

消費生活部長 消費者教育の問題は、都の条例の中でもきちんと改正時から入っている事項で、その中には自立に関する言葉とかが入っているところだと思います。都の条例で消費者教育といったときに、皆さんがおっしゃっているとおり、長い、幅広くやっていく部分は、繰り返しになってしまうのですが、学校教育との接点をどうとっていくかが多くなっているかと思っています。都の条例でやる教育施策は教育委員会がやる学校教育の部分は除くというのが条例の考え方としては入っているのですが、それをどう乗り越えていくかという意味で、消費者教育だけではなくて、いろいろな教育問題、学校教育の中でやる環境教育もそうだと思うのですが、同じ問題を学校教育との進め方の中で持っている問題だと思うので、おっしゃる部分をどのように進めていくかといったときに、場面をつくっていくのが消費者教育として我々が今、まずできることかなと考えています。連携の場面として、今まで消費者団体としか、消費者月間実行委員会ということでやってきた場がな

くて、情報支援等の場が非常に少なかったかなと今回この計画をつくる中で思っております。先ほど「効果的な」を前に出したらどうかという御意見もあったのですが、連携の目標も30と掲げて、横のつながりを持っていく中で少しずつ消費者教育の進め方が変えられればと考えているのが現実的なところかなと思っております。

ですから、アクションプログラムと推進計画の関係性は先ほどお話したので、あえてまたここで御説明するつもりはないのですが、アクションプログラムを進めていく中で徐々に壁となっているものを低くするなり、超えていくという場を、今、我々が考えたのは5個くらいしか出なかったもので、次回の改訂を今年度内にやりますので、そこまでにまたもう少し御意見などもいただきながら、アクションプログラムは徐々に先に進めるようなもの、連携が進めば更にそれを突破口に広げていくことができるかなと。

今、特に大学との連携をセンターのほうでもかなり力を入れて進めたりしていますので、そういった中から、大学の教育の中で、小中高までは義務教育等の中で学習指導要領の枠がきちんとありますが、大学の中で進める部分は、大学側の意向、理解を得られればできる部分かと思っておりますので、そういったところを少し突破口にしながら、教育の場面の中に消費者教育をもう少し位置づけていく。学生さん自身に消費者教育の重要性について考えてもらうような場など、そういう意味で、大学生協と連携した事業なども御協力いただけるといただいているところです。

そういう意味で、答えになっていないかもしれないのですが、今回のアクションプログラムに、例えば先ほどお話に出たようなコーディネーターを都道府県で養成すべきで、やっていくというのも1つの考え方かと思うのですが、私の考えだけ申し上げると、コーディネーターは多分、区市町村が持っていないと、東京都で養成したものを区市町村で使えというのは、ほかの事例を見ても、現実的にはなかなか難しいかと思います。民生委員さんのようなちゃんと法でつくられているものはきちんと各区市町村の中にそういったものが当然根づいて、それが東京都レベルでも横のつながりがきちんと情報交換できているかと思うのですが、そういう意味で、青少年行政でも、青少年の協力員とか青少年委員というものがいらっしゃいますけれども、それと同じような消費者何とか員というものを東京都としてつくっていくというのは考えていけるかなと思うのですが、そこには区市町村との調整がまず必要かなと思っておりますので、その辺は今後、事務局としても担い手コーディネーターみたいなものをどう育てていくかは検討させていただきたいと思っております。

越山部会長 非常にまとめるのが難しくなってきたなという印象を持っているのですが、生活安全課長 生活安全課長でございます。

先ほど子供の安全についてのアクションプログラムということで河村委員から御意見をいただきました。大変ありがとうございます。

私どもは、ただいま部長からもお話を申し上げましたとおり、学校教育との関係、地域や社会、家庭との関係、その上に立って行政としてこういった取組がすき間事案としてと

というようなことでしょうか、より一層の取組につながるかということで、いろいろ具体的なできる範囲で考えていくということで今回お示しさせていただいております。

具体的に例えばキッズジャンボリーで申しますと、四万数千名の方々が御来場される。東京消防庁の防災館につきましても年間で数十万人の方が社会科見学という形で訪れられる施設ということで、とにかく人の集まる場所によりこれまで気がつかなかった視点で、家庭の中にこんなに危ないところがあるのだということをしてできる限りお示ししていきたいという意味で私どもはアクションプログラムとしてまとめたところでございます。

ちょっとつけ足して大変恐縮でございますけれども、御参考までにそういったことでございます。よろしく願いいたします。

越山部会長 ありがとうございます。

そろそろ時間が来てしまいそうなのですが、最後に笹本専門員、何か御指摘がございましたらお願いできれば。

笹本専門員 前回お休みしたので申しわけございません。

私学財団の事務局長をしております笹本です。よろしく願いいたします。

今回の消費者教育に関連して私学財団の事業と、その事業の1つでございます教職員研修につきまして簡単に御説明しておきたいと思っております。

まず、私学財団ですけれども、都内の私立学校の教育振興のため長期・低利な資金の融資だとか、退職金の支給に必要な資金の交付だとか、教職員の資質の向上にかかる援助などを行うのがまず一つです。もう一つが都民の就学上の経済的負担を軽減することとして、融資だとか助成等の事業を行っておりまして、これをもって都内の私立学校の教育の充実と振興を図ることを目的としている団体でございます。

当財団の会員ですけれども、都内の私立幼稚園、小学校、中学校、高等学校、専修学校、各種学校でございます。6月末現在の会員数は1,543校・園となっております。ちなみに都内の私立学校の児童生徒数は約61万4,000人。全体の約2割でございます。

当財団では、会員校あるいは非会員校も含めてですけれども、生徒、保護者に対して東京都からの補助事業だとか、財団独自の支援事業なども実施しているといった団体でございます。

財団では、先ほども申し上げました私立学校の教職員の資質向上等にかかる援助として教職員を対象とした研修を実施しておりまして、昨年度の例で申し上げますと、最近話題のいじめだとか虐待を始めとする人権教育研修と、そのときどきに求められる重要課題研修、学校経営になくてはならない経営に関する経営課題研修、学校の安全講座など、全体として10区分に及ぶ私立学校の実務に即した課題を取り上げまして、年間研修計画のスケジュールに基づきまして計画的に研修を実施しているところでございます。

事務局からもお話がございましたけれども、私としても消費者教育は今日的な課題でございます。重要であると認識しております。私学財団の実施する研修の1つに新たに加

えたいと思っているところですが、そうは言ってもなかなか難しく、しかしながら、今年度の研修計画でもう既にスタートしているところです。今後、幼稚園だとか小学校だとか、中高だとか各種学校の代表者の方からなる研修計画検討委員会の先生方とも十分に相談させていただきながら、またこちらの生活文化局の御指導、御支援も仰ぎながら年度内に何とか実施したいと考えているところです。

今日もいろいろ多方面から話題になっていきますけれども、消費者教育は本当に大事だと思っています。私学財団としてもできることとできないこととありますけれども、可能な協力をしたいと考えておりますので、引き続きよろしくお願ひしたいと思ひます。

以上です。

越山部会長 ちょうど東京都のほうで消費者教育に関する実施調査を前回御紹介いただいて、この中で学校現場でどういう消費者教育が望まれているか、またはどういう教材が必要なのかという声が非常に強く寄せられました。教育現場では、私どもの大学でもそれほど推進が進んでいるわけでもないことから容易ではないというのは重々分かっているつもりではいるのですが、本質的に啓発だけでは消費者教育はなかなか成り立たない部分はあるかなと思っています。本質的な消費者教育を腰を落ち着けて実施する機会を推進できる場も期待されていると思ひます。今回の議論を踏まえて、あとは事務局さんと御相談させていただきながら、なるべく意向を踏まえ、修文等で補える部分は何とか踏まえてやっていきたいと思ひております。

それでは、時間が来てしまっております。皆様、いろいろ御意見等をありがとうございました。御意見等による修正が必要な場合は、具体的な修文という形で私と事務局で相談させていただきながら、可能な限り対応させていただきたいと思ひておるのですけれども、よろしいでしょうか。

河村委員 物すごく難しい意見がいっぱい出たのだと思ひますけれども、私も含めていろいろな委員の方がおっしゃった、それを無理ない形で何とか反映させようと思ひたら、先ほども実は言おうと思ひたのですが、とりあえずは被害防止が必要だともちろんそうだと思うのですが、ただ、被害がなくなったから次へ進むというわけにはいかないの、基本的な理念を教えることに着手するのは、今、始めなければ結局いつまでも始まらない。被害がなくなる日は恐らく来ないと思ひるので。しかし基本的な理念を教えるためのプログラムもなければ、教材もないのであれば、私は前回も申し上げたのですが、それをスタートするための準備を始めるのだということを書き込めばいいのではないのでしょうか。例えば連携のところに大学やいろいろなところとの連携、啓発の実施とか、講座とかと書いてありますけれども、効果的な消費者教育、被害者にならない教育だけではない、根本的な理念、それはすぐは無理かもしれませんが、それを考えましょうと。どこかで考える場をつくる。それは大学を巻き込むのか、東京都の方が考えるというよりも、考える場を多様な主体の連携の中につくるということです。そこのところの文章の中にも、今までにない消費者教育を東京都がリードしてつくっていくための準備に入るのだというのがアクション

ョンプランの中にあれば、少なくともスタートしていけるのではないのでしょうか。来年、再来年に急にやりましょうといっても多分、無理だと思うので、そういうことは修文の中で可能ではないかと思うので、提案させていただきます。

越山部会長 ありがとうございます。

御意見は尽きないと思いますけれども、一度ここで終了させていただければと思います。今回でおしまいというわけではなくて、1年ずつ少しずつ直していこうという部分があるとお伺いしております。その辺の今後のスケジュール等についてもいろいろおありかと思っておりますので、そのあたりを事務局から御説明いただければと思います。

企画調整課長 本日いただきました御意見を反映させまして、事務局のほうで推進計画(案)とアクションプログラム(案)を修正させていただきます。

今日言い足りなかった御意見ですとか、また何か追加の御意見がございましたら、メール等で御連絡をいただければ、次回の修正に反映させて、固めていきたいと思っております。恐縮ですが、またメール等の書いたもので、1週間後の来週7月19日金曜日までに事務局にお送りいただければと存じますので、よろしく願いいたします。

修正させていただきました案につきましては、皆様にお送りいたしました上で部会長の御了承をいただいて、何とか固めて、公表していきたいと考えております。

また、作成した推進計画等につきましては、ことしの10月から11月ぐらいに開催する予定でございます消費生活対策審議会の総会で御報告をさせていただきたいと思っております。

なお、次回の本協議会の日程ですけれども、来年の1月から2月ぐらいの開催を予定しておりますので、そこではアクションプログラムの進捗状況などを御報告させていただいて、来年度の更新に向けての御意見などをいただくことができればと思っておりますので、よろしく願いいたします。

消費生活部長 今回、都庁の人事異動が7月16日付であるのでございますが、ちょうど連休を挟んで、今日がその直前ですが、消費生活総合センターの所長が今回異動になりますので、この場をかりて交代の御挨拶と、新しい所長も来てもらっていますので、御紹介させていただければと思います。

消費生活総合センター所長 7月16日付で生活文化局の都政情報担当部長に異動になりました。

在職中には、消費者教育以外の場面、様々な場面で今、いらっしゃる委員の皆様には多大なる御支援、御協力を賜りまして、誠にありがとうございます。

当センターは御案内のとおり、消費者教育の推進におきまして非常に大きな役割を担っておりますけれども、今後、更に取り組を強化いたしまして、更に邁進してまいりたいと考えておりますので、引き続き委員の皆様におかれましては、御支援、御協力を何とぞお願い申し上げます。

今までどうもありがとうございました。

東京都美術館副館長 7月16日付で佐藤の後任に着任する予定になっております越と申します。どうぞよろしく願いいたします。

これからいろいろ勉強しながら、少しでも消費生活行政の力添えを担っていきたいと思っておりますので、よろしく願いいたします。

企画調整課長 以上です。

ありがとうございました。

越山部会長 どうもありがとうございました。

それでは、時間が過ぎてしまっておりますけれども、これをもちまして、第2回の協議会を閉会させていただければと思います。

どうもありがとうございました。

午後3時29分閉会