

「東京都消費生活基本計画の改定について 中間のまとめ」 に対する意見の募集結果（案）

1 意見募集の概要

- (1) 募集期間：令和3年12月3日（金曜日）から令和4年1月4日（火曜日）までの33日間
- (2) 周知方法等
 - ・東京都公式及び生活文化局ホームページ「東京くらしWEB」に募集要領を掲載
 - ・Twitter（東京都消費生活行政）に意見募集の呼びかけをツイート
 - ・都民からの意見は、生活文化局消費生活部企画調整課にメール・郵送で提出

2 集計結果

- (1) 意見総数：48件
- (2) 意見提出者数：6（個人2、消費者団体4）

3 意見の概要と審議会の見解・対応

別紙のとおり

※意見の内容は要約して掲載しております。

第1章 計画改定の基本的な考え方

(P2~)

No.	意見の概要	審議会の見解・対応
1 基本計画のこれまでの経緯		
1	今回の「中間のまとめ」を初めて目にする者には、肝心の「5つの政策」、「3つの視点」が何なのか分かりません。後半に出てきますが、まず先にこれらをお示しいただきたいと思いました。	・いただいたご意見を踏まえ、P2<1 基本計画のこれまでの経緯>に、現行計画の体系を追記します。
2 改定に当たっての基本方針		
2	前回計画の具体的施策についての検証を中間まとめの際に行っているかと思います。現状や結果についてはいくつか図表が載っていますが、検証結果については分かりにくいように感じます。具体的施策の結果を検証し今後の計画を決定するという過程を分かりやすく示していただけたらと思います。	・本審議会は、今回の中間のまとめにおいて、現行計画が着手された平成30（2018）年度から3年間の取組実績に基づいて今後の課題を整理し、それらの課題の解決に向けた今後の取組の方向性について示しており、いただいたご意見を踏まえ、P2<2 改定に当たっての基本方針>に、追記します。

第2章 消費生活をめぐる現状

(P4~)

No.	意見の概要	審議会の見解・対応
2 消費生活を取り巻く環境の変化 (1) 社会のデジタル化の進展		
3	インターネット利用の増加（全体としては8割以上）を示す調査結果から、2割の都民がインターネットを利用していないのが現実です。昨年、コロナウイルスワクチン接種の予約を、繋がりにくい電話利用しかできなかった高齢者がいました。インターネットを利用しない都民にも安心できる社会をお願いいたします。	<p>・P34<第3章 計画全体を貫く視点 視点2 デジタル社会及びグローバル社会への対応>に、「高齢者・障害者・外国人など、こうした社会環境の変化への対応が難しい消費者に対しては、一層の配慮が必要である。都は、デジタル化やグローバル化の進展による社会経済環境の変化に、消費生活行政としての確に対応していく必要がある。」と記載しており、ご意見の趣旨は中間のまとめに含まれています。</p> <p>・いただいたご意見は、今後、都が施策を検討するにあたって参考になるものと考えます。</p>
4 消費者の意識 (2)消費生活情報の入手		
4	平成30（2018）年度に実施した「情報発信ツールに関する調査」の結果から、早急な消費生活情報の発信方法の検討が必要と考えます。	<p>・P36<第4章 政策1 1 被害防止のための注意喚起・情報発信 (3) 今後の取組の方向性>に、情報発信の今後の取組の方向性について、包括的に記載しており、ご意見の趣旨は中間のまとめに含まれています。</p> <p>・いただいたご意見は、今後、都が施策を検討するにあたって参考になるものと考えます。</p>
5 国等の動き (3)消費生活関連法の主な改正 オ 消費者被害の防止及びその回復の促進を図るための特定商取引に関する法律等の一部を改正する法律		
5	この改正案の中で多くの消費者団体や弁護士などから法定交付書面の電子化について反対する旨の意見がありながら、電子化を可能とする内容が盛り込まれました。国の検討状況も見定めながら、契約書面の電子化の改正規定に不十分な点がある場合には、消費者保護の観点から東京都として独自の対応策を検討することも必要と考えます。	<p>・P2<第1章 2 改定に当たっての基本方針>の中で、国等の動向等を踏まえて、必要な施策を盛り込んでいくべきと記載しており、ご意見の趣旨は中間のまとめに含まれています。</p> <p>・いただいたご意見は、今後、都が施策を検討するにあたって参考になるものと考えます。</p>

第4章 各政策において重点的に取り組む課題と今後の方向性

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止

1 被害防止のための注意喚起・情報発信 (3) 今後の取組の方向性 (P36~)

No.	意見の概要	審議会の見解・対応
	<ul style="list-style-type: none"> ○ デジタル社会に対応した「伝わる」情報発信 ○ 多様な主体との情報提供の場の開拓 	
6	<p>東京くらしWEB等の情報発信が少しずつ、増えてきましたが、コロナ禍による外出自粛等によって情報発信が足りないのではないかと感じています。</p> <p>例えば、TwitterやFacebook等のSNSの情報発信をもうちょっと増やしていただきたい。</p> <p>デリバリーサービス等の配達トラブルが増えておりますが、東京都からも注意喚起や事業者による対応が必要になってくると思うので関係機関と連携を行いながら積極的に情報発信していただくよう、お願いしたい。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・P36本項目に、SNS利用層の増加を踏まえたデジタル社会に対応した「伝わる」情報発信や地域とのつながりなど多様な主体との情報提供の場の開拓について記載しており、ご意見の趣旨は中間のまとめに含まれています。 ・いただいたご意見は、今後、都が施策を検討するにあたって参考になるものと考えます。
7	<p>先ずの課題は、東京都の消費生活情報が都民（消費者）に伝わっていないことです。</p> <p>「東京くらしWEB」や Twitter などについては、クーリング・オフ、未成年者契約の解約、アパート退去時の原状回復などの、消費生活に直結した情報が盛り込まれています。ホームページのトップ画面を都民が興味を引く作りにして、読みやすく消費者の興味関心を引き寄せる情報発信が必要です。</p>	
8	<p>消費生活相談の現場においては、消費者被害に関する情報を知っていれば未然に防げたであろう相談が多数寄せられています。情報弱者を発生させないために、生活の様々な場面で、関心・ニーズに応じたきめ細かな発信をするに際し、属性及び場の特性に応じた伝達方法を組み合わせる等の工夫による情報の提供を要望します。</p>	
9	<p>コロナ禍が都民の消費生活に影響を及ぼしたことから、消費生活を身近な地域の問題として捉え、都は市区町村と協働して、きめ細かな情報発信網として地域や職域、学校等の多様な主体と連携を図ることを要望します。</p>	
10	<p>町会の回覧板に、「東京くらしねっと」や一部印刷した「東京くらしWEB」を入れ、在宅で読めるようにする。</p>	
11	<p>携帯電話の3G終了を良い機会と捉え、販売代理店と連携・協力しスマートフォンを使用する高齢者が「東京くらしWEB」など消費生活に関するTwitterフォローや各市区町村の安心安全メルマガの登録を積極的に行うのも一つの方法だと考えます。</p>	

2 見守りによる消費者被害の防止と早期発見 について (3) 今後の取組の方向性 (P37~)

No.	意見の概要	審議会の見解・対応
○ ネットワーク未構築区市町村へのアウトリーチ活動		
12	各地域での消費生活部門と福祉部門との連携は、見守りネットワーク機能の充実にも重要な取り組みと考えます。ネットワーク未構築区市町村へのアウトリーチ活動については、大小問わず具体的な取り組みを重ね、事例共有をしながら、他の地域へ展開していくことを重点に、より具体性のあるアドバイスを進めてください。	・P37本項目に、「各区市町村の実情に応じたきめ細かいアドバイス（福祉部門との連携方法、他区市町村の取組み事例の紹介など）を行い、ネットワークの構築につなげることが重要である。」と記載しており、ご意見の趣旨は中間のまとめに含まれています。
13	東京都は区市町村に対する見守りネットワーク構築の支援を更に充実させてください。	・いただいたご意見は、今後、都が施策を検討するにあたって参考になるものと考えます。
○ 見守りネットワーク機能の充実		
14	宅配事業者等と連携した注意喚起を行うなど、見守りネットワークの活性化に向けた支援を引き続き行う必要があります。	・P37本項目に、見守り人材向け出前講座の充実や高齢者福祉部門等と協力した地域における消費生活部門と福祉部門との連携強化、宅配事業者等と連携した注意喚起について記載しており、ご意見の趣旨は中間のまとめに含まれています。
15	見守り人材の育成のための出前講座、消費生活部門と福祉部門との連携、宅配事業者等との連携への取組が進められていますが、コロナ禍における停滞が懸念されます。また、高齢者を取り巻く消費生活の環境も変化しています。現状に対応した見守りネットワークの強化を要望します。	・いただいたご意見は、今後、都が施策を検討するにあたって参考になるものと考えます。
16	見守りネットワークの活性化について、高齢者が日常生活で利用する店舗（コンビニエンスストア、薬局等）でも声掛けができるよう、協定締結の有無に関わらず、適宜情報提供するなどの働きかけを検討してください。	・都は毎年高齢者悪質商法被害防止キャンペーンにおいて、高齢者本人や家族など周囲の方々に向けて、悪質商法の手口や対応のポイントを解説したポスター及びリーフレットを作成し、それらが高齢者が日常生活で利用する交通機関、医療機関、公衆浴場、高齢者関連施設等で配布し、見守りの大切さや相談窓口の周知を図っています。 ・いただいたご意見は、今後、都が施策を検討するにあたって参考になるものと考えます。
○ 消費者安全確保地域協議会設置に向けた働きかけ		
17	「契約当事者からの相談」ではないことから、消費生活センターにおいて、高齢者の周りの方からの相談に適切な対応ができない場合が発生しています。適切に消費生活センターにつなぎ、迅速な被害救済を図るため、消費者安全確保地域協議会の設置を要望します。 なお、消費者安全確保地域協議会未設置の市町村においても、アウトリーチ活動をしている自治体があります。見守り活動とアウトリーチ活動は車の両輪ともいえます。アウトリーチ活動の促進とともに、消費者安全確保地域協議会設置のための課題解決へ向けた前向きな取組を期待します。	・P37本項目に、「各区市町村の実情に応じたきめ細かいアドバイス（福祉部門との連携方法、他区市町村の取組み事例の紹介など）を行い、ネットワークの構築につなげることが重要である。」と記載しており、ご意見の趣旨は中間のまとめに含まれています。 ・いただいたご意見は、今後、都が施策を検討するにあたって参考になるものと考えます。

政策2 不適正な取引行為等の排除と健全な市場の形成

1 悪質事業者の指導・処分の強化（3）今後の取組の方向性（P39～）

No.	意見の概要	審議会の見解・対応
○ デジタル技術などに詳しい高い専門性を備えた人材の活用		
18	<p>悪質事業者の勧誘手法、取引手法の変化に伴い、これらに対応すべく人材確保は喫緊の課題です。なお、適切かつ迅速な指導・処分は、専門性の高い人材の活用のみで解決する問題ではなく、都民の安全安心の確保、消費者目線による組織としての判断と対応が不可欠です。そのためには、マンパワー、予算、研修等に関して組織としての強化を望みます。</p>	<p>・P39本項目に、「デジタル技術等に関する高度な知識・経験を備えた専門家から適宜、適切なアドバイス等の支援を得られる体制」の確保や「研修等の強化や知識・経験を持つ幅広い人材の登用などにより、多様化・複雑化・グローバル化する取引や決済手段に対応した的確な法執行を進めていく必要がある。」と記載しており、ご意見の趣旨は中間のまとめに含まれています。</p> <p>・いただいたご意見は、今後、都が施策を検討するにあたって参考になるものと考えます。</p>
○ 国や他県との連携の強化		
19	<p>特定商取引法の契約書面を電磁的方法で交付する場合は、政省令で定められた要件を満たした上で提供することを事業者徹底させる。また、政省令に違反した事業者に対して指導・処分する、ことを（3）今後の取組の方向性の中に項目を立てるか、「国や他県との連携の強化」に加筆してください。</p> <p>契約書面の電磁的方法による交付が可能になった場合、特に高齢者が事業者に言われるままに本意でない承諾をしてしまい契約内容が分からなくなってしまうなど、新たな消費者被害が発生することが懸念されます。時を同じく令和5（2023）年度からスタートする今回の基本計画の改定に当たりこの件に関する記載が必要であると考えます。</p>	<p>・P2<第1章 2 改定に当たっての基本方針>の中で、国等の動向等を踏まえて、必要な施策を盛り込んでいくべきと記載しており、ご意見の趣旨は中間のまとめに含まれています。</p> <p>・P39本項目に、国や他県との連携強化について包括的に記載しており、ご意見の趣旨は中間のまとめに含まれています。</p> <p>・いただいたご意見は、今後、都が施策を検討するにあたって参考になるものと考えます。</p>
20	<p>最近、インターネット通販サイトの広告によって、「特別価格100円」とか「送料無料」等の表示が多くなった。全て、会社情報を見ると都内事業者であり、誇大広告は、消費者が買いたくなる、申し込みやすくなっているが、実際には継続のコースによる商品だったり、解約等ができない。そのため、インターネット通販サイトについて、消費者への注意喚起や事業者への対応等が求められています。</p> <p>東京都はこれらの対応が、都民だけではなく神奈川県、千葉県、埼玉県にも同様の事例があるため、関係機関による連携を行っていただきたい。</p>	
21	<p>インターネット取引では、事業活動が広域化しています。そのため、他県や国との連携は不可欠であり、また、都のスケールメリットを生かした積極的な対応を期待します。</p>	
22	<p>近年、屋根リフォーム工事や緊急排水管工事などで東京都の近隣の事業者との契約も増えています。あの手この手の手法で悪質事業者はやってきます。引き続き国や他県との連携強化をより一層図っていく必要があると考えます。</p>	

2 不当な表示等に対する監視の強化（3）今後の取組の方向性（P41～）

No.	意見の概要	審議会の見解・対応
○	継続的にインターネット広告を監視する体制の構築	
○	国や業界団体等との連携	
23	インターネット取引の裾野があらゆる世代に広がった現在、表示は非常に重要な問題です。絶えず変化する表示も多い現状を踏まえ、その監視体制の強化は不可欠です。また、国の検討会や官民協議会等の動向に注視するとともに、デジタルプラットフォーム企業等との連携について、豊富な相談情報を踏まえ、都民利益と相談現場に資する情報発信を期待します。	<p>・P41本項目に、効果的に広告監視業務を進めるための監視体制の構築や国や業界団体等との連携について記載しており、ご意見の趣旨は中間のまとめに含まれています。</p> <p>・都は、これまでも悪質事業者通報サイトの実績について、毎年度公表し、東京くらしWEB内の悪質事業者通報サイトのページにも掲載しています。</p> <p>・いただいたご意見は、今後、都が施策を検討するにあたって参考になるものと考えます。</p>
24	検討会、官民協議会の動向を注視しつつ、デジタルプラットフォーム企業などとの連携にも引き続き取り組んでいく必要があると考えます。	
25	東京都だけでは守備範囲に限界があります。国や業界団体と連携し、危険情報や注意喚起情報の発信を行なうコンテンツ（東京くらしwebの中に特化してもよい）を望みます。	
26	東京くらしWEB内の「悪質事業者通報サイト」についても利活用状況の説明を入れて頂けると周知も進むことと思います。	

3 健全な市場の形成（3）今後の取組の方向性（P43～）

No.	意見の概要	審議会の見解・対応
○	受講しやすい講習会の環境整備	
○	事業者団体等の自主的取組の推進	
27	<p>事業者・事業者団体向けの講習会の整備はコンプライアンス意識を高め、結果、消費者にも安心を与えるものと考えます。表では受講者数があまり変化していないようです。WEB受講も可能となっているようですので受講者の具体的な数値目標を掲げ積極的に取り組んで下さい。</p> <p>特に都民にとって身近な中小企業においては法律順守の姿勢で対応してくれることは自宅のリフォームなど安心して頼めることにつながると考えます。</p>	<p>・P43本項目に、「募集定員の増加や配信期間の延長など、受講者の利便性の向上を図るべきである。」と記載しており、ご意見の趣旨は中間のまとめに含まれています。</p> <p>・都では、これまでもコンプライアンス講習会の中で、個人情報の保護に関する内容を取り上げています。</p> <p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討するにあたって参考になるものと考えます。</p>
28	<p>事業者のコンプライアンス遵守は都民の安全安心の確保に直結します。事業者が集中する都においては、消費者目線による消費者行政からのコンプライアンス講習会は有用であると考えます。多くの事業者、業界団体にとり、負担のない利用しやすい支援を期待します。</p>	
29	<p>個人情報や個人データの取り扱いについての講習も積極的に取り組んでいただきたいと思います。</p>	

政策3 消費生活の安全・安心の確保

1 都民や事業者との双方向性を備えた危険情報、注意喚起情報の収集・発信（3）今後の取組の方向性（P46～）

No.	意見の概要	審議会の見解・対応
○ 安全意識の向上を促す交流型デジタルプラットフォームの構築		
30	<p>安全意識向上を促す交流型デジタルプラットフォームの構築とありますが内容が分かりにくいので、概要版にあるようなイラストなど使用し、もう少しわかりやすくしてください。</p>	<p>・いただいたご意見を踏まえ、P46本項目に、イメージ図を追加しました。</p>
31	<p>子供の事故に対する注意は、基本的には従前と大きく変わりませんが、新たな商品やサービスの登場により、これまでにはなかった事故も発生しています。核家族かつ地域社会の結びつきが弱い昨今においては、消費者行政の果たす役割は大変重要です。消費者教育・啓発が浸透しない世代でもある多忙な勤労者世代への情報発信の工夫と、商品・サービスを提供する事業者からの適切な情報発信は、事故防止に非常に重要です。信頼できるプラットフォームの構築を期待します。</p>	<p>・P46本項目に、「交流型デジタルプラットフォームを活用した取組は、急速に進むデジタル化に対応するとともに、都民、事業者及び都のコミュニケーション手法の多様化にも資するものであることから、将来的に、高齢者をはじめ幅広い年代の事故防止に展開していくことも有効である。」と記載しており、ご意見の趣旨は中間のまとめに含まれています。</p>
32	<p>子どもが誕生して最初に行政と関わるのは保健所ですが、Twitterのフォローやアプリの紹介は始めがチャンスだと思いますので保健所との連携が必要だと考えます。</p>	<p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討するにあたって参考になるものと考えます。</p>
33	<p>高齢者の商品やサービスに起因する事故も多く発生しており、高齢社会の進展により、今後ますます増加します。事故に遭いやすい子供、高齢者のみならず、全世代において安全で安心な商品・サービスの提供と適切な注意情報の発信は、行政、事業者の両者にとり大変重要です。各世代、属性の特性を踏まえたプラットフォームの構築と情報の発信、適切なフィードバック体制の整備を望みます。</p>	

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及

1 成年年齢引下げに対応した消費者教育（3）今後の取組の方向性（P50～）

No.	意見の概要	審議会の見解・対応
全般		
34	今回の基本計画に記載された今後の取組みの方向性に沿った諸施策について、来年度から実施を一部前倒しできるよう検討すべきと考えます。（同一意見1件）	いただいたご意見は、今後、都が施策を検討するにあたって参考になるものと考えます。都においては、取組の方向性を踏まえつつ、必要な施策について取組を進めています。
35		
○ 教育現場に対する啓発活動の強化		
36	東京都の広報や高校・大学等の学校教育現場を通じた若者の消費者被害防止のキャンペーンについては急務です。各教育現場でオンライン化が進んでいる状況を鑑み、スマートフォンやパソコンを活用した教育ツールの提供により、教員に大きな負担をかけることなく、高校生・大学生向けの消費者教育のしくみを早急に検討すべきです。様々な施策については、東京都教育委員会への働きかけを継続しながら、全ての都立高校及び都立大学でパイロット的に推進し、さらに私立高校へ展開していくべきと考えます。 あわせて、臨時的な相談体制づくりなど、法施行を前後した対応ができるよう必要な予算措置を講じ、若者の消費者被害拡大防止に最大限努めるべきです。	<ul style="list-style-type: none"> 若者向け消費者被害防止キャンペーンや教育プログラムの充実による学校現場への支援強化については、P50本項目に記載しており、ご意見の趣旨は中間のまとめに含まれています。 若者向けの特別相談として、都では、これまでも「若者のトラブル110番」を実施しております。 いただいたご意見は、都が今後施策を検討するにあたって参考になるものと考えます。
37	成年年齢引下げが間近であるにもかかわらず、コロナ禍の影響もあり、若年者への消費者教育、特に出前講座の実施が進まない状況があり、今後の若年者の消費者被害の増加が大変懸念されます。また、いわゆる悪質商法の被害のみならず、契約に対する責任に係る学習、自立した消費者になるための学習が不十分です。現代社会においては、朝から晩まで、一生涯、消費者として行動することになると言っても過言ではありません。つまり消費者教育は、他の教育とも密接に係わり合いを持ち、生活の基盤となる教育であることを学校現場に伝えることが肝要です。消費者行政（消費生活センター）から、生徒目線及び先生目線に立った有用な教育・啓発手法について伝え、自治体内外の関係者との連携を図るには、消費者教育コーディネーターの役割は不可欠であり、それにより消費生活センターが消費者教育の拠点としての機能を果たすことが可能となります。消費者教育コーディネーターの継続的な活動のためには、組織として消費者教育コーディネーターの役割と位置付けを明確化し、人員と予算確保を要望します。また、自立した消費者の育成には、幼い頃から、その特性に応じた消費者教育の積み重ねが大切であり、消費者教育コーディネーターの活動範囲の拡大が必要と考えます。	<ul style="list-style-type: none"> P50本項目に、「消費者教育コーディネーターの活動範囲の拡大に当たっては、人員や予算措置など、組織的な推進体制の強化が不可欠である。」と記載しており、ご意見の趣旨は中間のまとめに含まれています。 いただいたご意見は、都が今後施策を検討するにあたって参考になるものと考えます。

1 成年年齢引下げに対応した消費者教育（3）今後の取組の方向性（P50～）

No.	意見の概要	審議会の見解・対応
○ 教育プログラムの充実による学校現場への支援強化		
38	<p>実践的な消費者教育には、消費生活センターから発信する新鮮な情報が欠かせません。また、消費生活センターは、「なぜ被害に遭ってしまうのか」ということについて、多くの相談対応から把握しています。これらの情報を有効に活用し、実践的な教育プログラム案の提供や教材の作成を要望します。そのためには、消費生活センターの各担当者（担当部署）の知見を十分に活用することが鍵であると考えます。また、消費者教育は、広範な分野に関連するため、応用、カスタマイズがしやすい教材、法改正や社会経済状況の変化による内容の更新がしやすい教材、オンラインのメリットを取り入れた教材等の開発を期待します。</p>	<p>・P50本項目に、センターに寄せられる若者の消費者被害の傾向等の分析やe-ラーニングなど汎用性の高い教材の作成といった教育プログラムの充実について記載しており、ご意見の趣旨は中間のまとめに含まれています。</p> <p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討するにあたって参考になるものと考えます。</p>
○ 幅広い主体に対する消費者教育の実施		
39	<p>学校に通っていない、あるいは社会人の若年者に対する消費者教育は、集団による学習が難しい状況ですが、オンライン講座、イベント、キャンペーン事業等を活用し隙間なく実施されることを要望します。</p>	<p>・P50本項目に、「若者向けキャンペーンなどを通じて、広く社会に対して消費者問題についての認識を浸透させるとともに、学校教育で消費者教育を受ける機会のない若者にも目を向け、関係機関とも連携しながら幅広く若年層に対して消費者教育コンテンツを提供する」と記載しており、ご意見の趣旨は中間のまとめに含まれています。</p> <p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討するにあたって参考になるものと考えます。</p>
40	<p>P50の幅広い主体に対する消費者教育の実施、P52の多様な消費者に寄り添える環境の整備などの消費者教育の推進に当たっては地域の消費者団体、NPO、PTA、町会、自治会、老人クラブ、ボランティア団体など、身近で活動している団体の力が重要な役割を果たすこととなります。全ての消費者に行き届く教育機会の確保の推進にはこれら団体の活動がなくてはならないものです。今回、これら団体への支援という施策が文中にないことを大変残念に思います。活動を支援するということが重要だと考えますので引き続き積極的な支援をお願いします。</p>	<p>・P50本項目、P52＜○多様な消費者に寄り添える環境の整備＞に、関係機関等との連携による施策の推進について記載しておりますが、いただいたご意見を踏まえ、P50及びP52に、関係機関に係る記載を追記します。</p>

2 急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育（3）今後の取組の方向性（P52～）

No.	意見の概要	審議会の見解・対応
○ 全ての消費者に行き届く教育機会の確保		
41	<p>デジタル化への対応、デジタルに不慣れな方々へのデジタル教育、更には特性に応じた消費者教育の手法を工夫し、誰一人取り残さない確実な教育を要望します。</p>	<p>・P52本項目に、「デジタル社会において取り残される消費者が出ないよう消費者教育の創意工夫を図る必要がある。」と記載しており、ご意見の趣旨は中間のまとめに含まれています。</p> <p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討するにあたって参考になるものと考えます。</p>
42	<ul style="list-style-type: none"> ・東京都民消費者学習アプリを作る。 ・通信キャリアには消費者基本法、消費者教育推進法により消費者教育推進への協力の責務があると考える。 ・東京都内で販売するスマートフォンには全て東京都民消費者学習アプリをデフォルトでインストールする。 ・アプリには情報発信機能とアンケート機能を設け理解度を見える化し改善を重ねる。 ・インセンティブとして携帯キャリアのポイントサービスと連携する。ポイント経費は全て携帯キャリアが社会貢献で負担する。 <p>消費者教育の機会は東京都をはじめ多くの皆様のご尽力で確保されています。これからは自立した消費者として自ら学習する習慣が不可欠です。消費者学習の推進という考え方もぜひ取り入れてください。</p> <p>学習ツールとしてシンプルにスタートできる公式な都民向けのアプリがあると消費者相談も減り、被害も減り、消費者市民が増えると思います。</p>	
43	<p>全ての消費者に行き届く教育の確保という観点から、今後も講座を参集型とオンラインの併用で開催されると思います。自宅でオンライン講座を視聴できない方のために区市町村の消費生活センターの会議室で同時視聴できるという環境も必要ではないでしょうか。消費者教育の拠点である東京の全ての消費生活センターにおいてWi-Fi等の通信環境を完備することを加筆してください。</p>	

3 持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進（3）今後の取組の方向性（P54～）

No.	意見の概要	審議会の見解・対応
○ 民間企業等と構築するプラットフォームによる都民の行動変容につながる協働プロジェクトの展開		
44	<p>プラットフォームを活用した取組においては、エシカル消費の意義、エシカル消費によって得ることができるメリットに関して、各主体から具体的な情報発信をすることで、消費者の選択の機会の確保と経営者や従業員の意識改革へとつながることを期待します。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・P54本項目に、「経営者や従業員の意識改革」と記載しており、ご意見の趣旨は中間のまとめに含まれています。 ・いただいたご意見は、都が今後施策を検討するにあたって参考になるものと考えます。

政策5 消費者被害の救済

1 消費生活トラブルの解決に向けた相談対応（3）今後の取組の方向性（P57～）

No.	意見の概要	審議会の見解・対応
○ 新たなサービス・技術等に対する相談体制の強化		
45	<p>スケールメリットを生かした高度専門相談の更なる充実を望みます。そのためには、消費者行政として不適正取引の排除及び福祉部門・教育部門との連携、消費生活相談員の研修体制やバックアップ体制の一層の充実を要望します。加えて、新しい商品・サービスに係る専門分野に関する助言体制の拡充と市区町村への情報提供と支援体制の推進も必要です。また、消費生活相談における解決困難案件については、消費者被害救済委員会の利用がより促進されることを望みます。</p>	<p>・P57本項目に、相談員向け研修の拡充など高度専門相談の充実や都が運営している消費生活相談支援サイトの活用促進など区市町村支援の充実・強化について記載しており、ご意見の趣旨は中間のまとめに含まれています。</p> <p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討するにあたって参考になるものと考えます。</p>
46	<p>国において消費生活相談のデジタル化に向けた検討が行われていますが、デジタル技術の有用な活用とともに、現状の相談機能が後退することなく、消費者にとって一層の利益となり、健全な市場の形成と社会正義に反する取引の排除に貢献できるような仕組みとなることを要望します。そのためには、消費生活センターの実態、消費者の現状、社会状況を踏まえた情報発信を要望します。</p>	
○ 多様な主体への相談体制の充実		
47	<p>消費生活センターは、当事者である高齢者に限らず、家族や第三者からの相談に対して、相談内容によっては積極的に相談に応じる対応が必要です。</p> <p>福祉部門は、高齢者・障がい者の財産被害が散見される場合、消費生活部門と連携するフローを構築し、都の見守りネットワークに組み入れていただきたいと思います。</p> <p>（政策1 2 見守りによる消費者被害の防止と早期発見 と重複する意見）</p>	<p>・都では、これまでも、一般の消費生活相談窓口のほかに、相談が多く寄せられている高齢者被害専用の相談窓口、ヘルパー等からの高齢者被害通報や問い合わせ用の「高齢消費者見守りホットライン」等を開設し、相談対応を行っています。</p> <p>また、P58本項目の中で、多様な主体への相談体制の充実として、若者、高齢者、障害者、さらに日本語による相談が困難な外国人などへの相談対応力強化について記載しており、ご意見の趣旨は中間のまとめに含まれています。</p>
48	<p>若者、高齢者、障がい者、外国人等多様な相談者への対応力を強化するため、それぞれの特性に応じた情報提供ツールの開発、ハード面及びソフト面におけるバリアフリーの視点に立った環境整備、体制整備と研修の充実を望みます。</p>	<p>・いただいたご意見は、都が今後施策を検討するにあたって参考になるものと考えます。</p>