

第 2 7 次東京都消費生活対策審議会

第 4 回総会

令和 5 年 8 月 3 1 日（木）  
集合・オンライン併用

(午後1時32分 開会)

○消費生活部長 それでは、お時間になりましたので始めさせていただきます。

都庁会議場の皆様、またオンラインで御参加の皆様、本日は、お忙しい中御出席をいただきまして、誠にありがとうございます。

本審議会の事務局を担当しております、東京都生活文化スポーツ局消費生活部長の片岡でございます。どうぞよろしくお願いたします。

まず、私のほうから、初めに一言御挨拶を申し上げたいと存じます。

コロナ禍におきましては、オンラインのみの開催としておりましたけれども、本日はハイブリッドでの開催となりまして、会場に足を運んでいただきました皆様におかれましては、本当にお暑い中、ありがとうございます。

昨年度は、東京都消費生活基本計画の改定に御協力をいただきまして、誠にありがとうございました。年度が明けまして、本計画の開始年度がスタートいたしました。

本計画は、「サステナブルなライフサイクルの推進」と「デジタル社会の急速な進展に伴う新たな課題への対応」という二つのポイントを踏まえて、策定したところでございます。

今年度におきましては、後ほど詳細は御報告させていただきますが、昨年度立ち上げましたT O K Y O エシカルに参画していただきました企業とともに、エシカルマルシェを開催するなど、様々な取組を行っているところでございます。

また、不当なインターネット上の広告への対応力を強化するため、新たに「東京デジタルCATS」の取組を開始いたしました。

その他、多様化する消費者問題への対応、消費者教育等の施策につきまして取組、検討を行っているところでございます。

本日は、前計画の実績及び新計画に基づく今年度の取組予定を御報告させていただきます。

本計画に基づく各種施策及び都の消費生活行政をより良いものとするため、忌憚のない御意見をいただければと存じます。どうぞよろしくお願いたします。

それでは、出席状況と定足数のほうを確認させていただきます。

ただいま御出席をいただいております委員の方は、会場に11名、オンラインで10名の合計21名、委任状を4通頂いております。

東京都消費生活対策審議会運営要綱第6に定めます、委員総数の半数以上の出席という総会開催に必要な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。

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御了承願います。

議事の進行は、審議会の会長であります鹿野会長にお願いしたいと存じます。

それでは、鹿野会長、よろしくお願いたします。

○鹿野会長 ただいまより、第27次東京都消費生活対策審議会、第4回総会を開会させ

ていただきます。

本審議会の会長を務めます、鹿野と申します。どうぞよろしくお願い致します。

本日、私が進行を務めさせていただきますが、ハイブリッドでのこの会議の開催は初めてということで、不手際があるかもしれませんが、その点、どうぞ御容赦ください。

それでは、まず、事務局から資料の確認と委員の紹介をお願いします。

○企画調整課長 まずは、本日の資料の確認をさせていただきます。

会場にお越しにいただいている委員、専門員の皆様におかれましては、お手元のタブレット端末から御覧ください。また、オンラインにて御参加の皆様は、事前にお送りしております資料を御参照ください。

資料は、PDFのファイルが三つございまして、①のファイルは、次第と資料1から3の名簿類が入っております。②のファイルは、資料4、東京都消費生活基本計画の主な取組実績について。③のファイルは、資料5、令和5年度の主な取組予定となっております。

その他参考資料といたしまして、一つ目に、東京都消費生活基本計画、具体的施策取組状況調査票、平成30年度から令和2年度の実績。また、二つ目は、同じく基本計画の取組状況調査票で、令和5年度の実績。また、三つ目に、令和5年度から9年度の東京都消費生活基本計画がございまして。

また、東京都の消費生活基本計画につきましては、お手元の次第の次のページに御案内しておりますが、東京暮らしWEBに過去の年度のものも含めまして掲載をしております。こちらに基本計画を都民向けに分かりやすく解説した冊子『都民の暮らし輝く東京』を併せて掲載しておりますので、御案内を申し上げます。

続きまして、委員及び専門員の方々を御紹介申し上げます。

資料1、委員、専門員名簿を御覧ください。

皆様におかれましては、お名前をお呼びいたしますので、マイクをオンにいただき、御紹介が終わりましたら、再びオフにさせていただきますようお願いいたします。

それでは、御紹介いたします。

まず、WEBで御参加されています、弁護士の石戸谷豊委員でございます。

○石戸谷委員 石戸谷です。よろしくお願い致します。

○企画調整課長 WEBで御参加されています、東京大学大学院法学政治学研究科教授の沖野眞巳委員でございます。

○沖野委員 沖野でございます。どうかよろしくお願い致します。

○企画調整課長 会場にいらっしゃっています、東京家政学院大学現代生活学部教授の小野由美子委員でございます。

○小野委員 小野でございます。よろしくお願い致します。

○企画調整課長 公益財団法人消費者教育支援センター理事で、首席主任研究員の柿野成美委員でございます。

○柿野委員 柿野です。よろしくお願い致します。

○企画調整課長 慶應義塾大学大学院法務研究科教授で、会長であります鹿野菜穂子委員でございます。

○鹿野会長 鹿野です。改めてよろしくお願ひいたします。

○企画調整課長 明治大学法学部専任教授の川地宏行委員でございます。

○川地委員 川地です。よろしくお願ひいたします。

○企画調整課長 WEBで御参加されています、国立研究開発法人産業技術総合研究所主任研究員の北村光司委員でございます。

○北村委員 北村です。よろしくお願ひいたします。

○企画調整課長 一般社団法人エシカル協会代表理事の末吉里花委員は、本日御欠席でございます。

次に、WEBで御参加されています、東京都公立高等学校長協会副会長の造作聡美委員でございます。

○造作委員 造作でございます。よろしくお願ひいたします。

○企画調整課長 WEBで御参加されています、明治学院大学法学部消費情報環境法学科教授の角田真理子委員でございます。

○角田委員 角田でございます。どうぞよろしくお願ひいたします。

○企画調整課長 会場にいらっしゃいます、弁護士の平澤慎一委員でございます。会長代理でございます。

○平澤委員 平澤です。よろしくお願ひいたします。

○企画調整課長 WEBで御参加されています、一般財団法人東京私立中学高等学校協会総務部長の松谷茂委員でございます。

○松谷委員 松谷です。よろしくお願ひいたします。

○企画調整課長 会場にいらっしゃっています、東京消費者団体連絡センター事務局長の小浦道子委員でございます。

○小浦委員 小浦でございます。よろしくお願ひいたします。

○企画調整課長 特定非営利活動法人東京都地域婦人団体連盟理事の関和子委員は、本日御欠席でございます。

WEBで御参加をされています、公益社団法人全国消費生活相談員協会専務理事の坪田郁子委員でございます。

○坪田委員 坪田でございます。よろしくお願ひいたします。

○企画調整課長

会場にいらっしゃっています、主婦連合会常任幹事の平野祐子委員でございます。

○平野委員 平野でございます。よろしくお願ひいたします。

○企画調整課長 公益社団法人消費者関連専門家会議専務理事の齊木茂人委員でございます。

○齊木委員 齊木でございます。どうぞよろしくお願ひいたします。

○企画調整課長 東京商工会議所理事・事務局長の湊元良明委員でございます。

○湊元委員 湊元です。よろしくお願ひいたします。

○企画調整課長 WEBで御参加されています、一般社団法人ECネットワーク理事の原田由里委員でございます。

○原田委員 原田でございます。よろしくお願ひします。

○企画調整課長 日本チェーンストア協会専務理事の牧野剛委員は、本日御欠席でございます。

WEBで御参加されています、東京都議会議員の石島秀起委員でございます。

○石島委員 石島です。よろしくお願ひします。

○企画調整課長 東京都議会議員の平けいしょう委員は、本日御欠席でございます。

東京都議会議員のかまた悦子委員でございます。

○かまた委員 かまたです。よろしくお願ひします。

○企画調整課長 東京都議会議員のアオヤギ有希子委員でございます。

○アオヤギ委員 アオヤギです。よろしくお願ひします。

○企画調整課長 WEBで御参加されています、東京都議会議員の宮瀬英治委員でございます。

○宮瀬委員 宮瀬です。よろしくお願ひいたします。

○企画調整課長 次に、専門員の方々になります。

WEBで御参加をされています、東京都金融広報委員会事務局長の岡崎竜子専門員でございます。

○岡崎委員 岡崎です。よろしくお願ひいたします。

○企画調整課長 WEBで御参加されています、東京都民生児童委員連合会常任協議員の藤沢行男専門員でございます。

○藤沢委員 藤沢です。よろしくお願ひします。

○企画調整課長 会場にいらっしゃっています、公益財団法人東京都私学財団事務局長の山根勉専門員でございます。

○山根委員 山根でございます。よろしくお願ひいたします。

○企画調整課長 以上、委員、専門員の方々でございます。ありがとうございました。

また、幹事、書記につきましては、資料2、幹事・書記名簿の配付をもって紹介に代えさせていただきます。

なお、令和5年4月1日付で新設されましたスタートアップ・国際金融都市戦略室が、政策企画局から金融リテラシーに関する施策を引き継ぐこととなりましたので、幹事、書記として新たに当審議会に参加しております。

また、令和5年7月1日付にて、福祉保健局が組織改編で、福祉局と保健医療局として発足いたしましたことに伴いまして、両局から幹事職に就任しております。

以上をもちまして、幹事2名、書記2名が新たに就任しておりますことを御報告させていただきます。どうぞよろしくお願ひいたします。

以上でございます。

○鹿野会長 御紹介、ありがとうございます。

それでは、ただいまから議事に入りたいと思います。

本日は、議題が二つございます。まず、議題の1は、東京都消費生活基本計画、前計画期間の取組実績についてであります。

続きまして、2番目が、令和5年度の取組予定についてです。

まず、議題1について、最初に事務局から説明をいただいた後、意見交換を行いたいと思います。その後、議題2に移らせていただく予定です。

それでは、事務局から議題1について説明をお願いします。なお、委員の方々におかれましては、カメラをこの時点でオフをお願いいたします。

○企画調整課長 それでは、議題1の東京都消費生活基本計画、5年間の主な実績について御説明をさせていただきます。

資料4を御覧いただきまして、最初に右上に、各ページ①②等々、ページ番号が振ってございます。こちらのページ番号も適宜お伝えしながら御説明を進めさせていただきます。

東京都消費生活基本計画につきましては、昨年度まで委員の皆様の多大なる御協力の下、改定をいたしまして、本年度から、この新しい計画期間が始まることとなっております。

この資料4は、前計画期間、5年間の主な実績をまとめた資料となっております。

それで、政策が五つの政策分野の柱立てとなっておりますので、それぞれ政策分野ごとに御説明を進めてまいりたいと思います。

まず、それでは政策1「消費者被害の未然防止と拡大防止」でございます。

スライド①を御覧いただきまして、東京くらしWEBは、消費生活行政における都民への情報発信の基本ツールの一つでございます。消費者被害情報や消費生活相談FAQなど、総合的な消費生活情報を提供しております。

令和3年度にトップページの改修を行いまして、必要な情報にたどり着きやすく、視認性の高いデザインとするなど、これまでの伝える情報発信から伝わる情報発信へ、ユーザビリティの向上を図りました。

前計画期間初年度の平成30年度から比較いたしますと、令和4年度までにアクセス数は1.5倍になっております。

また、令和3年度にアクセス数が顕著に伸びておりますが、これはコロナ禍にあって、情報を求めた都民が、行政のホームページを閲覧する機会が多い状況にあったことや、学校で都が提供するネット教材が多く使用されたことなどが要因ではないかと考えております。

最新の注意喚起情報などの発信については、Twitter(X)などやSNSも活用しております。令和4年度末で2万人を超える方にフォローしていただいております。

また、成年年齢引下げなどや、新型コロナウイルス感染拡大などの社会情勢の変化に際しては、特設のページを開設いたしまして、消費者への呼びかけや注意喚起等を行ったほ

か、学生向けのWEBマガジンの配信、ターゲットを絞った集中的な悪質商法被害防止キャンペーンの実施など、対象となる消費者に応じて対応や手法を工夫しまして、より届きやすい注意喚起や情報発信を行っております。

続きまして、スライド②を御覧ください。

こちらは若者向けの消費者被害防止啓発事業の取組実績です。特に、令和元年度からは、成年年齢引下げ対策を主眼に置いて事業を実施しております。令和4年度は「STOP！若者の消費者トラブルCMシナリオ・動画コンテスト」と題しまして、若者からCMシナリオと動画を公募して、若者が被害に遭いやすい消費者トラブルについて発信をいたしました。

このコンテストは、応募件数は8,740件となっております。令和3年度のCMコピー応募数もその前年度の4倍を超えておりましたが、さらにその3倍を超える応募がございました。

これは令和4年度から消費者教育コーディネーターを増員したことにより、中学校での実施を拡大できたことや、募集期間を令和3年度よりも延長しまして、学校が夏休みの課題等として取り入れやすくなった結果、応募数が増えたことなどが要因であると考えております。

このコンテストの受賞作品は、プロのクリエイターが映像作品化しまして、インターネット上で公開しましたほか、YoutubeやSNS広告で配信をしました。

また、ライブ配信で、若者向けの消費者啓発フォーラムを開催して、授賞式を実施し、審査会の記録映像なども上映しました。

ここで、このコンテストの昨年度の受賞作品を一本皆様に御覧いただきたいと存じます。少々お待ちください。

(コンテストの受賞作品の映像) <https://youtu.be/VBwHwMs3HEA>

○企画調整課長 今、作品を見ていただきましたが、これを含めて四つの作品が受賞しております。いずれも高校生が原案を作ったものでございます。

この四つの作品についても、現在も東京くらしWEBから御覧いただけるようになっておりますので、ぜひ、この後、御覧いただければと存じます。

高校生ならではの視点で、行政の立場では、なかなか作れないようなインパクトのあるシナリオとなっております。コンテストは、若者に対する普及啓発、意識啓発として、効果的、かつ、意義のあるものになっていると手応えを感じておるところでございます。

続きまして、スライド③を御覧ください。高齢者の見守りによる消費者被害の防止と早期発見についてです。

消費者被害において、高齢者からの相談が占める割合は高くなっており、被害の未然防止と早期発見が引き続き課題となっております。

高齢者の消費者被害を防ぐためには、家族や地域、介護サービス事業者などによる見守

りと気づきが重要なことから、見守りに力を入れた施策への取組を行っております。

区市町村における見守りネットワーク構築支援といたしまして、介護事業者など高齢者福祉部門を中心に構築されている既存のネットワークに消費者被害防止の視点が入り入れられて機能するよう様々な取組により支援をしてまいりました。

具体的には、見守りネットワーク未構築の区市町村に対して、アウトリーチ訪問や個別相談を実施、また、介護事業者などを対象とした高齢者を狙う悪質商法の特徴や被害発見のポイント、発見時の対応のノウハウ等を提供する出前講座の実施、啓発物の提供などを行っております。

これまでの取組の結果、令和4年度末までに、53区市で消費生活部門と福祉部門が具体的な連携体制を確保するなどの見守りネットワークが構築されました。

さらに、宅配事業者など高齢者宅を訪問する民間事業者や生活協同組合等と連携し、啓発リーフレットを配布し、16万部、高齢者やその見守る方々へ直接手渡しで配布いたしました。

また、高齢者や御家族からの専用相談電話「高齢者被害110番」や、ヘルパー、ケアマネジャー、民生委員等、高齢者の身近にいる方々の専用相談電話「高齢者見守りホットライン」を設置しまして、被害の相談に迅速に対応しております。

スライド④を御覧ください。政策2の「不適正な取引行為等の排除」でございます。

悪質事業者に対する取締りの徹底では、平成30年度から令和4年度までの5年間で、業務停止命令33件を初めとした計568件の行政指導処分等を行いました。昨年度の処分例として2件、概要を資料に記載しておりますので、御参照いただければと存じます。

スライド⑤でを御覧ください。東京くらしWEBのホームページ上におきましては、「悪質事業者通報サイト」を設けまして、悪質事業者、誇大広告、架空請求に関する通報の受付を行っております。

資料中央に主な通報の内容を紹介しておりますので御参照ください。通報件数は年々増加しております、こうした情報を事業者指導や処分等につなげております。

スライド⑥を御覧ください。不当表示に対する監視等の徹底でございます。

東京都では、インターネット上の広告表示を年間2万4,000件調査するなど、監視を強化しており、この5年間で10件の措置命令、1,785件の指導を行っております。昨年度は措置命令を2件実施しております、資料中央にその事例について掲載しておりますので御参照ください。

スライド⑦を御覧ください。事業者向けコンプライアンス講習会でございます。

法令・違反事例等の解説、業界団体の参考事例の紹介など、事業者の法令遵守意識を高めるためのコンプライアンス講習会を実施しております、この5年間で延べ8,344名の参加がありました。

また、令和2年度からは、コロナの状況を受けて、WEB配信で実施をいたしましたほか、令和4年度からは、申込みの定員を撤廃しまして、また、配信期間を延長するなどの工夫



をしまして、受講規模を大幅に拡大いたしました。

さらに、東京くらしWEBの事業者向け法令学習コンテンツについて、この5年間、毎年度新たなコースを増設するなど、事業者のコンプライアンス意識の醸成に継続的に取り組んでいます。

スライド⑧を御覧ください。政策3「消費生活の安全・安心の確保」でございます。

商品等の安全性調査、商品テストでは、御覧のとおり、5年間で13件の調査を行い、国や事業者等へ情報提供や要望を行うとともに、消費者に対しての注意喚起を行いました。

令和4年度は、清涼飲料水用ペットボトルの安全性に関する調査、IHクッキングヒーターの安全性に関する調査について公表いたしました。

スライド⑨を御覧ください。こちらも安全対策に関してでございます。

安全な消費生活の確保、被害防止を目的として設置をしております商品等安全対策協議会では、毎年のテーマを決めまして、商品等の安全対策について検討し、事業者団体、国等に対して提案・要望を行うとともに、リーフレット等を作成しまして、都民への注意喚起や啓発を行っております。

令和4年度は、子供の安全のためのプラットフォームの構築について、学識経験者等から助言をいただきました。こちらのプラットフォームについては、次の今年度の取組の説明の中で御紹介させていただきます。

また、安全に配慮した商品のPRや普及を目的に、特定非営利活動法人キッズデザイン協議会との共催により、セーフティグッズフェアを実施しております。令和3年度、4年度は、オンラインにて開催をしております。さらに、キッズデザイン賞の応募に係る審査料補助を通じて、安全・安心に配慮された商品等の普及につなげております。

スライド⑩を御覧ください。政策4「消費者教育の推進と持続可能な消費の普及」でございます。

初めに、各種消費生活講座についてですが、令和2年度以降、コロナの状況を受けて、一部講座を縮小、中止とせざるを得なくなりましたが、オンライン等で開催することで、令和4年度は5,000名を超える方々に受講いただきました。また、出前講座や出前寄席等も2万5,000名を超える方々に御参加をいただきました。

スライド⑪を御覧ください。消費者教育用教材の作成についてでございます。

教材のテーマとしましては、成年年齢の引下げや、コロナ禍を経て関心を集めたサステナブルなライフスタイル、キャッシュレス決済など、都民の消費行動の変化に対応する教材を作成しています。

具体的には、資料で御覧のような高校生、若者向けのWEBやDVDの教材等を作成いたしまして、学校などでも活用いただいております。

スライド⑫を御覧ください。こちら高校生向けの消費者教育・啓発ノートを作成しまして、都内の高校2年生全員に配布をしております。また、若者を対象に、話題になっているテーマや、特に今若者に知っておいてもらいたい情報を東京くらしWEB内に、連載形

式で掲載しております。「サッと読める ちょっとお耳に入りたい話」というもので、こういったものでインターネット広告から誘導するなど取組を進めております。

さらには、成年年齢引下げ等を見据えた消費者教育の充実といたしまして、令和2年度から、学校での消費者教育を推進するため、東京都教育庁・私学部と庁内連絡会議を設置いたしまして、情報共有や各種取組の推進につなげております。

この5年間の中での大きな動きとして、令和2年度からは、消費者教育コーディネーターを配置しております。また、このコーディネーターの役割ですが、消費者教育を組織的に推進するため、消費生活部門と学校教育部門の関係を強化し、消費者教育を学校現場にそれまで以上に普及させていること、もう一つの役割として、消費者教育に携わる教職員など、学校からの個別の相談に対応し、また授業や課外活動などでセンターの消費者教育教材や、出前講座などの具体的な活用方法について御提案を行うことなどを行っています。

こちらのコーディネーターは、昨年度は個別相談は38校に行いました。このうち21校が中学校でございまして、これが令和4年度から、コーディネーターを新たに1名増員いたしまして、中学校におけるコーディネートができるようになったことの成果でございます。

また、コーディネーターを活用して出前講座等の実施事例が25件ございまして、配置初年度の令和2年度と比較しまして、着実にその数を伸ばしております。

実施した学校の生徒からアンケートを行ったところ、他人事と思っていたことを自分の問題として捉えられた、自分の意思をしっかりとって行動する必要性を感じたなどの感想が聞かれておりまして、生徒の理解、意識づけに効果は得られていると考えております。

スライド⑬⑭を御覧ください。こちらは、持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進として行っております、エシカル消費の普及啓発についての取組実績でございます。

人や社会、環境に配慮した消費行動であるエシカル消費の理解促進の取組について、幅広い年代を対象にしつつ、特に次代を担う若い世代に訴求する普及啓発に取り組んでおります。

平成30年度から令和3年度までの、都内大学との連携やスーパーマーケットとの連携など、毎年テーマを変えて実施しました普及啓発事業についてこの2ページで御紹介をしておりますので、御参照いただければと存じます。

スライド⑮を御覧ください。令和4年度からは、エシカル消費推進のための新たな取組として、企業・団体と連携して行うプロジェクト「TOKYOエシカル」をスタートいたしました。

パートナー企業・団体の募集に多くの御応募をいただき、昨年度末時点で約160社に御参加をいただきました。こうしたパートナー企業・団体と連携しまして、今年2月には、民間イベントの中で、エシカル消費の体験・体感ブースの展示を行うなど、都民へのエシカル消費の普及に取り組みました。

スライド⑯を御覧ください。政策5の「消費者被害の救済」についてです。

令和4年度の相談状況ですが、こちらでお示ししておりますとおり、相談件数は約13万件を超え、依然として高い水準で推移しております。高齢者からの相談件数も再び4万件を超え、また若者からの相談は、令和3年度から約1,300件ほど増加して、約1万7,000件となっております。

東京都消費生活総合センターでは、相談内容の複雑化、高度化に対応するため、10の専門分野グループによる相談対応を行っているほか、弁護士、建築士などの専門家からの助言を得て、解決につなげる消費生活相談アドバイザーや、心のケアが必要な相談員への対応を強化するため、精神保健福祉士による消費生活相談カウンセラーを活用しております。

また、センターに寄せられた相談のうち、都民の消費生活に著しい影響を及ぼし、または及ぼすおそれのある紛争については、東京都消費者被害救済委員会において、あっせんや調停を行うことで、公正かつ速やかな解決を図っております。こちら消費者被害救済委員会による紛争解決のシステムとしては、表のとおりとなっております。

以上、この5年間の主な実績でございました。

御説明は以上でございます。

○鹿野会長 ありがとうございます。

ただいま昨年度までの5年間の取組実績について御説明をいただきました。

ただいまの御説明につきまして、御意見、御質問等がございましたら挙手をして御発言をいただきたく存じます。

オンライン参加の委員で発言される方は、挙手ボタンをオンにいただければ、私のほうで順次指名させていただきます。指名の後、マイクとカメラをオンにして御発言いただければと存じます。いかがでしょうか。

平野委員、お願いします。

○平野委員 御説明ありがとうございます。

この5年間の取組の中で、特にコロナ禍は、SNSなどを使って若者への啓発や若者が参加できるようなイベント、コンテストなどを大変いい方向でやっていらっしゃるという感じを持ちましたが、若者や高齢者等の被害について、この取組が役に立っているというように、何かデータみたいなものは取れているのでしょうか、また、これから実績を何らかの形で提供するというようなことを考えているのでしょうか。

○鹿野会長 では、事務局からお願いします。

○相談課長 消費生活総合センター・相談課長の高村でございます。御質問ありがとうございます。

啓発を行って、それが相談にどういう影響があるかということになると、なかなか難しい問題だと捉えております。啓発をしているから、それで気がついて相談になるという、相談が増えるという傾向もございますし、また、見ていない方も何かトラブルになっちゃったから分からなくて相談に来るということもございまして、啓発をしたから相談が増え

ているのか、減っているのかというところは、数として取るにはなかなか難しいかなというふうに考えております。

ただ最近、ここ1、2年は、若い人たちからの相談が少し増加傾向にあります。例えば成年年齢の引下げによって、こういう勧誘は危ないですなどということを中心にいろいろなところで啓発を行ってございまして、その結果も多少は入っているかなというふうに考えておりますし、高齢者の相談が増えている中でも、例えば周りの方々、ヘルパーさんとか、ケアマネさんからのお問合わせみたいな相談というのも入ってきておりますので、出前講座等でそういった職業の方々に啓発をしているというところが少し役に立っているかなというふうには感じているところでございます。以上です。

○鹿野会長 よろしいでしょうか。

ほかにいかがでしょうか。

アオヤギ委員、お願いします。

○アオヤギ委員 2点、ちょっと意見を言わせていただきますけども、先ほどの成年年齢引下げによる被害というのが、成年の被害や課題も含めて、かなり広まっているところで、昨日たまたまテレビで被害から今度は加害者になってしまったという事例を抽出していましたが、そこではかなり脅されてやってしまったという女性の方も証言していましたけれども、親に言えなくなるということがあって、大して報酬がもらえるわけじゃなくて、かなり分業されていて、被害が広がって、罪の意識も低いというような状況だったんですね。

親に相談できないというところでは、やはり消費生活センターなどでも若者のアクセスへのハードルというのをまず下げる必要があるなというふうに思っていて、110番の取組もあるんですけども、今電話でやるというのが、若い方にはハードルが高いということで、LINEやSNS含めてやれるようにしていただきたいというのが1点と。

この5年間の取組で、先ほどお配りいただいた参考資料1の調査票を見ると、かなり細かくいろんな分野で実績があるということを見させていただいたんですけども、21ページのところですね、米の安全性の確保というところで、カドミウムを調べていらっしゃるということで、実績が載っています。ちょっと農産物の調査について教えていただきたいんですけども、今、PFASの問題で住民、多摩地域、特に不安が広がっているという声が届いています。

私どものほうでも、PFAS、有機フッ素化合物が、横田基地から放出していたということをご直接聞いておりますけれども、このことを受けて、井戸の水を東京都が調べて40か所停止しておりますけれども、多摩地域それだけじゃないですね、今は。そういうところでは、農産物や畜産物への残留というのがどれくらいあるのかというのは、まだ出てないんですけども、カドミウムを調べることや、食品の安全というところで、いろんな調査をされているんですけども、この調査の対象というのは、何かで決まっているのでしょうか。どういう具合に何を検査するのかというのが決まっているのかというのを教えてもら

えませんか。

○鹿野会長 今2点、御質問がありました。

それでは、事務局からお願いします。

○相談課長 御質問ありがとうございます。

今、1点目の若い人たちのハードルを下げるために、LINEやSNSなどでの相談と  
いうことを検討できないかというお話がございました。この件につきましては、私ども消  
費生活相談は悩み相談と違っておまして、具体的な契約の状況であるとか、勧誘の情報  
というものをきっちり把握した上で、正しく、いわゆる法律に則って返金ができるかど  
うか、解約ができるかとか、そういったことをアドバイスする必要があります。SNS、  
LINE等では、なかなか全てをやりとりしきれないというところが消費生活相談の特徴  
でもございます。

ただ、そうは言っても、ハードルを下げるということは、確かに必要であると感じてお  
ります。ただいま国のほうで、全国の消費生活相談の受け付け方について、いわゆるDX  
化について検討されておりまして、これに則って東京都でもWEBで相談を受け付ける、  
まず第一歩を受け付けるということを検討しておりますので、もう少々時間がかかるか  
と思っております。

以上になります。

○企画調整課長 もう1点、御質問いただきました食品の調査の関係でござい  
ますが、こちらの調査票に載せておりますのは、消費生活部だけでなく、庁内の他局の取組もござ  
いまして、この21ページの施策は、保健医療局の所管になります。それで、本日、幹事・  
書記でもお答えできる者が出ておりませんので、こちら所管局のほうに確認をいたしまし  
て、回答を皆様にメール等で後ほどお伝えする形にさせていただければと存じます。

よろしくをお願いします。

○鹿野会長 ありがとうございます。

オンラインから、先ほどから手が挙がっている石戸谷委員にまずお願いして、その次に  
坪田委員にお願いしたいと思えます。

それでは、石戸谷委員、お願いします。

○石戸谷委員 ありがとうございます。

2点ありまして、一つは、政策2「不適正な取引行為等の排除と健全な市場の形成」の  
ところなんですけれども、これについて行政処分の例を見ますと、どれも非常に苦情が多  
発していて、社会的問題になっているようなものについて、特商法の業務停止命令ある  
いは景品表示法の措置命令といったものを次々出しているというので、これは大変重  
要なことで高く評価されるべきだと思います。引き続き強力な執行をお願いしたいと思  
います。

それと政策5「消費者被害の救済」のところなんですけれども、こちらに消費者被害救  
済委員会による紛争解決の事例を見ますと、まとまっているのもあるんですけど、他方、

まとまらないものも複数出ておりまして、中身を見ますと、中には委員会の協力要請に一切応じないという例があったりして、極めて残念だと。

それで、実効性という面では、これ制度的になかなか難しい面があるんですけども、考えられる方策としては、例えばこの条例30条に事件の周知というのが盛り込まれておりまして、この審議の経過結果を明らかにして、同一、または同種の原因による被害の防止及び救済を図るとありますので、こういうふうは一切の協力要請に応じないみたいなのというのは、消費者が契約を締結するかどうかに当たって、非常に重要な情報であるということからしても、この30条の趣旨を生かして、もうちょっと分かりやすいところで情報を周知するということが工夫できないかということによって、まとまらない場合におけるこの事業者のほうの考え方というのがどうなるかということについても影響があると思いますので、東京くらしWEBの方は非常にたくさんの情報が入っておりまして、分かりやすいところにアップするとか、あるいは入りやすくするという工夫というのは、なかなか難しい面があるかと思いますが、今被害救済委員会のコーナーに入っていて、事案ごとに追いかけていかないと出てこないということなので、なかなかこの周知という面では、工夫の余地があるのではないかなと思いますので、御検討いただければと思います。以上です。

○鹿野会長 ありがとうございます。

2点、いただきました。1点目は、引き続き強力な執行を頑張ってくださいというコメントないし御要望でしたが、2点目について、何か事務局からございませんか。

はい、お願いします。

○消費生活専門課長 被害救済委員会を担当しております専門課長の福岡でございます。

今先生がおっしゃったような事業者の場合で30条に基づくお話ということになります。昨年度の例で言いますと、91号の案件が、事業者が対応を十分していただけないということで、こちらといたしましては、紛争が不調になったときのあっせんの結果について情報提供した際に、事業者名も情報提供いたしまして、このような手口のものだ、という概要などについてはお伝えしているところでございます。

このように協力が得られない事業者が増えている実態はございますが、今後も引き続き、協力していただくように、もちろんこちらも努力いたしますし、協力を得られない場合は、内規に基づきまして、お名前を情報提供していくという形で、同じような被害を防いでいくということにつなげていきたいと考えております。

また、そのような情報提供がより分かりやすく、都民の方に、プレス等でお分かりいただけますように、プレスも工夫いたしまして、より分かりやすいイラストなどを使いまして、都民の方や、プレス等に分かりやすく提供していきたいと思っております。

○鹿野会長 ありがとうございます。

よろしいでしょうか。

それでは、先ほどお伝えしましたように、オンラインから坪田委員にお願いします。

○坪田委員 御説明ありがとうございました。

私からは、資料4の⑨について少し教えていただきたいと思います。

コロナ禍がありましたけれども、消費者、消費生活の領域が広い中で、工夫をされ、いろいろ良い形での実りがあったということを伺っていて感じました。

その中で、⑨のところですけども、子育て支援団体と共催でセーフティグッズフェアというのがあります。これは令和4年はオンライン開催ということもあったかと思うのですが、非常に参加者の数が増えていらっしゃるということです。

東京都は高齢化も進んでいますが、若い方もかなり流入していらっしゃるという状況でして、若い親世代の方々には、こういったことから消費生活ということに関心を向けていただきたいです。それこそ小さいお子さんたちは未来の消費者、今も消費者なのですけれども、そういったことから、ぜひ、安全・安心について積極的に取り組んでいただきたいと思っております。

今年度、オンラインで参加が増えたとか、子育て支援団体で応募してこのフェアをやっているように思いますけれども、今後、この支援団体とか、この層をどのように拡大していくかというような方向性、また、オンラインとリアルのメリット・デメリットあると思うのです。

フェアというのは、その場での空間を共有することも大切だと思うのですけども、そういったことも含めまして、この子育て世代に対する子供の安全・安心につきまして、これから考えていらっしゃる事があれば教えていただきたいと思います。よろしく願いいたします。

○生活安全課長 御質問、ありがとうございます。消費生活部生活安全課長の折原と申し上げます。

セーフティグッズフェアなんですけれども、昨年と一昨年度は、御多分に漏れず、コロナの関係です、それまでは、いわゆるリアル開催をしていたんですけれども、この2年間はオンライン開催でございました。

御指摘いただきましたように、昨年はオンライン2年目ということもあって、いろいろ一昨年度の課題を踏まえて、いろいろ改善した結果、参加者数、これはアクセス数ということになりますが、これは大きく伸びたと。幾つか要因があるんですけど、1番の要因は、これは福祉保健局のメールマガジンを使わせてもらいまして、それで、いわゆるプッシュ型の広告をしたところ、アクセスが今回タイムリーに跳ね上がって、前回よりも増えたということがございます。

というところで、オンラインで開催してきたこのノウハウというのが蓄積されてきましたので、今年度も実は、ちょっとこれはプレスがこれからになりますけれども、まだ現時点での予定ということでしか申し上げられませんが、オンラインですね、ノウハウを生かしてやっていきたいと同時に、世の中、またいろいろ実開催ができるような環境にもなってまいりましたので、引き続きましてオンラインと並行してハイブリッド型で開催

していきたいというものがあります。

以上でございます。

○鹿野会長 ありがとうございます。

御意見も尽きないようですけれども、時間が押してきましたので、御発言は、あとお一人程度とさせていただきたいと思えます。

オンラインから沖野委員、お願いします。

○沖野委員 ありがとうございます。沖野でございます。

私からは、情報の発信に関しまして、特にスライドの①に関して教えていただければと思います。

①につきましては、情報の発信について、あるいは注意喚起について、非常に詳細で充実した、あるいは見やすい情報の発信というのに心がけてくださっていて、また、WEBでは、教材の充実などがされていることがよく分かりました。

他方で少し気になりましたのは、スライド①の一番下の表のところでございます、TwitterないしXのフォロワー、メルマガの配信先というものが、この2者については、令和3年度、令和4年度と見ていきますと、微増という感じでしょうか。それに対しまして、WEBサイトのアクセスは、逆に減じているというような状況になっております。このWEB等については、情報をいかに充実させても、そこに読んでくれる人が来ないとあまり意味がないということがありますので、情報の発信というときには、届け方、いかに読んでもらえるようにするかということも大事だと考えられます。

その点からしますと、ちょっとこの数が気になる面もございまして、そういう、いかにして読んでいただくか、どう届けるかということについて、考慮されているところがあるかといったことをさらに補足していただければと思います。

ほかのスライドによりますと、組織を使って提供されているという部分がございますので、スライド⑪とか⑫のところですけども、あるいは組織的な形でやっているのですが、①には出てこないというだけかもしれないのですけれども、メールマガジンの配信などもそれをさらにどう生かしていくかといったことも情報を入手する必要があるのではないかなどと思っておりますものですから、お伺いした次第です。お願いいたします。

○鹿野会長 では、よろしく申し上げます。

○消費者情報総括担当課長 沖野委員、御質問ありがとうございます。

消費者情報総括担当の岩下のほうから回答させていただきます。

御指摘のありました資料4の①のWEBサイトのアクセス数ですが、令和3年度、確かに200万件を超えまして、令和4年度が若干ちょっと1割ぐらい落ち着いているという状況でございますが、令和元年、2年度が150万件超であり、令和3年度比がちょっと上振れしたと考えております。

また、WEBサイトにアクセスしていただく工夫であります、令和5年度の取組でも改めて御紹介させていただきますが、より多くの方にご覧いただけるように、令和5年度



から多言語対応を強化しております。

これまで日本語、英語、中国語、韓国語であったのですが、今年度から15か国語、ほかにもスペイン語、フランス語、ベトナム語、タイ語とか、そういった形で日本人のみならず、東京にお住まいの多くの方に見ていただける取組を進めているところでございます。

また、WEBサイトの存在を知ってもらうという意味では、例えばTwitter(X)ですとか、メルマガの配信をやっておりまして、そこで、まずは東京都がこういった取組をやっているというのを知っていただくことで、WEBサイトへ誘導する、御覧いただけるようなきっかけづくりをしているところでございます。

私からは以上でございます。

○鹿野会長 ありがとうございます。

最後の、いかにして届けるかというところは、以前からの課題であり、東京都も御苦労されているところだと思います。

それでは、第1の議題はひとまず終えます。まだ御発言の御希望はあろうかと思うのですが、第2の議題が終わって、もし時間があったら、また御意見、御質問を受け付けるということにして、ここで、第2の議題に移らせていただきます。

第2は、先ほども申しましたが、令和5年度の取組予定についてでございます。

それでは、事務局より御説明をお願いします。

○企画調整課長 それでは、資料を御覧ください。

こちら新たな計画期間の初年度に当たります令和5年度の主な取組予定をまとめたものでございます。

最初、1枚目のところで、政策1から政策5の柱立てで、特に新たな事業や今計画期間で重点的に取り組んでいく事業について、下線を引いてお示ししております。この下線を引いたものについて、次のページ以降でそれぞれ少し詳しく御説明をさせていただきたいと思っております。

それでは、ページをおめくりいただきまして、まず政策の1「消費者被害の未然防止と拡大防止」についてでございます。

引き続き、情報発信等コンテンツの充実に努めていきたいと考えております。その中でも、伝わる情報発信の取組の一つといたしまして、先ほどもお話しさせていただきましたが、本年5月から消費生活部が運営する東京暮らしWEBのコンテンツを15か国語で御覧いただけるようにしております。こちらは、多文化共生社会の進展ですとか、グローバル化の背景を受けまして、行政が発信する情報へのユニバーサルアクセスの要請が非常に強くなっているというところがございましての対応でございます。

もともと平成30年度から中長期的に滞在する外国人に向けた情報発信として、英語、中国語、韓国語でのFAQを作成しまして公開していたんですけれども、それですと、少し限定的でございますので、今回、AI翻訳の技術を導入いたしまして、注意喚起情報などに必要な情報をリアルタイムで15か国語で御提供することができるようにしたもので

ございます。

ページをおめぐりいただきまして、政策2「不適正な取引行為等の排除と健全な市場の形成」についてでございます。

社会のデジタル化の急速な進展によりまして、消費者の利便性が飛躍的に向上する一方で、インターネットをめぐる悪質・巧妙な手口による消費者トラブルが増加をしております。こうした不当なインターネット広告への対応力を強化するため、今年度から新たに「東京デジタルCATS」という事業を開始いたしました。

今年度の取組として、こちら右下のほうに写真を掲載しているんですけども、7月に発足式を行いまして、その調査に係る専門的知見を有する弁護士やWEBの専門家等による助言員チームを発足いたしました。こうした助言員の力もお借りしまして、違反広告の監視・追跡を継続的に行い、広告表示の適正化に向けた事業者処分・指導、事業者・都民への情報発信を行うなど、一層の取組強化を行ってまいります。

ちょっと資料にも書いているんですけども、デジタルCATSの「CATS」というのは、Clean Advertising Team of Specialists ということでございます。

次に、またページをおめぐりいただきたいと存じます。政策の3「消費生活の安全・安心の確保」についてでございます。

昨年度に特定非営利活動法人Safe Kids Japanと連携いたしまして立ち上げました、子供のケガを減らすためにみんなをつなぐプラットフォーム「Safe Kids」、こちらにつきまして、今年度は、消費者、事業者の参加を一層働きかけまして、運営を支援してまいります。

こちらの「Safe Kids」という取組なんですけれども、ここに図が書いてあるんですけども、行政からの一方的な発信という形にならないように、企業や団体、また保護者や消費者、また、医療や教育等の専門家など双方向で投稿したり、内容を見ることができるよう形にして、みんなをつないで、双方向で子供のケガを減らしていこうというような取組となっております。

この「Safe Kids」の主なコンテンツについて、右のほうに紹介しております。今年度の「Safe Kids」の運営の支援に当たりましては、都庁の中の子供政策連携室など関係部署のほか、庁外の関係機関とも密に連携を取りながら進めてまいりたいと思っております。

ページをおめぐりいただきまして、政策の4「消費者教育の推進と持続可能な消費の普及」についてでございます。まず、消費者教育の推進におきましては、成年年齢引下げに伴う普及啓発を引き続き強化をしてまいります。先ほど5年間の取組でも御紹介させていただきましたが、令和2年度から開始いたしました、消費者教育コーディネーター、こちらについては、都内高等学校の展開に加えまして、令和4年度からは中学校での消費者教育についても効果的に取り組むためにですね、1名増員をしているところでございます。

今年度の取組としては、東京都教育委員会等との連携強化を一層図りまして、校長会等で組織的な周知を行うほか、高校や中学校を始め、特別支援学校等にも働きかけを実施し

てまいります。

次のページでございますが、昨年度に引き続きまして、今年度もこのCMシナリオ・動画コンテンツの募集をしております。今年度は、社会教育施設や特別支援学校など、より多様な主体からも応募していただけるように働きかけを行いながら進めておるところでございます。

こちらは募集いたしまして、審査等がありまして、最終的には年が明けましてから映像制作をして、また、フォーラム等でその映像等を放映したり、表彰式等を行っていく予定でございます。

次のページでございます。エシカル消費の推進についてでございます。昨年度から開始いたしました「TOKYOエシカル」について、今年度から取組を本格化していくため、キックオフとしてパートナー企業・団体が集まりまして、連携を強化することを目的として、カンファレンスを本年6月に開催いたしました。また、7月には、渋谷で都市型カルチャーフェス「INSPIRE TOKYO」という音楽イベントと連携いたしまして、エシカルマルシェを開催いたしました。フェアトレードや環境に配慮した製品、廃棄物を活用したアップサイクル製品など、都民がエシカル消費を体験、体感する機会といたしました。

今年度の後半は、このエシカルマルシェを多摩地域で展開する取組ですとか、また、子供向けのワークショップ、企業見学等を行うエシカル社会科見学などを行いまして、エシカル消費への認知向上と行動変容につなげてまいります。

またページをおめぐりいただきまして、こちらは、TOKYOエシカルのブランディングを推進いたしまして、エシカル消費の認知度向上を目指していこうということで、イオンリテール株式会社様と連携いたしまして、6月の環境月間に合わせて、都内のイオン各店でTOKYOエシカルをPRする持ち帰り専用かごを販売いたしまして、エシカル消費について考えていただく機会といたしました。

ページをおめぐりいただきまして、政策5「消費者被害の救済」についてでございます。消費生活相談の場におきまして、成年年齢引下げやデジタル化の進展に伴い、多様な主体からの相談体制の充実を図ることとして、既に取組を進めているところでございます。一つには、チャットボットサービスの導入でございます。消費者自らが問題解決を図ることができ、また、相談窓口の対応時間にかかわらず、24時間365日相談できる体制を目指して導入したものでございます。電話よりもインターネットやSNSに慣れている若者に対しても、コミュニケーション手法の多様化を図るということも目的の一つとなっております。

昨年度、先行して導入しておりまして、これまで述べ月平均でおよそ500回程度の利用がございました。全体の1、2割程度が相談窓口の対応時間外の利用となっております。内容といたしましては、クーリングオフ通知の書き方ですとか、通信販売の解約方法について、また、若者に多いマルチ商法についてクーリングオフができるのかどうかといった

ような質問が上位となっております。

今後は、このチャットボットの内容等の検証と、またシステムの改修等を繰り返しながら、回答の精度を上げていきたいというふうに考えております。

また、もう一つ、多様な主体に対する相談体制の充実といたしまして、外国語通訳サービスの対応可能言語の拡充をいたしております。こちらは、相談員を介して、通訳オペレーターに電話をつなぎます三者間通訳のサービスを利用しております。これまでも英語、中国語、韓国語で実施してはいましたが、加えまして、都内で使用人口の多い言語であるタガログ語、ベトナム語を4月から追加をしております。

今後は、若者・高齢者・障害者・外国人など、多様な主体からの相談に対応できる相談体制の強化を図ってまいります。

最後に、その他の項目となるのですが、昨年度の本審議会で答申をいただきました、多摩の消費生活センターの移転についての進捗状況でございます。

さらなる環境整備と機能強化を目指しまして、現在移転を進めているところでございますが、移転先の場所等について御案内をさせていただきます。こちらの資料の左下のほうに、移転先ということで書かれておりますが、現在、センターが立川市にあるんですけれども、マップにお示ししておりますように、下のほうに現在地というのがございまして、これが線路を挟みまして、北側のほうですね、駅の北側のほうに移転をする計画で進めております。

主な施設といたしましては、現在同様、教室、学習室、保育室、図書室、交流コーナー等を昨年度いただいた答申も踏まえまして、機能強化をしたいということで整備をしております。それで、実習室については、現在地で引き続き移転後も残す予定でございます。

資料の右側中段辺りに記載してございますが、工事や移転の準備に伴いまして、9月末から一時センターの施設の利用休止をいたします。それで、利用の再開時期等については、また別途告知のほうでお知らせをさせていただくということで、進めさせていただきたいと考えてございます。

また、この多摩センターの移転については、進捗等がございましたら、皆様に随時お知らせをさせていただきたいと存じます。

以上で、今年度の主な取組予定の御説明でございました。

○鹿野会長 ありがとうございます。ただいま令和5年度を取組予定、また、既に8月までに取り組んでこられたとも含めて御説明がありました。これにつきまして、御意見、御質問がありましたらお願いします。こういう工夫も考えられるのではないかとというような、積極的なアドバイスも、もし可能であればいただければと思います。なお、オンライン参加の委員におかれましては、先ほどと同様の要領で挙手をお願いしたいと思います。

いかがでしょうか。小浦委員、お願いします。

○小浦委員 ありがとうございます。よろしいでしょうか。こちらの資料の2ページ目のところの東京デジタルCATSのことで聞きたいんですけれども、この取組には大変期待

しております。10月1日からステルスマーケティングは景表法違反になると聞いておりますので、ぜひ皆さんに、悪質なインターネットの広告を取り締まっていただければなと思っております。この猫のイラストは、インパクトがありますので、都民にもよくこれが伝わるとしております。

そこで、一つ確認したいんですけども、東京くらしWEBで悪質事業者の通報サイトがございますよね。そこに寄せられた端緒情報とこのCATSの関係性、どういうふうに進んでいくのかというところを教えていただければと思っております。

○取引指導課長 はい、取引指導課、森永でございます。デジタルCATSについて取り組んでいる部署でございます。よろしくお願いたします。

改めまして、実は、それぞれのいわゆる情報について我々は、既に今現時点でもそれぞれ詳細に分析し、それについてどのようにしていくのか個別に整理をしているところになります。

もちろんそういったものと併せまして、我々は、デジタルの世界に関し、比較して実はアクセスはしやすい、ネットで検索すればすぐ出ることから、そういったものを検索し、我々でこれについて課題があるのかどうか、整理を進め、仮に問題があるようであれば、鋭意具体の指導・処分につなげていくという形で動いていく次第でございます。以上でございます。

○鹿野会長 よろしいでしょうか。それでは、オンラインから原田委員。

○特別機動調査担当課長 追加で。

○鹿野会長 事務局から追加ですね。原田委員、少々お待ちください。

○特別機動調査担当課長 悪質事業者通報サイトの関係で御質問があったと思います。通報サイトには、誇大広告に関する通報サイトを設けてございまして、そちらに入ったものは、現在も景品表示法担当職員のほうでチェックして、必要に応じて指導をしているという状況でございます。また、インターネット広告監視というものをかなり前からやっております。これもネット検索をして、抽出した広告を景品表示法担当のほうで見ているということをずっとやってきております。それに加えて、今回このデジタルCATSという新たな取組を開始するというのは、従来型のそんな通報とか、あるいは、普通のインターネットの検索ではなかなか出てこないような、新たな動画広告ですとか、そういったものについてもちょっと手を伸ばして、そういうものもちゃんと指導・処分をしていきたいということでございます。これから始めるということで、当然ながら、そういった専門知識がない職員だけではできませんので、CATSの助言員の方々の御助言をいただきながら、これから取り組んでいくということになっております。ぜひ頑張っていきたいというところでございます。以上です。

○鹿野会長 ありがとうございます。期待しておりますので、ぜひよろしくお願いたします。

では、原田委員、お願いたします。

○原田委員 原田でございます。都の皆様のこれまでの取組、そしてこれからの取組を拝見させていただきまして、非常に心強いと思っておりますとともに、頭が下がる思いでございます。本当にこの場を借りて、またお礼を申し上げたいというふうに思います。あと、私は今お話のありましたデジタルCATSの助言員として任を受けておりますので、皆様の期待に応えられるように、活動をしていきたいというふうに思っております。

私のほうからは、2点お願いがございまして、まず一つは、政策の4のほうですけれども、若者に関するリーチがいろいろと課題となりつつありましても、リーチしつつあるというところもあるかと思っておりますけれども、やはり常々私もいろいろなところでのすけれども、インターネットに関するトラブルとかというのは、消費者被害というだけではなくて、被害者にも加害者にもなってしまうという問題点があります。なので、被害者だけを救済するというだけではなくて、加害者を出さないというようなことも重要な点だというふうに思っております。逆に言うと、被害に遭った人だけを救って、加害者になってしまった若者はほったらかしにするというような動きもちょっとなじまないのかなと思っております。これはなぜかという、やはり昨今問題になっているような闇バイトみたいなものもSNS上から行ったりとか、マルチの勧誘員として逆に自分が勧誘する側に回ったりとか、アフィリエイト広告とかも悪質なアフィリエイト広告を小遣い稼ぎで自分でやってしまうとか、いろいろな悪循環が発生したりとかします。

特に、最近問題になっている、それこそ闇バイトみたいなものに関しましては、それこそ自らが検索をして、闇バイトの相手を見つけて、闇バイトに申し込んでしまうというように、若者自らそういった手を染めようとしてしまうというものが少なからずあると。ということは、やはり社会的背景というものとか、あと情報リテラシーの問題ですね、そのときに家族の情報とか、自分の身分証明書まで全部取られて、それで脅しに使われると。その時点でおかしいと思ったりとかするようなりテラシーがやはりまだ足りていないというような、かなり複雑な関係をもとに今の闇バイトみたいな問題が発生しているのかと思います。なので、やはりそういった情報リテラシーも含めて、まだまだ若者のほうで、まだ足りていないような部分というのがあると思っておりますので、ぜひそういったところも重点的に加害者にならないような視点での啓発ということもお願いしたいというのが1点です。

それともう一つは、政策5のいろいろな相談アプローチの方法の中に、やはりチャットボットとか、DX化というところがあるかと思っております。これは非常に重要な視点かというふうに思っておりますけれども、チャットボットに関しましては、今御説明が最初にございましたように、やはりどういったところに注目をされているのかということ进行分析いただきまして、それでその中身の精査というのが今後重要になってくるかというふうに思っております。なので、ここでやはり欲しい情報が得られるというような安心感が与えられるためには、やはり中身の精査、つまり欲しい情報を私たちに提供できるようだというような、そういったところで威力を発揮していただきたいというふうに思います。

なので、こういったチャットボットも含めまして、世の中にもChatGPTとかいろいろなものAI化されてきておりますので、相談では、そういったものでは賄い切れない、もしくは得られないような知識というのを提供できるというのが、消費者相談の啓発の非常に大事な部分だと思っておりますので、ぜひそこら辺の手厚い対応ほかをお願いしたいというふうに思っております。以上でございます。

○鹿野会長 ありがとうございます。2点ございましたが、事務局からお願いします。

○活動推進課長 消費生活総合センター・活動推進課長の神谷です。よろしくお願いいたします。

御指摘ありがとうございます。センターでは、高校生向け中心に学校での出前講座をいたしております、インターネット利用をめぐって、被害者であると同時に、加害者にもなり得るとするのはそのとおりだと思います。そこに至るリテラシーという、その教育の中で工夫してやってもらえればと思っております。ありがとうございます。

○相談課長 改めまして、相談課長の高村です、どうぞよろしくお願いいたします。

チャットボットにつきまして、私どももこの2月から始めたばかりでございまして、こういったものに需要があるか、今図っているところでございます。先ほど原田委員からも御指摘がありましたとおり、やはり需要の多いところについては、情報の充実をというふうに考えておりますので、これはもう定期的に内容を見直していきたいと思っております。使いやすいチャットボットを目指してまいりたいと思っておりますので、今後も応援いただけたらと思っております。よろしくお願いいたします。

○原田委員 こちらこそ、期待しております。ありがとうございます。

○鹿野会長 ありがとうございます。では、小野委員、お願いします。

○小野委員 小野でございます。よろしくお願いいたします。私からは政策1について意見と、それから政策5について質問させていただきます。

まずは、政策1「消費者被害の未然防止と拡大防止」ですけれども、これは、政策5「消費者被害の救済」とセットで考えられているわけですが、この1について、15言語のAI翻訳機能といった技術などで今後もフォローできることはどんどんやっていただきたいというふうに思っていますし、ぜひ推進をお願いしたいところでございます。

一方で、やはり技術だけでは補えないことがありますね。そういったところでは、令和4年度の実践として既に「消費者情報の入口」というサイトをおまとめいただきまして、私も授業で活用しておりますが、身近にある消費者トラブルの事例を紹介するだけではなく、トラブルに遭ったときの対処法を簡潔に紹介しています。消費者にとっては知識だけではなく技術、あるいは知恵といったところも大切です。技術だけではカバーしきれなくて、どうしても人の手が入らないといけないところも併せて実施されていることを心強く思っております。特に、この「消費者対応の入口」は、やさしい言葉で情報が書かれています。ちょっと話は変わりますが、アメリカなどでは留学生に対して、限られた言葉、やさしい言葉だけでいろいろな説明をするスペシャルイングリッシュというような言葉が

あり、それに通じるように思っております。内容や表現がちょっと難しく、そういった情報が届かない、主に知的障害がある方とか、あるいは、精神的な状況が安定しない方もおられると思います。そういった制約のある状況にある人にも伝えていくということだと思いますと、技術だけではなく、内容の整備をするというような取組を進めていただきたいと思います。

それから、政策5についてですけれども、これは「消費者被害の救済」ですね。ぜひこちらも進めていただきたいと思いますのですが、一方で、基本計画の中でも「障害者等の自立を支援する専門機関等と連携して、障害者等への相談対応力の向上を図るための相談員への研修や勉強会を実施するほか、相談者に必要な支援を行う。」と書いていただいているところです。これからのものもあると思うのですが、今後の御予定がありましたら、そこをお聞かせいただきたいと思います。以上です。

○鹿野会長 政策1についての御意見と政策5についての御質問をいただきましたが、事務局からお答えいただけますか。

○消費者情報総括担当課長 小野委員、ありがとうございます。まず、政策1について、先ほどの意見で、消費者情報の入り口等をお話くださりありがとうございます。消費者情報の入り口もそうなのですが、小学生、中学生向けのコンテンツなど、簡易でわかりやすい表現というか、そういったコンテンツをたくさん準備して、これからも都民の方に分かりやすく発信していきたいと思います。先ほどの平野委員からも御指摘があったのですが、分かりやすいコンテンツを増やしていくことでも、このウェブサイトへのアクセスを集めてまいりたいと考えております。私からは以上でございます。

○相談課長 相談課長、高村でございます。小野委員、ありがとうございます。難しい内容の相談をどう優しく伝えるかというようなお話かと思うのですが、基本的に私ども、そういう対象となるのが2通りだと思っております。一つは高齢者で少し認知機能があやしくなっている方々に対して、契約をしてしまったことについてどのように御理解いただき、どのように解決していくかということをお伝えするときに非常に苦労しております。これについては高齢者支援グループというグループを相談員の中に設けておまして、そこでそういう方に関する相談を一手にはないんですが、引き受けさせていただき、そういう方は大体介護の関係で、どこかにつながっておりますので、ケアマネさんとか、ヘルパーさんとか、そういった方々に例えば契約書があればそれを見ていただくなど、ちょっとお願いをしながら、どういった状況かを把握して、相談の解決につなげるなど、御本人と御本人以外の支援者の方々を使った解決に向けた方法を取らせていただいております。

一方で、先ほど御意見がありました障害をお持ちの方、軽度の知的障害であるとか、そういった方について今一番困っていると言いますか、やはり対応に苦慮しているところではございます。やはりそういった軽度の方というのが、悪質な勧誘に引っかかっている事案がすごくありまして、しかも高額な契約ということもございます。そういった方の場合



は、お話をさせていただくために、もし来られるようであれば、来ていただいて、丁寧に一緒に書類を見ながら解決をすとか、そういった形をとっています。なかなか支援する方と一緒にというわけにはいかないの、そういうふうに促すことが多くなっています。ただ、やはり電話だけでやりたいという方もいらっしゃるの、その場合はちょっと電話が長くなってしまいうんですが、言葉を尽くさせていただいているというような状況でございます。以上となります。

○鹿野会長 ありがとうございます。それでは、オンラインで坪田委員、お願いします。

○坪田委員 ありがとうございます。先ほどお伝えしたことと似ているのですが、実は、若者に対しては、成年年齢引下げということで、コーディネーターさんも二人つき、それなりに進んでいくだろうと思っております。

また、高齢者も被害が多いので、高齢者支援ということで、地域協議会などで進められていると思います。今、私が消費者教育出前講座などをやるに当たって、一番空白地帯と思うのが、いわゆる勤労世代、子育てをしているような方々で、自分たちはあまり消費者被害には関係ないだろうと思っている方が多いように感じておりますし、なかなか消費生活センターということ自体を知っていただく機会も少ないかなと思っております。そういった方々も将来の高齢者にももちろんなりますし、また、将来を背負う子供たちを育成したり、学生を育てていくお立場でもあると思います。そういった方々には、やはり例えば、ここにありますような「Safe Kids」であるとか、エシカル消費とか、もう少し広い面で、消費生活について関心を持っていただき、そのときに東京都消費生活総合センターというのが身近な相談窓口としてある、消費生活センターについて、いろいろなところで目に触れていただける機会だと思っておりますので、ぜひ、こういった様々なイベントや機会を使って、若者や高齢者以外の元気な世代に対しても、消費生活センターを知っていただければと思っております。私の希望でございますので、よろしく願いいたします。

○鹿野会長 事務局から何かございますか。今後に向けた御要望ということですが。

○活動推進課長 消費生活総合センターの神谷でございます。どうもありがとうございます。確かに勤労世代のみを対象としたイベントというのはございませんが、いろいろ当然出前講座ですとか、様々なうちでやっている講座もございますので、そういったPRを引き続きもっと効果的なPRというのを考えながらやっていきたいと思っております。よろしく願いいたします。

○鹿野会長 ありがとうございます。東京都では、ファミリー全員を巻き込むような形でのイベント等も企画されていますね。そのような企画は、お子さんの参加ももちろん重要ですが、働き盛りの親の参加が得られるということもあろうかと思っております。引き続き、幅広い層へ向けられるように頑張りたいと思っております。

石戸谷委員が先ほどお手が挙がっていたように思いましたが。石戸谷委員。

○石戸谷委員 ありがとうございます。高齢者の見守りによる消費者被害の防止のところなんですけれども、先ほどの実績報告によりますと、ネットワークの構築自治体数という

のが、令和4年度で53になっておりまして、相当のところがかバーされているなどということで、ここはもう前進しているなどというふうに思っております。

それでなんですけれども、福祉の部門では、重層的支援体制整備事業というのが始まっているというか、準備中のところもまだ多いかと思うんですけれども、ありまして、この何というんですかね、この見守りネットワークという観点から見ますと、かなりの部分で重なっているところがあるのではないかと思いますので、実効よく運用するためには、これを連携して、うまい具合にというのが考えられるわけでありまして、その試みというのは行われているところもあるかと思うんですけれども、ちょっと今時点ではなかなか言いにくいかもしれませんが、今時点で何かその辺に向けた検討というのがもしありましたら、御紹介いただければと思います。よろしく願いいたします。

○活動推進課長 消費生活総合センターの神谷でございます。地域見守り支援ネットワークですが、事実上、区市町村、区と市ですね、そこは全て一応やっておるということになっていて、そのネットワークは様々区や市の状況によって異なると思うんですが、当然そこには福祉関係者というのも入ってくると思います。特に安全確保地域協議会とか、そういうものになれば、民生委員ですとか、あるいは福祉施設と、そこで働いている人、そういった関係者にも来ていただいてやっていく中で、福祉関係者とのやり取りが生じてくるとして、ただ、具体的にどういうふうにやっているかということは、今時点ではあれですが、引き続き努めていきたいとは思っております。

○鹿野会長 それでは、かまた委員、お願いします。

○かまた委員 高齢者の見守りのところで、要望なんですけれども、恐らく引き続き、宅配事業者の方による声かけの見守りは進んでくるかと思っております。これは、日ごろからこの業者の方と関わっている高齢者の方にとっては、とても有効だなというふうに私は考えておりまして、ただ、もし何かがあったときにじっくりお話をしたいと思っても、事業者の方は車をとめているので、駐車違反の心配をしながら、でもお話は聞いてあげたいという、そういう思いも持つのではないかなと思いますので、ぜひこの宅配事業者の方とも様々な意見を伺いながら、もしこの駐車を心配しないで済むような体制が増えるのであれば、そうしていただけると、きっとこれからの社会にとって、とても重要な立ち位置の効果を発揮してくださる皆様だと思いますので、ぜひその点も今後配慮していただけたらという要望です。よろしく願いいたします。

○鹿野会長 事務局から何かありますか。

○活動推進課長 そうですね。宅配時にリーフレットを配布する事業、事業者からも、あるいは、対象の高齢者からも非常に好評を頂いております。実際のやり方はその事業者にお任せという感じなんですけれども、どういった工夫ができるかということも検討したいと思っております。

○鹿野会長 平澤委員、お願いします。

○平澤委員 平澤です。二つほどお話がございます。

まず、前半に5年間の取組の御報告をいただいて、5年間で大きく動いたこととして、成年年齢が18歳に引き下がったということがありまして、それに対して、非常に充実した対応をされて、その効果も出ているのではないかなというように思いましたので、その点は感謝するところであります。その関係で、消費者教育を推進中であり、その中で消費者コーディネーターを設置し、1名、もう1名という形で今やっているというところだと思いますけれども、今、コーディネーターの実績ができてきて、中学校でも広げているということです。この辺りの情報交換とか、コーディネーターを入れるとこういうことができるのか、あるいは発信とか、その辺りはどうなっていますでしょうか。また、消費者コーディネーターは今2名になっていますけれども、今後増やすことがありますかというのの一つ目です。

それから、関連するような話ですけれども、今、若い人とも限りませんが、どうやって儲かるかとか、利益が出るかとかという話に非常に関心が出てきて、SNSなんかでの副業サイトみたいなものが非常にはびこっていて、情報商材の話も非常にたくさんあります。そういうお金をどうやって儲けるかというような世の中になりつつあるところ、そこは非常に憂うべきところですが、一方で、今、金融経済教育推進機構というのが、金融商品取引法の改正法案で出ています。今、継続審議になっているので、まだ法案として成立していませんけれども、成立すれば、来年度からもうスタートするという話になっていて、金融経済教育は資産所得倍増プランなどを踏まえて投資教育を進めていくという方向性が見られるところかなと思っています。

金融経済教育自体は非常に重要なことで、消費者教育の中でもやられているところではありますけれども、今の投資とかお金もうけをするという若い人、その世の中の風潮等を変な形で増殖させないのかという懸念があります。金融経済教育推進機構は、まだ法律にもなっていないけれども、すごく直近の話でして、今令和5年度のお話をしていただいていますけれども、6年度に向けて、まだこの5年度の途中ですが、何かこの来年度に向けた対策というか手当、私とすれば、ちゃんとした消費者教育の中に金融経済教育も入れていただきたいなと思っています。何かその辺りで、都のほうで考えていらっしゃる、あるいはまだ考えていない、法律にもなっていないのでまだ考えられないとか、この辺りがもしあればお聞きしたいと思います。

○鹿野会長 2点ございました。それでは、事務局からお願いします。

○活動推進課長 消費生活総合センターの神谷でございます。消費者コーディネーターの関係でございますが、コーディネーターを設置されるというのは今まで地方から各学校に一方的に教材などを送りつけているだけで、どういうニーズがあるのかというのは、結局はよく分からなくもあったわけですが、コーディネーターを設置することによって、各学校、個々の学校のニーズというか、整合をして、そういった消費者教育ができるということが、一番のメリット、置く意味だと思います。そういったことをきちんと学校に新しく通知して、コーディネーターを置くことによってどういった消費者教育ができるかとい

うことをPRしていきたいと思っております。また、増員についてですが、今現在のコーディネーターでなるべく多くの学校を回って、輪を広げていきたいというような形で考えているところでございます。それから、金融経済教育でございますけれども、それに関係するものとしては、今現在、金融広報委員会とタイアップして、7月に1回都民を対象とした講座をやっております。そういったものを生かして、どういうふうに拡充していくのかどうかということを検討していきたいと思っております。以上でございます。

○企画調整課長 すみません、私からも1点補足で今の件、よろしいでしょうか。

○鹿野会長 お願いします。

○企画調整課長 金融教育の関係なんですけれども、先ほどセンターのほうで、金融広報委員会と連携した消費者教育の話を申し上げましたけれども、あと、本日ちょっとこの場にはいないんですけれども、当審議会にも幹事書記として参加しております庁内の部局のスタートアップ・国際金融都市戦略室というところも、その金融リテラシーを進めていこうということで様々な取組をやっておりまして、具体的には、学校だとか、企業への講師派遣みたいな形で金融教育をやっておりますが、若者向けの金融セミナーなんかもやったりしております。先ほど委員から国の方で法審議中の金融経済教育推進機構のお話もありましたけれども、こういった国の動きなども十分に察知しながら、関係局の取組とも連携しながら、今後も若者等への普及も深めていきたいと思っております。

以上でございます。

○鹿野会長 ありがとうございます。御意見は尽きないようなんですけれども、時間の関係で、あと数名程度ということにさせていただきたいと思っております。先ほどからオンラインで北村委員から手が挙がっております。それから、柿野委員と齊木委員ということで締め切らせていただいてもよろしいですか。平野委員もぜひということで発言を希望されますか。分かりました。それでは、恐縮ですが、お一人ずつ手短にお願いしたいと思います。まずは、北村委員、お願いします。

○北村委員 ありがとうございます。様々ないい取組があつて、私も都民の一人として非常に心強いなと思えました。それで、一つ気になったのは、政策4のところで行われている高校生とか、若者に消費者問題のCMのコンテストを開いて、自分の問題として捉えてもらうという取組は非常にいいなと思いましたが、でき上がった動画の役割とか、位置づけがややもったいないなと思えました。先ほどYouTubeで見ましたが、YouTubeのところからリンクが張られているのが、このコンテストの説明が書いてあるページに飛ぶだけになっていて、非常にもったいないなと思えました。そこに来る人というのは、消費者問題に興味がある人とか、あとは、自分がそういう問題に巻き込まれて、初めの入り口としてその動画を見るということがあり得るかなと思いましたが、例えば、学びたいと思う人にとっては、コンテストの本サイトのほうに誘導できれば、eラーニングのコンテンツがあるので有用ですし、動画は東京動画のサイトにも載っていると思いますが、そちらに誘導できれば、同じような消費者教育関連の動画があるので、ほかの動画も見て、いろい

る学ぶということができると思います。また、自分が問題に巻き込まれて、ちょっと心配になって、興味を持って、この動画にたどり着いたという場合であれば、先ほど御説明があったようなチャットボットサービスのほうに誘導できるようになっていると良いと思いました。せっかく興味を持って来てもらった人をいかに逃さずに、次の情報につなげていくかという、いろいろあるコンテンツを全体としてうまくつないで、いかに情報発信をしていくかとか、いかに取り込んでいくかというところを含めて検討いただけると良いのではないかと思います。以上です。

○鹿野会長 ありがとうございます。事務局から、すみませんけれど、手短にお願いいたします。

○活動推進課長 ありがとうございます。CMにたどり着くのがなかなか難しいということだったと思いますが、確かにそのリンクを狙って、どのようにリンクをしていくか、今一度考えてまいりたいと思います。

○鹿野会長 ありがとうございます。せっかく興味をもって見てくれた人が、ほかの有益な関連情報にもすぐにリンクで辿りつけて、さらに学びを深めることができるように工夫ができるのではないかとアドバイスだったように思いますので、よろしく願います。

それでは、柿野委員、お願いします。

○柿野委員 それでは、意見を述べさせていただきます。政策2と政策4がリンクする話なのですが、「東京デジタルCATS」の取組は素晴らしいなと思って、すごく期待をしております。実際、この審議会の中でもお話しさせていただいたことがあったと思うのですが、これに関して埼玉県消費生活課が、高校や大学と連携しながら、こういった不当表示を生徒たちが授業の一環で見つけ、その情報を活用して県では事業者指導につなげているという取組があるのですが、これが非常にすぐれているなと思って、色々な自治体でこれを広げませんかと提案しているところです。しかし、実際に行うとなると、なかなか難しいと言われることがあるのですが、今回こういった環境ができたので、学校の先生方と連携して、生徒がふだん見ているネットの怪しい広告を情報提供するかたちで社会参加につなげていくことができるのではないかと、またこのことが、生徒が主体的に行動することの重要性を理解し、被害のない社会、加害者を生まない社会につながっていく契機になるのではないかと思います。ぜひ東京都でも、御検討いただければと思います。

○鹿野会長 ありがとうございます。何か一言ありますか。よろしいですか。貴重なアドバイスありがとうございます。それでは、齊木委員。

○齊木委員 意見として2点ほどございます。1点は、このチャットボットなんですけれども、これはやはり消費者とのタッチポイントを広げていくという点でもすごくどんどん推進していただきたいと思います。ただ、私たち、その事業者の中では、これをやって、非常にいろんな多くの課題があります。即時性を求められることによってなんですけれども、それによって、より不満足につながるようなことも時には出てきます。ですから、一

つ御意見としては、ぜひ先進的な企業、事業者と、事例とかを一緒になって組んでいただくといいのかなとすごく思っております。それが1点です。

もう1点は、全くキーワードとしては入っていないんですけども、顧客からの著しい迷惑行為、いわゆるカスタマーハラスメントについてなんですけど、実は、マスコミ等ではすごくこれは取り上げられています。ですから、一つには加害者をつくらないという点でも一つなんですけれども、もっと大事な点としては、やはり私たちはお客様の声を増やすべきという精神に常に立ってまして、カスタマーハラスメントという言葉が一人歩きしてしまうと、消費者が声を事業者とか、行政に対してもそうですけども、声を上げていかなくなるんじゃないかという、すごく恐れを持っています。ですから、私たちは、正しくカスタマーハラスメントを伝えていくということがすごく責務として感じているんですけど、ぜひ消費者教育の一環としても、この考え方を取り入れていただいて、正しく伝える、そして声は閉じ込めるのではなくて、どんどん出していただく、ただ、行き過ぎた声については、やはり気をつけましょうというところの投げかけというのが、今非常に大事なところに来ているんじゃないかなというふうに思っています。ですからそこも、いろんな角度から検討されることは多いと思いますけれども、ぜひ考えの中の一つに入れていただくと幸いかなと思います。以上です。

○鹿野会長 ありがとうございます。御意見ということでしたが、事務局で何かコメント等がありましたら後にまとめてお願いします。では、平野委員、お願いします。

○平野委員 最近、ベビーカーのことでいろいろ拒否されたとか、そういったことが話題になっておりますが、このコロナ禍から外出自粛が明けて、ベビーカー利用者がかなり増えていきます。ベビーカーを利用している新米のお父さん、お母さんの基本的な操作やマナーが気になります。この件は毎年繰り返されることです。特に交通機関利用時において、ベビーカーのストッパーをかけていない、バスの中でベビーカーの固定ベルトを利用しない、車内が空いていても、入り口の付近にいるのを目にします。最近のことですが、お父さんらしき男性が片手はバスのポールをつかみ、もう片方はベビーカーのハンドルに手を添えたままスマホを閲覧していました。さらに、お子さんが乗っているベビーカーにはストッパーをかけていないようでした。似たような事例を各所で見ています。是非乗車中の安全について注意喚起をしていただきたい。

もう1点、子育て中の方もそうではない方もですが、事故というのは、声かけで避けられることが多くあります。混雑している車内に無言でベビーカーを押し込んでくる方、強引に乗り込んでくる方がいます。声がけしましょうといった点も含めて、マナーをもう一度考えようということをやっていただきたいと思います。以上です。

○鹿野会長 ありがとうございます。まとめて御発言いただきましたが、今の時点で何か事務局からありますか。お願いします。

○消費生活部長 皆様の幅広い御観点から様々な御意見をいただきましてありがとうございます。ちょっと直接のものではなくて、間接的に関わるようなものもありましたけれ

ども、そういった御意見は事務局のほうで整理して検討・実施してまいりますので、よろしくをお願いいたします。

○鹿野会長 皆様、本日は貴重な御意見、アドバイス等をいただきまして、どうもありがとうございました。

事務局には、本日いただいた御意見に留意しながら、施策等を積極的に進めていただきたいと存じます。本日の議事は以上となります。私としても、皆様の発言を通して勉強させていただきましたし、改めて認識を深めたことも多くございました。本当にどうもありがとうございました。

それでは、最後に事務局から連絡事項があれば、お願いしたいと思えます。

○企画調整課長 今年度の今後の審議会の開催等の予定の関係でございますが、年が明けまして、2月中を目途に、本審議会の部会でございます消費者教育推進協議会の開催予定となっております。消費者教育施策の進捗状況の報告等を行わせていただきたいと考えております。日程については、改めて調整をさせていただきます。事務局からは以上でございます。

○鹿野会長 以上をもちまして、終了させていただきます。御協力ありがとうございました。

午後3時32分閉会

#### 【アオヤギ委員のご質問への回答（11ページ）】

（保健医療局）審議会資料に記載の「米の安全性の確保」は、都内卸倉庫に立ち入り、食品衛生法に基準値が定められているカドミウム及び残留農薬について、法に基づき収去検査を行うものです。なお、基準値を超えた場合には、事業者に対する指導や生産者を管轄する自治体への通報等を行うとともに、国へ情報提供を行います。

※ 食品衛生法に基づくカドミウムの基準値：0.4ppm未満