

第27次東京都消費生活対策審議会

第1回総会

令和4年8月31日（水）

オンライン

(午前10時03分 開会)

○消費生活部長 それでは、大変お待たせいたしました。開会させていただきます。

本日は御出席いただきまして、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いたします。

最初にオンラインの操作について、御説明させていただきます。ハウリング防止のため、御発言される時以外はマイクをオフにさせていただきますようお願いいたします。

また、カメラについては、後ほど御案内を差し上げるまでの間は、オンをお願いします。

また、音やカメラについて不具合が生じた際には、一旦、会議から退出して、再入室を試みていただければと存じます。再入室をしても改善されない場合には、あらかじめお伝えしております緊急用の電話番号に御連絡をお願いします。

最初に、本日の出席状況について御報告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23名、委任状を御提出いただいた委員が2名でございます。東京都消費生活対策審議会運営要綱第6に定めます委員総数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いたします。

なお、本審議会は原則公開とし、総会の内容は都のホームページ等に掲載し、公表させていただきますことを御了承願います。

それでは、ただいまから第1回総会を開催させていただきます。

会長選任までの間、私が進行役を務めさせていただきますので、よろしくお願いいたします。

それでは、初めに東京都生活文化スポーツ局長の横山より、御挨拶させていただきます。

○生活文化スポーツ局長 委員の皆様、おはようございます。生活文化スポーツ局長の横山と申します。会議の開催に当たりまして、一言御挨拶を申し上げます。

委員の皆様には、大変お忙しい中、本審議会の第27次の委員に御就任をいただきまして、誠にありがとうございます。また、これまでも、様々な形で東京都の消費生活行政の推進に多大な御支援、御協力をいただきまして、重ねて御礼を申し上げます。

東京都消費生活基本計画の改定につきましては、本年2月に、計画の基本的な考え方について、審議会から答申をいただきましたこと、厚く御礼を申し上げます。都では、本答申に基づき、施策化の検討を進め、本日、計画素案を策定、公表という段階に至りました。計画素案では、サステナブルなライフスタイルの推進、デジタル社会の急速な進展に伴う新たな課題への対応、この二つをポイントに企業、団体との連携、協働による都民の消費行動の変容につながるプロジェクトの展開、不当なデジタル広告への対応力の強化、子供の安全確保のための商品安全の交流型デジタルプラットフォームの運用支援など、重点的な課題に対応するため、新たな施策を掲げております。

本日の総会では、現行の消費生活基本計画の進捗状況について御報告をさせていただくとともに、あわせて、本計画素案について御報告をさせていただき、御意見をいただければと存じます。

また、都民意見の募集を開始し、その結果を踏まえまして、年末を目途に計画を策定してまいります。

都におきましては、新たな計画に基づき、都民の消費生活の安全、安心の確保に向け、消費生活行

政を一層推進してまいる所存でございます。委員の皆様には、それぞれ専門的なお立場から、引き続き、御支援、御協力を賜りますようお願い申し上げます、簡単ではございますが、私からの挨拶とさせていただきます。本日はどうぞよろしくお願い申し上げます。

○消費生活部長 局長は他の公務のため、ここで退席させていただきます。

続きまして、本日の資料の確認をさせていただきます。

最初に次第がございまして、資料1、委員名簿、資料2、幹事・書記名簿、資料3、東京都消費者教育推進協議会名簿（案）、資料4-1、現行計画4年間の主な実績 平成30年度から令和3年度、資料4-2、令和4年度主な取組予定、資料5-1、東京都消費生活基本計画（素案）、資料5-2、東京都消費生活基本計画（素案）における現行計画からの変更点（案）、資料5-3、東京都消費生活基本計画（素案）について概要でございます。その他、参考資料といたしまして、1、「東京都消費生活基本計画現行」具体的施策取組状況調査票、2、審議スケジュール（案）、3、東京都消費生活対策審議会運営要綱でございます。

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、委員名簿を御覧ください。

順にお名前をお呼びいたしますので、マイクをオンにしてお返事いただき、終わりましたら、再びマイクはオフにしていただきますようお願いいたします。

東京都議会議員、アオヤギ有希子委員でございます。

○アオヤギ委員 おはようございます。アオヤギです。よろしくお願い致します。

○消費生活部長 続きまして、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。

○消費生活部長 東京大学大学院法学政治学専攻教授、沖野眞己委員でございます。

○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。

○消費生活部長 東京家政学院大学現代生活学部准教授、小野由美子委員でございます。

○小野委員 本日はどうぞよろしくお願い致します。

○消費生活部長 法政大学大学院政策創造研究科准教授、公益財団法人消費者教育支援センター理事、主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。

○消費生活部長 慶應義塾大学大学院法務研究科教授、鹿野菜穂子委員でございます。

○鹿野委員 鹿野でございます。

○消費生活部長 東京都議会委員、かまた悦子委員でございます。

○かまた委員 よろしくお願い致します。

○消費生活部長 明治大学法学部教授、川地宏行委員でございます。

○川地委員 川地です。よろしくお願い致します。

○消費生活部長 国立研究開発法人産業技術総合研究所人工知能研究センター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。よろしくお願い致します。

○消費生活部長 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 はい。小浦でございます。どうぞよろしくお願い申し上げます。
- 消費生活部長 公益社団法人消費者関連専門家会議専務理事、坂倉忠夫委員でございます。
- 坂倉委員 坂倉でございます。どうぞよろしくお願い致します。
- 消費生活部長 東京都議会議員、渋谷のぶゆき委員でございます。
- 渋谷委員 はい。渋谷のぶゆきです。よろしくお願いいたします。
- 消費生活部長 一般社団法人エシカル協会代表理事、末吉里花委員でございます。
- 末吉委員 末吉里花と申します。どうぞよろしくお願いいたします。
- 消費生活部長 特定非営利活動法人東京都地域婦人団体連盟理事、関和子委員は御欠席でございます。

明治学院大学法学部消費情報環境法学科教授、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いいたします。
- 消費生活部長 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 坪田郁子でございます。よろしくお願いいたします。
- 消費生活部長 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 はい。湊元です。よろしくお願いいたします。
- 消費生活部長 一般社団法人ECネットワーク理事、原田由里委員でございます。
- 原田委員 原田でございます。今日はよろしくお願いいたします。
- 消費生活部長 弁護士の平澤慎一委員でございます。
- 平澤委員 平澤です。よろしくお願い致します。
- 消費生活部長 主婦連合会副会長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。よろしくお願いいたします。
- 消費生活部長 東京都議会議員の福島りえこ委員でございます。
- 福島委員 はい。福島です。よろしくお願いいたします。
- 消費生活部長 日本チェーンストア協会専務理事の牧野剛委員でございます。
- 牧野委員 牧野でございます。よろしくお願いいたします。
- 消費生活部長 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。よろしくお願いいたします。
- 消費生活部長 東京都議会議員の宮瀬英治委員でございます。
- 宮瀬委員 よろしくお願いいたします。
- 消費生活部長 東京都公立高等学校長協会副会長の吉田寿美委員は御欠席でございます。

続いて、専門員でございます。

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。

- 岡崎専門員 岡崎竜子と申します。よろしくお願いいたします。
- 消費生活部長 東京都民生児童委員連合会常任協議員の田中義正専門員でございます。
- 田中専門員 田中です。よろしくお願いいたします。
- 消費生活部長 公益財団法人東京都私学財団事務局長の山浦拓也専門員でございます。

○山浦専門員 山浦です。よろしくお願ひいたします。

○消費生活部長 ありがとうございます。

なお、第27次審議会の幹事、書記につきましては、資料2、幹事・書記名簿の配付をもちまして、紹介に代えさせていただきます。

次に、会長の選出をお願いしたいと存じます。

審議会運営要綱第4第1項により、「会長は審議会に属する委員のうちから互選する。」となっております。いかがいたしましょうか。

では、小浦委員のほうからお手が挙がりましたので、お願ひいたします。

○小浦委員 ありがとうございます。小浦でございます。

本審議会の前期の会長代理をお務めいただきました、鹿野委員が適任と考えます。

○消費生活部長 ありがとうございます。

ただいま小浦委員から、鹿野委員を会長にとの御推薦がございました。いかがでございましょうか。

(「異議なし」の声あり)

○消費生活部長 特に異議がないとのことで、鹿野委員が会長に選出されました。それでは鹿野会長、どうぞよろしくお願ひ申し上げます。

それでは恐縮でございますが、会長から御挨拶をいただきたく、お願ひを申し上げます。

○鹿野会長 鹿野菜穂子と申します。ただいま会長を拝命いたしました。一言、御挨拶を申し上げたいと思います。

消費生活をめぐる課題は、御存知のとおり山積してございまして、この中には、都が従来から取り組んできた様々な問題、悪質商法対策とか表示や取引の適正化対策、あるいは高齢消費者被害の対策等々も重要なものとして、なお存在しているところでございます。しかし、先程の局長の御挨拶にもありましたように、近年、また新たな課題も重要なものとして浮上してきております。特に、本年4月からは成年年齢の引下げが実施されたということ、それからデジタル化の急速な進展に伴い、その正の部分もちろんあるのですが、負の部分もあり、その両方を踏まえて、都がどのように取り組んでいくかということも重要となっております。さらに持続可能な社会の形成に向けた課題なども、重要性を増してきています。

そして、その中で都政は非常に重要な役割を担っているものと思われまふ。何と申しても、もちろん都だけというわけではありませぬが、消費者行政において、生活者に身近な地方の果たすべき役割というのは大きく、特に東京都は、今まで地方の中でも様々な場面において、トップランナーとしての重要な役割を果たしてきたと認識しているところでございます。

そこで、今後もこの審議会において、委員の皆様方と議論しながら、消費生活に関わる都政の推進について、私は微力ではございますが、尽力していきたいと考えております。どうぞよろしくお願ひいたします。

○消費生活部長 ありがとうございます。

それでは、この後の進行は会長をお願いしたいと思います。よろしくお願ひいたします。

○鹿野会長 それではまず、会長代理を指名させていただきたいと思ひます。

審議会運営要綱第4の3に、「会長に事故があるときは、あらかじめ会長が指名する委員がその職務を代理する。」となっております。そこで、本審議会の前期部会長をお務めいただいた平澤委員に会長代理をお願いしたいと思いますが、よろしいでしょうか。

(「異議なし」の声あり)

○鹿野会長 御異論ないと。それでは平澤先生、お願いします。

○平澤会長代理 平澤です。私もお受けさせていただきます。

会長代理就任ということで、一言だけ御挨拶ですけれども、先程鹿野会長がおっしゃられたとおり、消費生活の課題はたくさんあると思いますし、特に成年年齢の引下げのような大きなこともあったり、それからデジタル化、高齢者被害、様々な課題があると思います。そのようなことで会長共々、この審議会の運営の円滑、充実した審議が諮られるよう、皆様に御協力いただき、務めさせていただきたいと思います。よろしくお願ひいたします。

○鹿野会長 ありがとうございます。

続きまして、前回第26次の審議会でも設置しておりました「東京都消費者教育推進協議会」について、消費者教育推進法に基づく消費者教育推進地域協議会として、引き続き本審議会に設置したいと思います。御賛同いただけますでしょうか。

(「異議なし」の声あり)

○鹿野会長 よろしいですか。それでは御承認いただいたものとして、次に進みたいと思います。

それでは次に、協議会で審議をお願いする委員及び部会長の選任をいたしたいと思います。

委員及び部会長につきましては、審議会運営要綱第7の第1項及び2項により、会長が指名することになっております。事務局から、ただいま資料3、東京都消費者教育推進協議会委員名簿(案)について画面共有していただいていると思います。これの読み上げをお願いします。

○企画調整課長 事務局を務めます、消費生活企画調整課長の伊予と申します。

名前を読み上げさせていただきます。

東京家政学院大学現代生活学部准教授、小野由美子様。すみません、役職は省略させていただいて、柿野成美様、末吉里花様、坪田郁子様、湊元良明様、平澤慎一様。続きまして、専門員になりまして、岡崎竜子様、田中義正様、山浦拓也様。以上の方々でございます。

○鹿野会長 ありがとうございます。

今、お名前を読み上げさせていただきましたが、こちらの案のとおりでよろしいでしょうか。御承認いただけますでしょうか。

(「異議なし」の声あり)

○鹿野会長 それでは、御承認いただいたものとさせていただきます。

それでは、委員の皆様方にはよろしくお願ひいたします。

それから、次に部会長ですが、都が進めるべき消費者教育に関する審議に御尽力いただいております平澤委員に、前期から引き続き、部会長をお願いしたいと思います。こちらについてもよろしいでしょうか。

(「異議なし」の声あり)

○鹿野会長 それでは御承認いただいたものとして、平澤委員から、一言御挨拶をいただきたいと思っています。

○平澤会長代理 平澤です。消費者教育のほうの部会長就任を受けさせていただきます。

先ほども述べましたけど、成年年齢引下げ問題、あるいはエシカル消費とか色々な問題がありますが、東京都で、さらに充実した消費者教育が展開できるべく、そういう議論ができればいいと思っています。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。

それでは、ただいまから議事に入らせていただきたいと思います。

本日は議事が二つございます。まず初めに、(1)が東京都消費生活基本計画(現行)の進捗状況等についてでございます。そして、続きまして(2)が東京都消費生活基本計画改定(素案)についてでございます。

まず、議事1について、最初に事務局から説明をしていただいた後、意見交換に入りたいと思います。その後、議事2に移らせていただくと。このような手順で進めたいと思います。

それでは事務局より、早速ですが議事1について説明をお願いします。委員の方々におかれましては、カメラをオフにしてお聞きいただきますようお願いいたします。

それでは事務局、お願いします。

○企画調整課長 それでは、事務局の伊予から説明させていただきます。

まず初めに、政策1、消費者被害の未然防止と拡大防止についてです。

都民への情報発信の基本ツールの一つであります「東京くらしWEB」では、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年度はトップページの改修を行い、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っております。

令和3年度のアクセス数は約227万となり、前年度と比べまして約37%増と、大幅にアクセスが増えております。また、TwitterやFacebookといったSNSでは、最新の注意喚起情報などを発信しており、令和3年度末で2万人を超えるフォロワー数となっております。

また、学生向けメールマガジンの配信、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、内容や手法を工夫し、より届きやすい注意喚起や情報発信を行っております。

次に、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ございます。特に令和元年度からは、成年年齢引下げ対策を主眼において、事業を実施しております。

令和2年度、3年度は、「ラジオCMコピーアワード」と題しまして、ラジオCMコピーの公募や動画を制作するなどして、若者が被害に遭いやすい消費者トラブルについて発信いたしました。令和3年度のCMコピーの応募件数は、前年度の4倍を超える約2,700件もの応募がありました。これは都内の公立、私立の高等学校に働きかけを行い、そのうち、約20校において、家庭科や社会科の授業に取り入れてもらったことや、中高生向けの新聞、ラジオ番組での告知を行ったこと等が要因と考えております。入賞作品はCM及び映像を作成し、YouTubeや都営地下鉄車内ビジョンな

どで配信を行いました。

次のスライドです。次に、高齢者の見守りによる消費者被害の防止と早期発見です。

区市町村において、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ネットワークに、消費者被害防止の視点が取り入れられて機能するよう、チェックシートの活用やアウトリーチの実施などを行い、区市町村の高齢者の消費者被害の防止のための取組を支援してまいりました。これまでの取組の結果、令和3年度末までに、48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。また、見守りネットワークのメンバーである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等のノウハウを提供する出前講座の実施、さらに宅配事業者など自宅に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16万部配布いたしました。

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からの専用相談電話「高齢者見守りホットライン」を設置し、被害の相談に迅速に対応しております。

次のスライドです。政策2の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す。

悪質事業者に対する取締まりの徹底では、平成30年度から令和3年度までの4年間で、業務停止命令24件をはじめとした計457件の行政指導、行政処分等を行いました。昨年度の処分例として、概要を2件、こちらの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。

次のスライドになります。また、東京くらしWEBのホームページ上において、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。資料の中央に主な通報の内容を紹介しておりますので、後程御参照いただければと存じます。

こうした悪質事業者や誇大広告に関する通報件数は年々増加しており、右下にありますとおり、通報を事業者指導や処分等につなげております。

次のスライドになります。続きまして、不当表示に対する監視等の徹底です。

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、監視の強化を進めており、この4年間で8件の措置命令、1,485件の指導を行いました。昨年度は措置命令を2件実施しており、資料中央にその事例について掲載しておりますので、後程御参照いただければと存じます。

次のスライドになります。事業者向けコンプライアンス講習会です。

法令違反事例等の解説、業界団体の参考事例など、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、この4年間で、延べ3,560名の参加がありました。なお、令和2年度からは、新型コロナの状況を受けて、WEB配信で実施しました。また、事業者団体のニーズに応じて、内容をカスタマイズした講習会も実施しております。さらに、くらしWEBの事業者向け法令学習コンテンツに新たなコースを毎年度増設するなど、継続的に事業者のコンプライアンス意識の醸成を図っております。

次のスライドになります。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、この4年間で12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、消費者に対しても注意喚起を行いました。

令和3年度は、こちらに写真が出ておりますが、カップ麺による子供のやけどに関する調査、また、清涼飲料水用ペットボトルの安全性に関する調査を実施いたしました。また、資料右下の写真は、ヒヤリ・ハット調査を基に作成された、誤飲等による乳幼児の事故防止ガイドでございます。こちらは都内の消費生活センター、保育所、幼稚園、国立、都立の小児病院等に送付するとともに、都が主催・参加するイベント等で配布しまして、都民への注意喚起に活用いたしました。

次のスライドになります。消費者・事業者及び学識経験者で構成する商品等安全対策協議会では、毎年テーマを決め、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て啓発を行っております。

令和3年度は会議体としての開催はございませんでしたが、今年度構築する予定の商品安全のための交流型デジタルプラットフォームについて、学識経験者等から意見収集を行いました。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、令和3年度はオンラインにて、開催いたしました。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、安心・安全に配慮された商品等の普及につなげております。

次のスライドになります。政策4、消費者教育の推進と持続可能な消費の普及になります。

初めに、各種消費生活講座についてですが、令和2年度以降は新型コロナの状況を受けて、一部講座を縮小、中止等をせざるを得なくなっておりますが、オンラインを活用いたしまして、令和3年度は3,000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も1万1,000名を超える方々に参加いただきました。

次のスライドになります。次に消費者教育用教材の作成です。

今年4月に施行された成年年齢引下げ等に伴い、18歳、19歳の若者を狙った消費者被害が拡大するおそれがあること、また、新型コロナの影響もあり、人々の消費行動において、サステナブルなライフスタイルの意識、関心が高まっていることを踏まえて、教材を作成しております。具体的には、御覧のような高校生、若者向けのウェブやDVDの教材等を作成し、学校等で活用していただいております。

また、次のページに掲載しておりますが、高校生向けの消費者教育・啓発ノートを作成し、都内の高校2年生全員への配布を実施いたしました。また、若者を対象に、話題となっているテーマや、特に今、若者に知ってほしい情報をくらしWEB内に連載形式で掲載し、インターネット広告から誘導するといった取組も行いました。

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、教育庁、私学部と庁内連絡会議を設置し、情報共有や各種取組の推進につなげております。

また、この4年間の中での大きな動きといたしまして、令和2年度から消費者教育コーディネーターを配置しております。こちらの消費者教育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これまでで

上に普及させること、また、消費者教育実施に係る教職員など学校からの個別相談に対応するとともに、授業や課外活動などで、当センターの消費者教育教材や出前講座等の具体的な活用方法について提案を行っております。昨年度は実績といたしまして、個別相談は17校で行いました。そのうち、コーディネートを活用して、出前講座の実施まで行ったものが12校ございまして、配置初年度の令和2年度と比較して、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捉えられた。」また、「自分の意思をしっかりとって行動する必要を感じた。」などの感想が聞かれており、生徒の理解、意識づけに高い効果が得られたと考えております。

次のスライドになります。持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進です。

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まいりました。事業の初年度となる平成30年度は、普及啓発用のPR動画を作成し、交通広告やテレビCMなど、様々な媒体で発信を行ったほか、普及啓発のシンポジウムを開催いたしました。

翌令和元年度は、都内の大学101か所で、エシカル消費の普及啓発を行うとともに、消費者月間事業である、交流フェスタのイベントでワークショップを実施いたしました。

次のページになります。令和2年度には、都内のスーパーマーケットと連携して、エシカル消費に関連する商品を集めたコーナーなどを設置し普及啓発を行ったほか、特設WEBサイト、SNSなども活用して、PR等を行いました。特設サイトでは、楽しくエシカル消費を学べるクイズを掲載するほか、アンケート回答者に福祉保健局が運営する福祉トライアルショップ「KURUMIRU」で販売されている雑貨などをプレゼントいたしました。

令和3年度は、主に幼児とその保護者を対象にし、エシカル消費についての理解、気づきが得られるデジタル絵本、ショートムービーを製作し、広く発信をいたしました。また、幅広いエシカル消費について、全般にわたり説明ができる人材育成のため、エシカル消費講座のカリキュラム、レジュメ、講師用解説書を作成いたしました。こうしたことを通じて、エシカル消費の認知関心の向上に取り組んでおります。

続きまして、次のスライドです。政策5、消費者被害の救済についてでございます。

令和3年度の相談状況ですが、一覧のとおり、相談件数は約12万4,000件の依然として高い水準で推移をしております。東京都消費者生活総合センターでは、こうした状況を受けて、相談内容の複雑化、高度化に対応するために、10の専門分野グループによる相談対応や、弁護士、建築士などの専門家からの助言を得て、解決につながる消費生活相談アドバイザーの活用を行っております。

また、相談を受けるに当たっては、通常の電話受付、来所受付のほか、外国人からの相談に対応するための三者間通話や、聴覚障害者など電話による相談がしづらい方へのメール相談等の対応も行っているほか、心のケアが必要な相談者への対応強化を図るため、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、センターでは、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又は及ぼすおそれのある紛争について、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。消費者被害救済委員会による紛争解決の実績としては、表のとおりとなっております。

引き続き、資料4-2を御覧ください。こちらは、今年度の主な取組内容を記載しておりますものでございます。政策の柱1から5ごとに、今年度の取組予定をまとめてございます。こちらについては、後程御参照をいただければと存じます。

以上、令和4年度までの主な取組についての実績についての御報告でございました。以上でございます。

○鹿野会長 御説明ありがとうございました。

それでは、ただいまの御説明につきまして、御意見、御質問がありましたら、御発言をお願いします。発言される方は、挙手ボタンをオンにしてください。それを見て、私のほうで指名をさせていただきます。その後、マイクとカメラをオンにして、御発言をいただきたいと思っております。いかがでしょうか。

平野委員、お願いします。

○平野委員 御報告ありがとうございます。今の御報告を聞いていますと、成果も出てきているような気がします。

質問が2点ございます。

1点目は、資料4-1の④のところにありました表の中に、令和2年から令和3年の指導件数等が減っているという数字を見て、これは指導成果の表れなのかということです。

2点目は、この相談によって、紛争解決というものに至ったというような御報告があったのですが、相談者が、相談をして納得や満足できたというようなことの事後確認等を行っているかなというところが、気になったところです。

以上です。よろしくお願いいたします。

○鹿野会長 ありがとうございます。

事務局のほうで、2点質問がありましたが、よろしいでしょうか。

○特別機動調査担当課長 特別機動調査担当課長の西尾と申します。私は悪質事業者に対する指導、処分を担当しております。

指導件数が減少したというお話でございます。指導件数というのは、年度によってかなり変動する、事業者が、ある意味逃げてしまうというか、いなくなってしまう、あるいはサイトを閉じてしまうということがしばしばございまして、なかなか指導しようと思っても、行き着かないということがございます。できるだけ、私どもも悪質な事業者に対して指導、処分をやっていきたいと考えておりますが、昨年度は、多少、前年度よりも減ってしまったという残念な結果になっております。

あと、やはり新型コロナウイルスの影響というものが大きく作用しています。私どもが、指導のために色々な調査に動く際にも、なかなか動きづらい、あるいは事業者さんに都庁に来てもらって、調査、指導を行うということもなかなかできないという状況がございました。今後、コロナと一緒に生活していくことが続くわけですけれども、色々工夫をしながら、仕事をしていきたいと考えております。

以上でございます。

○鹿野会長 2点目につきましては、お願いします。

○消費生活専門課長 東京都消費生活総合センター専門課長の高村といたします。よろしくお願いいたします。

相談でございますが、年間、たくさんの相談を受けているところではございますけれども、相談の満足度といわれますと、なかなか難しいのですが、その方々に合った助言をさせていただいております。相談が終わるときには、相談者の方にはそれなりに御納得いただいて電話を切る、もしくは相談を終了するという形を取らせていただいております。

以上になります。

○鹿野会長 よろしいでしょうか。平野委員、よろしいですか。

それでは、続きまして石戸谷委員、お願いします。

○石戸谷委員 ありがとうございます。

政策5の被害救済のところについてなんですけれども、相談とか被害救済委員会のこの実績というのは、大変充実しているものだと評価しております。特に、被害救済委員会のほうでの水回り業者のあっせん成立事案などは、同種被害が非常に多発していて、各地の相談現場でも大いに役に立ったというふうに評価しております。

一方で、この解決困難事例というのも多くなってきているということも事実なのでありまして、この点、国に対して、法令の運用の明確化とか、あるいは法令改正等の働きかけというところが大事だと思うんですけれども、参考資料1の取組状況調査票、7ページを見ますと、国に対する提案要求については、行政処分の根拠となる証言を行った消費者の支援の項目だけ上げられているんですが、これは毎年出しているものなのでして、実際問題としては、国に対する働きかけというのは、これ以外に色々やっているんじゃないかと思われるんですけれども、この提案要求として、本当にこれだけなんだとすると、これに限らず、現場からの意見というのは、消費者庁のほうでも、消費者委員会もそうですけれども、重く受け止めることになると思いますので、積極的に提案をしていくべきというふうに思います。提案要求という形で乗っからない形での働きかけを色々やっているのか、その辺の意味がいまいちよく分からないところなんですけど、よろしくお願いいたします。

○鹿野会長 御意見もありましたけれども、何か提案要求について、事務局から御説明ありますか。お願いします。

○消費生活専門課長 専門課長、高村でございます。

被害救済委員会で、これまで出した報告書に基づきまして、提案要求以外に、報告書に載っております法改正への要望であるとか、そういったことにつきましては、その都度、消費者庁のほうに伺いまして、お話をさせていただいて、要望といたしますか、それを出しているところでございます。以上です。

○石戸谷委員 ありがとうございます。何か、それが分かるように出ていたほうが、色々やっているんだなということになるので、工夫をお願いします。

○鹿野会長 実際にはやっていらっしゃるということで、ちょっとここの記載にはそれがうまく表現

されていないということで、次回、このような資料を作るときに、もう少し分かりやすくということをお願いしたいと思います。

それでは、続きまして坪田委員、お願いします。

○坪田委員 坪田でございます。

私のほうから3点ございます。

資料4-1の①ですけれども、ウェブサイトのアクセス数が令和元年、2年と同じような数字でしたけれども、令和3年度、非常に増えました。このウェブサイトは、様々な情報が掲載されていて、どれを取っても、充実していると思っっているのですけれども、特にこの伸びは、どの辺りが原因となって、このような伸びになったかということが、もしお分かりになれば教えていただきたいと思います。といいますのは、ウェブサイトは、一定程度のアクセス数が確保できた後、その後、なかなか伸び悩むこともあるかと思っますので、その辺りのところが分析ができていれば教えていただきたいと思っます。

それから、2点目です。資料4-1の⑦ですけれども、事業者向けコンプライアンス講習会につきまして、令和3年度は件数が結構伸びているようでございますが、これはウェブを取り入れたということもあるのかなと思っます。令和2年度も伸びていますが、令和3年度はウェブがより使いやすい状況で御案内できたのか、それとも内容的な、法改正であるとか、様々な問題もございしますので、どういったことから、こういった伸びが出てきたかということをお教えいただきたいと思っます。といいますのは、東京都内に事業者がたくさんいらっしゃいますので、ぜひこういったことも、今後進めていただければと思っしております。

それから、3点目ですけれども、資料4-1の⑫になります。コーディネーターの方の働きが非常に充実して伸びてきているということが分かるのですけれども、やはりこの伸びた秘訣というのがあるのではないかと思っます。このポイントを、今後より一層推進していただきますと、もっと増えていくのではないかと思っのですが、このコーディネートをすることは、なかなか難しい、様々な課題があると思っます。この伸びが実現できたということについて、あれば教えていただきたいと思っます。

最後は質問ではないのですけれども、被害救済委員会で、様々な法的な観点からこういった解決ができるのではないかと示していただいております、これは現場の相談員にとっても、大変役に立つ内容だと思っます。消費生活センターでの解決というのは、もちろん法令遵守というのが基本ではございすけれども、その消費者にとって、何が一番解決に向けた合理的な考え方であるか、その方に適した被害救済になるかということが一つ、大きな問題になってくると思っます。そういった点で、非常にいい、細かい解説がありまして、相談員にとっても役に立ちますので、ぜひ今後、こういったことをより発信していただいで、利用できるような形に、どこかに記載していただければと思っます。

以上でございます。

○鹿野会長 ありがとうございます。坪田委員からは三つの質問と、あとコメントないし今後に向けた要望が出されました。質問について、事務局からお答えいただけますか。お願いします。

○消費者情報総括担当課長 消費者情報総括担当課長の加未でございます。御質問ありがとうございます。

ウェブサイトのアクセスが伸びた理由でございますけれども、やはり一つには、トップページの使い勝手が非常によくになりましたので、一般の方の利用が伸びたという側面がございます。

それから、どういう用途で使われることが多いかというところなんですけれども、ウェブ教材での御活用が非常に多くございます。ここはどちらかといいますと、一定程度、安定した形で多く使われているということになりますので、今後、今年度はトップページ以外のホームページの中身についても、分かりやすく整理をするということを予定してございます。そういったウェブ教材以外の用途にも十分使っていただけるようなものにして、さらに利用者数、アクセス数を伸ばしていきたい、このように考えてございます。よろしく願いいたします。

○鹿野会長 続きまして、2番目の質問についてお願いします。

○取引指導課長 取引指導課長の各務でございます。コンプライアンス講習会についての御質問をいただきましたけれども、おかげさまで昨年度、令和3年度は、前年よりも多くの事業者の方に御参加をいただくことができました。幾つか要因はあるかと思うんですが、一つは、やはりより多くの人に、多くの事業者が法令を知ってもらいたいということで、個別あるいは業界団体等に個々に、ちょっと地道ですけども、こういう講習会がありますよという御案内を、職員が汗をかいてといいますか、一つ一つ御案内をしていったということが一つ、一番大きいのかなと思います。

2点目としては、令和2年度、一昨年度はコロナがばっと広がりまして、それまでは集合型でやっていたものができなくなって、さてどうしようということで、率直に言うと、おっかなびっくりウェブ配信を始めたようなところがございます。サーバーの負荷が大丈夫かなとか、途中で画面が止まったらまずいよねとかいったような中で、令和2年度、何とか実施をして、それから、社会的にも色々技術も少し安定してきたといいますか、配信に当たりまして、少し余裕ができた、そういったことがございましたので、募集の受講者数も少し多くして、たくさんの方に御参加いただくことができたというのが2点目でございます。

コンプライアンス講習会については、以上でございます。

○活動推進課長 消費生活センター活動推進課長の馬淵です。坪田委員、ご質問ありがとうございます。

3点目なんですけれども、コーディネーター制度、こちら課題と取組について、制度を定着させるための工夫ということでお話をさせていただきます。

まず整理なのですが、課題としては大きく2点あり、教育委員会の方や学校内のトップと教員の理解というところが一つ。それからもう一つは、センターで作成した教材などを使っていただくための情報提供やアドバイスの内容です。実際、どういうことをしているかというところ、これが工夫ということになります。

まず、トップと学校の先生に対する理解を図ることについて、例えば、学校での校長会ですとか、教科研究会で定期的に重層的にお知らせをしているということと、個別の相談にきめ細かに対応しているということになります。

学校の教員の方に対しては夏期の教職員向け講座などで、実際のセンターで作っている教材の使い方を含め、授業等ですぐに実際使える実益のある内容をご案内する。例えば、ウェブ教材では実際の画面を用いてポイントを絞りながら、細かく説明しています。

また、このところのコロナの影響もあり、学校での教科、国語や英語、数学などの授業スケジュールもタイトになっています。消費者教育だけではなくて、環境教育、安全教育など生徒に色々教えていかななくてはならない中で、コーディネーターが消費者教育の優先順位を高くしていただけるよう理解を得て、教育活動にすぐに取り入れられる実践的なプランの具体的な提案をすることが必要です。

学校ではコロナを契機として、オンラインの環境が徐々に学校の中でも整備され、教員の方もそれを使うことにだんだん慣れてきていらっしやいます。そのような変化している学校の環境や教員の方々の状況をよく聞き、打ち合わせを重ね、丁寧に教壇に立たれる授業を先生と一緒に作り上げるなど、それぞれの学校現場の実情に合わせた教育内容の提供に努めています。今後も、消費者教育を学校で推進していただけるよう、コーディネーターを中心に働きかけを進めていきたいと思ひます。

以上になります。よろしいでしょうか。

○鹿野会長 ありがとうございます。

御意見が尽きないようなのですが、時間の関係がございまして、既にお手が早くから挙がっていたアオヤギ委員、それから平澤委員で、ひとまず、ここでの質問は打ち切らせていただきたいと思ひます。その後、後半を進めていく中で、また時間がありましたら、前半も含めて御発言をいただきたいというふうに考えております。よろしくお願ひします。

それでは、アオヤギ委員、お願ひします。

○アオヤギ委員 都議会議員のアオヤギです。1点、質問させていただきます。

まず、この間の一番の変化というところでは、旧統一教会の靈感商法に関する相談ということが、被害の実態というのが今、明らかになっているところだと思ひますけれども、靈感商法という名前で相談を受けているということではなくて、開運商法と言うらしいですけれども、その相談件数と、非常に深刻な実態の場合、消費者センターだけでは対応できない場合は、どこに相談しているのかというのを明らかにしていただきたいと思ひます。

○鹿野会長 事務局から何かございますか。お願ひします。

○消費生活専門課長 消費生活総合センター専門課長の高村でございます。

開運商法の相談につきましては、消費生活センターでも受けてきているところでございます。最近では、多くは開運商法の中には占いアプリとか、そういったものでたくさんのお金を引き出されてしまうという相談が入ってございまして、今アオヤギ委員がおっしゃいました、いわゆる靈感商法と言われるようなものというのは、最近に至ってはごく僅かな相談件数だと、こちらでは認識しております。

センターで解決できるものにつきましては、いわゆる契約等になるんですが、これにつきましては助言を申し上げているところでございます。どうしても、いわゆる靈感商法で御寄附されるとかお布施されるとか、そういったことになると、センターだけでは解決が至らない場合がございますので、しかるべき弁護士、弁護団とか弁護士会みたいなものを紹介いたしまして、個別に御相談いただくように助言をしている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。

それでは、平澤委員、お願いいたします。ここまで前半、ひとまずはここまでの質問とさせていただきますが、申し訳ありませんが、簡潔にお願いします。

○平澤会長代理 1点だけ質問ですけど、資料4-1⑩の消費者教育の関係で消費生活講座が重要であり、成年年齢引下げとの関係では、教員講座等が非常に重要なわけですが、たまたまこのコロナと重なっていて、非常に減少しているというところだと思います。令和2年度より3年度のほうが増えていますけれども、現状まだコロナが続く中で、さらにこの辺りを増やしたり、あるいは充実させるということについて、4年度の取組等についてお聞かせいただければと思います。

○鹿野会長 事務局からお願いします。

○活動推進課長 ご質問、ありがとうございます。センターの推進課長の馬淵です。

先生のおっしゃるとおり、若年層、生徒さんへの消費者教育は教員の方々の深い理解が不可欠です。学校ではコロナ禍の影響で、教員の方々自体が研修を受けにくい、あるいは受けられない状況になりました。学校現場では実際に教科実施のスケジュールがタイトであったということと、オンライン環境がなかなか整備されていなかったということもあります。そのいずれも、コロナ禍も3年目になりまして、ソフト、ハードの面も学校側でも環境が整ってきているところです。そういった状況を踏まえながら、センターではコロナ禍が始まったときからオンライン対応というのを検討し、できる限り早く着手してきました。今年度はさらに充実させて、夏期の講習もフルカリキュラムで学校に対してオンライン提供し、これも回数も増やして実施しました。講座が終わったばかりでここには実績は明記させていただいていないんですが、今年度は昨年度よりも1.2倍程度の学校の先生方の申込数がありました。

また、内容自体も消費者行政に精通した専門の先生方のご協力を得ながら成年年齢引下げ対応をはじめ、デジタルやキャッシュレス、SDGs等、学校の先生方にも関心が高いものをさらに充実しました。アンケートも今、整理しているところですが、好評であった声もお伝えできるかと思っております。

以上になります。

○平澤会長代理 ありがとうございます。

○鹿野会長 ありがとうございます。活発な意見交換をいただきました。申し訳ありませんけれども、さらに御希望だった方については、最後にまたお願いしたいと思います。

それでは、次に議事2に移らせていただきます。

事務局より、議事2について御説明をお願いします。

○企画調整課長 それでは、資料5の東京都消費生活基本計画の改定（素案）について、説明させていただきます。ポイントを絞って御説明をさせていただきたいと存じます。

まず、資料の3ページをお開きください。こちら「はじめに」では、1として、これまでの計画の経緯をまとめております。特にここでは、4ページのほうをお開きいただきまして、2の「計画改定に当たっての基本方針」のところを御説明させていただきます。

本年2月の本審議会からの答申において、新型コロナによる影響も加味した消費生活をめぐる現状等を踏まえて、計画全体を貫く視点を更新するとともに、政策の体系の中に必要な施策を盛り込んでいく必要があるという提言をいただきました。その答申を踏まえまして、サステナブルなライフスタイルの推進、またデジタル社会の急速の進展に伴う新たな課題への対応、この二つをポイントとして、今回の計画を策定していることを記載しております。

続きまして、6ページをお開きいただきまして、第1章、消費生活をめぐる現状でございます。こちらでは、本計画の素案の前提となっております2月の審議会答申でいただきました消費生活をめぐる現状について、最新の各種データ等でお示ししております。お時間の関係もありますので、後程御参照いただければと思います。

続きまして、34ページを見ていただきまして、こちらは第2章、計画の視点と政策の柱でございます。新型コロナの感染拡大の影響による社会のシステムや人々の暮らし、意識生じた急速な変化を踏まえて計画を推進していくに当たり特に留意すべき事項について、計画全体を貫く三つの視点として掲げております。

視点1については「主体的な消費行動への変革の促進」、また視点2については「デジタル社会及びグローバル社会への対応」について、また最後の視点3については「多様な主体との連携・協働による取組の強化」といった三つの視点を掲げてございます。この三つの視点の下、本計画を体系的に推進していくため、37ページのとおり、五つの政策の柱とその柱に基づく政策の方向性を設定いたしまして施策を展開してまいります。

続きまして、これから39ページにお開きいただきまして、第3章、具体的な施策の展開について御説明を進めてまいります。

ここではまず、これまでの取組を今後も引き続き着実に推進していくこと、それに加えて、これからの時代に求められる新たな施策を戦略的に実施することを明示した上で、各政策の柱、施策の方向性ごとにこれまでの主な取組と課題、その課題に対する今後の取組の方向性、そして具体的施策を記載しております。

なお、現行の計画では、具体的な施策は計画の巻末のほうに、一覧表としてまとめて掲載をしておりましたが、今回の素案では本文の記述と関連性の強い施策については、今後の取組の方向性の直下に掲載を行うことで、施策の方向性ごとに都がどういった施策を具体的に展開していくのかをより関連づけて、分かりやすくお読みいただけるようにしております。

それでは、各政策の内容の説明に入らせていただきます。

まず、政策1、消費者被害の未然防止と拡大防止についてです。そのさらに一つ目の施策の方向性、被害防止のための注意喚起・情報発信でございます。

ここで40ページを御覧いただきまして、ここでの課題といたしましては、都が発信した情報に対する認知は不十分な状況であり、「伝える」から「伝わる」情報発信への転換、また社会とのつながりや生活面での属性等にも応じた情報提供の場の検討が必要となっていることを述べております。

それを受けた今後の方向性としましては、デジタル社会に対応した伝わる情報発信として、簡潔で伝わりやすい表現や話題性を捉えた有用性の高い情報発信等を行っていくと明記しております。また、

多様な主体との情報提供の場の開拓として、自治会等地域とのつながりから情報提供の場を開拓するなどの工夫も行っていくことを掲載しております。

具体的な施策については、41ページのとおり、ホームページ「東京くらしWEB」等による消費生活情報の総合的な提供等、3件の概要を掲載しております。

次に42ページにいきまして、政策1の二つ目の施策の方向性、高齢者の見守りによる消費者被害の防止と早期発見でございます。

ここでの課題といたしましては、区市町村における見守りネットワークのさらなる機能の充実に向けた支援と、消費者安全確保地域協議会の設置自治体数が令和3年度で、まだ7区市にとどまっている状況を述べてございます。

これを受けた今後の取組の方向性といたしまして、43ページのとおり、見守りネットワーク機能の充実にして、出前講座の充実や宅配事業者との連携など、見守りネットワーク活性化に向けた支援を引き続き実施していくこと、また、消費者安全確保地域協議会設置に向けた働きかけとして、区市町村への働きかけや支援等を行っていくこと等を述べてございます。

具体的施策としては、44ページに記載していますとおり高齢者の消費者被害防止のための見守りネットワークの充実等、3件の概要を掲載してございます。

次に45ページ、政策2の不適正な取引行為等の排除と健全な市場の形成でございます。

まず一つ目の施策の方向性、不適正な取引行為等の排除でございます。

46ページを御覧いただきまして、ここでの課題といたしまして、インターネット広告の変化、多様化への対応を述べております。インターネット広告では表示されている内容や金額が実際の契約と異なるケース、また事業者名や所在地、内容等が次々と変更され、表示内容等の特定が困難なケース、アプリを利用した勧誘や暗号資産の詐欺的トラブルなど、新たな手口による被害が増加しております。

また、SNSや動画サイト上の広告や閲覧者の属性等に応じて表示される広告など、配信方法等も変化、多様化し、アフィリエイト広告など、複数の事業者が関与するケースも増えております。こうした広告の追跡、保存、再現の困難性から、これまでとは異なるデジタル技術に関する高度な専門技術と知識が必要となっております。

そこで、今後の取組の方向性といたしまして、専門的な人材の活用や継続的な監視体制の構築によるデジタル広告への対応力強化として、デジタル技術等に関する知識、経験を備えた専門家から適切なアドバイス等の支援を得られる体制の確保、また、問題のある表示等を継続的に追跡、監視をする仕組みの構築により、対応力を向上してまいります。

具体的施策として、49ページのとおり、悪質事業者に対する取締りの徹底等、2件の概要を掲載してございます。

次に50ページ、政策2の二つ目の施策の方向性、健全な市場の形成でございます。

ここでの課題といたしましては、51ページに記載のとおり、コンプライアンス講習会のさらなる受講ししやすい環境整備、講習内容の充実やコンプライアンスの取組が進んでいない事業者団体等への支援を掲げてございます。

今後の取組の方向性として、事業者団体等の自主的取組の推進への支援として、事業者向けコンプ

ライアンス講習会について、配信方法の工夫やデジタル広告に関する講義の導入などさらなる充実を図っていきます。また、単独でコンプライアンス講習会の主催が難しい事業者団体等には、類似の団体との共催を声かけするといった支援を行ってまいります。その下に、具体的施策として、事業者のコンプライアンス意識の醸成の概要を記載してございます。

次に52ページ、政策3、消費生活の安全・安心の確保についてでございます。

一つ目の施策の方向性、商品・サービスの安全の確保については、ここで課題として子供の事故は他の年代と比べて多く、発達段階にある子供は事故に遭うと大人よりも危険な状態に陥りやすいこと、また、子供の事故の発生を防ぎ、万一事故が発生しても被害を最小限にとどめるための安全対策を講じる必要があることなどを述べております。

こうしたことを踏まえまして、54ページの今後の取組の方向性では、商品安全のための交流型デジタルプラットフォームの運用支援として、子育て世代である方々への注意喚起・情報発信を効果的に行うため、消費者と事業者が交流する商品安全のためのデジタルプラットフォームの構築、運用支援を都と民間団体で協力して取り組んでまいります。

具体的な施策としては、55ページにプラットフォームについての概要を記載してございます。

次に政策3の二つ目の施策の方向性として、安心して商品・サービスを選択できる取組の推進です。

ここでは課題といたしまして、依然として後を絶たない事故等を防止するため、継続的な取組や安全に配慮した商品の普及などの取組を進めていく必要があることを掲げています。また、それを受けて、安全な商品のPR・普及として、消費者が安心して商品等を選択するための情報提供や各種制度の運用等の取組を進めてまいります。

57ページに具体的施策を掲載してございます。

次に58ページ、政策3の三つ目の方向性、災害時における消費生活の安心の確保についてでございます。これまでの取組として、平成8年に東京都生活協同組合連合会と協定を締結しまして、毎年災害時における連絡会議の開催等を行っていることと記載しております。

今後についても、災害時における生活物資の供給確保として、これまでの取組を着実に行うとともに、引き続き災害時の物資の調達・流通の確保の取組を進めてまいることといたします。

次に60ページ、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。

まず、一つ目の施策の方向性、成年年齢引下げに対応した消費者教育の強化についてでございます。こちらは2月の答申を踏まえまして、新たに新設した施策の方向性でございます。

ここでの課題といたしまして、63ページに記載のとおり、成年年齢引下げに伴う消費者被害の低年齢化に対応するため、義務教育における成長段階に応じた消費者教育の機会の提供や、教材、講座等の内容の充実を図り、効果の高い教育プログラムの具現化、さらには学校教育だけでなく、全ての若者に幅広く消費者教育を届けることが必要であることを掲げております。

これを受けた今後の方向性として、教育現場に対する啓発活動の強化として消費者教育コーディネーターの活動範囲拡大や、消費者団体や弁護士など、消費者教育に関わる幅広い関係機関の紹介など、実践的な消費者教育に努めていくこと、また、教育プログラムの充実による学校への支援強化として、教育現場の実情、ニーズを把握した活用しやすい教材の作成等によって教材等の認知度、活用

率の向上を図ること、さらに、幅広い主体に対する消費者教育の実施として、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たコンテンツの提供などの取組の強化を行っていることをお示ししております。

その具体的施策として、65ページ、66ページに5件の概要を記載してございます。

次に69ページ、二つ目の施策の方向性、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の推進です。こちらと同じく2月の答申を踏まえまして、新たに設定しました施策の方向性です。

ここでの課題でございますが、一つ目に、今後も新たなデジタル技術に基づいたサービスの拡大が予測されておりまして、消費者教育においても迅速な対応が必要であること。二つ目に、ネットが社会のインフラの一つとなっており、誰もがトラブルに巻き込まれるおそれがあることや、デジタルデバイドの拡大に伴う情報弱者への対応の必要性、また、消費生活情報を得にくい在住外国人、障害者などのトラブル未然防止のため、多様性に配慮した教育の推進が必要であることを掲げております。

これを受けた取組の方向性として、70ページのとおり、デジタル技術を活用したサービス提供の推進として、オンラインツール等を活用して、講座の運営方法等や教材等の提供方法との適宜の見直しを行うこと、また、全ての消費者に行き届く消費者教育の推進として、デジタル社会の身近な消費者トラブル、特に被害に直面した際の対処方法、相談窓口の存在と活用について、広く啓発を行っていくこと、また、デジタルデバイドを念頭に分かりやすい啓発を行うなど、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に、消費者教育の創意工夫を図っていくこと、そして、外国にルーツを持つ人々や障害者に対する合理的配慮など、多様性に配慮した教育コンテンツの提供などを行っていくことを示しております。

具体的な施策といたしましては、71ページに記載のとおり、8件の概要を掲載してございます。

続いて74ページ、政策4の三つ目の施策の方向性、持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進でございます。

ここでの課題といたしましては、75ページに記載のとおり、新型コロナ感染拡大の影響を受け、地球環境や社会問題に関して消費者の意識が高まる一方、企業側がサステナビリティの取組を今後の成長戦略の中で、一層重要視するようになってきている現状を好機と捉えて、エシカル消費に資する活動に取り組む民間企業等をさらに増やしていくとともに、そうした企業等の商品やサービスの購入を消費者に促す仕組みが必要となっていること、そして、そのためには民間企業等と協働し、エシカルの商品はどこで購入できるのかなどの情報を都民に分かりやすく伝えていき、具体的な消費行動を实践できる仕掛けを提供することが有効であることを掲げております。

それを受けた今後の取組の方向性といたしましては、76ページのとおり、エシカル消費推進のための民間企業と構築するネットワークによる都民の行動変容につながるプロジェクトの展開としまして、エシカル消費の理念をさらに広く都民に普及させるとともに、行動変容を促す一歩進んだ取組を進めていくことを示しております。そして、企業等と協働し、エシカル消費を日常にするための社会的ムーブメントを創出するとともに、消費者の実践に結びつけていくため、エシカル消費に積極的な幅広い業種から、熱意ある企業等に参画をしてもらうとともに、取組実績のある企業や関係機関、NPO等へも協力の呼びかけを行ってまいります。

具体的施策といたしましては、77ページから80ページにありますとおり、エシカル消費の理解の促進等、18件の概要を掲載してございます。

続きまして81ページ、第3章の最後の取組になります。政策5、消費者被害の救済でございます。一つ目の施策の方向性、消費生活トラブルの解決に向けた相談対応でございます。

ここでの課題でございますが、82ページのとおり、デジタル化、グローバル化による高度化、複雑化する相談の増加等から、相談員の相談対応能力の向上や、消費者が自ら問題を解決するための必要な支援の必要性と、自ら問題を解決することが難しい状況にある多様な主体からの相談に柔軟な対応を行っていく必要性を掲げております。

それを受けた今後の取組の方向性ですが、一つ目に新たなサービス・技術等に対する相談体制の強化といたしまして、アドバイザー制度や研修の充実による組織的な相談員の対応能力向上、専門機関との連携強化、区市町村の相談窓口支援の強化、加えてAIを活用したチャットボット等の開発、運用や、消費生活相談のシステムによる一元管理など、現場の実態を踏まえた消費生活相談のデジタル化の早期実現に向け、国に対して積極的な働きかけを行っていくことを記しております。

二つ目に、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、外国人について、それぞれの特性に応じた相談対応の強化を掲げています。例えば若者については、チャットボット等の活用により、コミュニケーション手法の多様化、高齢者については、見守りネットワークの活用や区市町村との連携の強化、また障害者等についてはカウンセラー制度や関係機関との連携、外国語対応については対応可能言語の拡充など、相談受付体制の強化を示しております。

具体的な施策としましては、85ページ、86ページに記載のとおり、高度専門的な消費生活相談等、4件の概要を記載してございます。

次に87ページにいきまして、政策5の二つ目の施策の方向性、被害回復のための取組の推進についてでございます。これまで、都民の消費生活に著しい影響を及ぼし、又は及ぼすおそれのある紛争等について、公正かつ速やかな解決を図るため、消費者被害救済委員会であっせんや調停を行っていることをお示ししております。

今後の取組の方向性としては、こちらの被害救済委員会の積極的な活用と審議経過と結果を広く都民や消費生活窓口等に知らせることにより、同一同種の被害の防止及び救済を図っていくこととしております。

具体的な施策については、88ページに記載してございます。

次に89ページ、第4章、計画の着実な推進に向けてでございます。

90ページに推進体制を記載してございますが、本計画を着実に推進していくため、国、他の道府県、庁内関係各局、消費者団体、事業者、事業者団体等の皆様と連携、協働するとともに、区市町村の消費生活行政を支援することで都全域での消費者行政を適切に推進してまいります。

次に、2の「進行管理」についてでございますが、計画における各施策、事業につきましては、毎年度実施状況を確認し、本審議会に御報告をさせていただきます。都としましては、本審議会の御意見を尊重いたしまして施策、事業に反映、また、必要に応じて審議会の意見を聞いた上での計画の見直しを行っていくことを明示してございます。また、消費者教育の推進につきましては、東京都消費

者教育推進協議会の御意見を踏まえまして、施策を推進していくことを記載してございます。

素案の最後に、具体的施策一覧として、93ページ以降に各施策の柱、施策の方向性ごとに、都が実施する施策の概要、所管局を一覧にまとめて掲載してございます。先ほど御説明いたしました第3章に掲載済みの施策については、「(再掲)」と表示をし、また本計画から実施する新たな施策については、星印を表示してございます。

以上、大変駆け足で恐縮でございますが、消費生活基本計画の素案について御説明させていただきました。

なお、本素案と現行の計画との変更点については資料5-2に、また、本日公表いたしましたパブリックコメントをいたしますための本素案の概要の資料については資料5-3に掲載してございますので、後程御参照いただければと存じます。

よろしく御審議のほど、お願いいたします。

○鹿野会長 御説明ありがとうございました。ただいま素案について御説明いただきましたが、これにつきまして御意見、御質問がございましたら御発言ください。先程と同様に、発言を希望される方は挙手ボタンをオンにさせていただきたく存じます。

それでは、かまた委員、お願いできますか。

○かまた委員 御説明ありがとうございました。エシカル消費の推進のためという点では、消費者の実践を広げるためにやっていくということで、すごいい方向性だなと思っています。ぜひ期待しております。

一つ検討していただけたらというのが、63ページのところの全ての若者への啓発というところは本当に重要なポイントで、本当にそのとおりだなというふうに思っています。この作っていただくコンテンツも、きっと素晴らしいものができると思いますので、コンテンツを提供する提供の場なんですけれども、本当に私が常々皆さんから言われて、私自身もそうなんだと思っていることが、特に若い世代はもうTwitterではなく、YouTubeとかインスタなんだというふうによく言われておまして、特にYouTubeも長いものだ、途中で見てもらえなくなるということなので、ぜひこの見てほしい若い世代が、どんなコンテンツの発信の仕方をすれば情報をキャッチしてくれるのか。ぜひそこも踏まえながら、検討しながら進めていただけたらというふうに思っております。

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すが、何かございますか。よろしいですか。

それでは続きまして、渋谷委員。先ほどは、前半のときにお手が上がったのに、発言の機会を設けることができず、失礼しました。渋谷委員、何かございますか。

○渋谷委員 ありがとうございます。

じゃあ、まず最初のほうで、先程の部分になってしまうんですけども、資料4-1で、前半のほうの資料ですね。高校生向け消費者教育の啓発ノートの配布、都内全校高校2年生へ配布、12万部とあったんですけども、これというのは、全2年生に配布というのは大変いいことだなと思いますし、その事業の内容について、だけれども、これは単年度だけの事業なのかどうかとか、あるいはま

た授業でこれは使っているかどうか把握できるかどうかとか、そうした点について、まず質問をいたします。

それから、今も質問が出たところではありますけれども、若い人はやはりどうしても様々な情報でネットで頼るような傾向がありますので、できればもう少しネットリテラシーのほうの消費者教育に絡めてのネットリテラシーの教育に、もう少し強化をしないといけないのかなというふうに思っております。と申しますのも、ネットが普及し始めた頃の人というのは、ネットというのは何だろかな、ちょっと怖いなという意識があったんですけれども、今の若い人は最初からあるものですから、もうそうした意識はなくスッと入ってしまう。逆にそれが怖いなという気持ちがありますので、そうしたネットへの教育、ネットの怖さの教育というものをもう少し強化できないかどうかという点について、以上、質問をいたします。

○鹿野会長 御質問がありました。事務局からお願いします。

○活動推進課長 消費生活センター活動推進課長の馬淵です。御意見、お問合せありがとうございます。3点、承ります。

まず、消費者ノートの方なんですけれども、これは単年度ではなくて、継続的に行っている事業になります。ですから、学年進行によってということではありません。ですので、来年度も続けさせていただきたいと思っております。

それから、その活用状況についてということなんですけれども、その事業に伴って個別の調査はしておりませんが、コーディネーターが学校に出向く際に、その活用についてはヒアリングなどをしておりまして、生徒の中では授業で使っているというところもありますし、日頃の、例えばロングホームルームでのメモも含めて活用されているというようなお声もいただいています。実際の評判としては、生徒、それから先生共に判型がB5ということとちょうどいいということと、厚さも薄くてかばんに入りやすいということと使い勝手もいいというようなこともおっしゃっていただいているところではあります。

それから、ネットでの広報ということになります。先生のおっしゃるとおり、若い層はSNSで周知ということが今、定番だと思っています。それから、その中でもネットリテラシーですね。こちら私どもとしても、大きな課題と捉えておりまして、重要視しているところです。ですので、今も取組を始めておりますが、例えばセンターの中の出前講座の中での派遣するメニューにもネットということは取り上げていますけれども、これをさらにバージョンアップする、あるいは複数設けるとかということも含めまして強化していきたいと思っております。色々と御意見、御助言ありがとうございました。

以上になります。

○鹿野会長 よろしいでしょうか。

それでは、引き続きまして、御発言をお願いしたいと思います。

それから、時間の限りがございますので、質問を封ずるというわけではないのですが、なるべく素案に関しましては、専門的見地からの御意見をいただきたいと、それを中心にお願いできればというふうに思っております。

それでは原田委員、お願いします。

○原田委員 御発表ありがとうございました。基本計画の方向性については、承知いたしました。とてもよい方向だと思います。

私のほうからは、手短かにですけれども、施策後の85ページ前後に書いてあるものなのですが、その中の消費生活相談を受ける側の体制として、私は前々から相談のチャンネルを増やすという方向ではとても賛成なんですけれども、今後ここにも一部書かれておりますけれども、御存知の方もいらっしゃるかと思いますが、消費生活相談のDX化ということで、国民生活センターと消費者庁がタッグを組んで、色々な計画を進めているところだと思います。その中には、実際に色々な方向性とか具体的な内容とか、最終的には多分相談員が消費者センターみたいなところにいるのではなくて、もうそれこそ自宅から受けたりとか、オンラインで相談を受けたりとか、全国一律にどこかにいなければいけないとかというような話ですらなくなっています。つまりDXというのは、単にオンライン化するという意味ではなくて、仕組みそのものを変えてしまうということをDXと言うわけですから、そうすると、相談員、もしくは相談者全てにおいて、かなりの大影響が今後及ぶというふうに思います。そのDX化に伴いまして、じゃあ、消費生活相談員のニーズや相談員のニーズがどこまで捉えられているというのは、今発表されている内容だけでは甚だ不十分な部分がありまして、これは、ぜひ東京都含めて相談員とか相談者のニーズ、このDX化において、どれだけ相談員、特に現場で相談を受ける相談員に一番影響が及ぶものですから、相談員のニーズというのをきちんと汲んでいただいて、それを国や消費者庁若しくは国民生活センターに御提案をいただくと、これをぜひ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。御意見ということで、都におかれましては御検討いただきたいと思います。

続きまして末吉委員、お願いします。

○末吉委員 基本計画改定素案をまとめてくださってありがとうございます。私からは時間がない中、五つ、手短かに意見申し上げます。

まず、76ページのエシカル消費推進のための民間企業等と構築するネットワークによる都民の行動変容につながるプロジェクトの展開ということですが、ここは企業との連携の部分というのは、やはりさらなる具体性の検討が必要と思慮します。まだ当然検討途中とお見受けいたしますけれども、例えばですけれども、都としてできる良策としては、エシカル消費、エシカルな事業活動に積極的な企業、例えば小売店舗とかレストランとか、そういうところが想定しやすいんだろうと思いますが、そういった企業のクラスターですよね。地理的密集地などが想定しやすいと思いますけれども、そういったクラスターを形成すること。例えばですけれども、これは東京都の例ではないですが、神奈川県逗子市などはフェアトレードの取扱店が一定の地域に密集するなど、消費者認知が高まって買い回りの楽しさを醸成できるようになっているんですね。なので、こういったことも考えていく必要があるかと。東京都に本社があるグローバル企業による発信と、このような中堅中小企業を含むローカル企業の連携の双方を検討していくべきでもあるかなと思いました。ちなみに東京都というのは、小笠原諸島などの島しょ部にエシカル消費の好例も多いと思いますので、その辺もうまく取り入れるこ

とを提案したいです。

この後の四つの意見に関しては、具体的施策についてになります。

まず、一つ目、78ページ、4-3-7に脱炭素のみならず、生物多様性についても項目立てしてくださっているのは非常にありがたいことでいいことだと思いました。ありがとうございます。東京都は海の生物多様性も森の生物多様性もあります。今後はTCFDと言って、気候変動関連財務情報開示タスクフォースというものに続きまして、TNFDと呼ばれる、自然関連の財務情報開示タスクフォースが来るわけですので、この4-3-7では普及啓発のみ挙げられていますけれども、もう一歩踏み込んで、金融機関との連携とかも議論を深めていただけたらなと思いました。

それから次、79ページ、4-3-9の施策について、都自らもグリーン購入を推進することによってという文章がありますけれども、これも非常に素晴らしいことだと思います。できれば、ぜひこれに数値目標、東京都の公共調達におけるエシカル調達の定義づくりと、その金額あるいは数量割合の目標ができれば欲しいなと思いました。

それから、次です。大項目として、私の視点から追加が必要だと感じたのはビジネスと人権の視点です。あと半月ほどで、政府が責任あるサプライチェーンにおける人権尊重のためのガイドラインの案を出します。いわゆる「人権デューディリジェンス ガイドライン」というものなんですけれども、このガイドラインと中小企業にも使いやすいツールキットを発表すると聞いています。このビジネスと人権の中には、消費者の安全と知る権利ということも含まれておりまして、例えばですけれども、職場のハラスメント対策ですとか外国人労働者に対する配慮なども含まれておりますので、これもエシカル消費と密接だと思います。

そして、最後です。そのほかの具体策として、例えばですけれども、フェアトレードタウンについての支援などの検討の余地もあると感じました。全国では熊本をはじめ、フェアトレードタウンの認定の都市が幾つかあるんですけれども、現在、東京都では世田谷区、武蔵野市などが鋭意検討しているらしいので、都との連携も重要でないかと思っております。

以上になります。長くなって申し訳ありません。

○鹿野会長 ありがとうございます。事務局から何かございますか。よろしいですか。

五つにわたって御意見、御提案等をいただきました。中には非常に重要な情報提供及び御提言もあったように受け止めております。

○企画調整課長 事務局、伊予です。大変貴重な御意見ありがとうございました。今後のプロジェクトの展開に十分に参考にさせていただきたく思います。

○鹿野会長 それでは、ありがとうございました。

続きまして坂倉委員、お願いします。

○坂倉委員 ACAP、坂倉でございます。基本計画の御説明をいただきまして、大変ありがとうございました。全体的にポイントが非常に明確であって、とてもよい計画になっていると思います。私も事業者団体でございますので、私のほうから意見というよりは期待ということで簡単に2点、申し上げたいと思います。

1点目は今、末吉委員からも御発言ございました76ページにございます、エシカル消費推進のた

めのプロジェクト、前回もこの会議の時は、たしかプラットフォームという言葉が使われていたような気がしますが、今回消えてしまったのは個人的には残念ですが、内容は変わっていないと解釈しております。エシカル消費普及のためには、消費者だけでなく企業にも働きかけること。そして、企業から消費者に正確な情報を提供することが必要だと思っておりますので、そういう意味でこの取組は大変意義があると思っておりますので、ぜひ進めていただきたいと思いますし、当会も協力させていただきたいと思っております。そして、これはイベント型のように単発のものではなくて、ぜひ継続的な情報発信の仕組みにさせていただくよう期待をしております。

もう1点は、51ページですかね。(3)の事業者のコンプライアンス意識の醸成のところです。企業においては、最近は全員集まっての集合研修というのはなかなか難しく、ましてや今はコロナ禍ですので、企業の中ではeラーニングの研修というのが増えてきています。そういう意味で、今回の計画の中で「eラーニングのコンテンツを制作」と明記いただいたのは大変ありがたいです。今回、5年間の計画ですので、今後コロナが収束した後も、コロナに関係なく、この方針を継続していただきたいと思っております。

以上でございます。ありがとうございます。

○鹿野会長 ありがとうございます。期待ということで2点、貴重な御発言をいただきました。

それでは、続きまして柿野委員、お願いします。

○柿野委員 よろしくお願いたします。柿野です。3点ほど、手短に申し上げます。

61ページ、62ページの辺りにあります、政策4の消費者教育の推進と持続可能な消費の普及の成年年齢引下げに対応した消費者教育の強化のところですか。コーディネーターが非常に活躍をしておられて、活動も充実しているということのお話、先ほども非常にうれしくお聞きしました。そのコーディネーターの活動をより充実させていくためには、このラジオCMコピーアワードのような、若者が社会参画していくというような協働事業が非常に重要ではないかというふうに感じています。ですので、ちょっとこれは単なる言葉の問題なのですが、様々な主体が連携、協働していくような協働事業というような位置づけを明確に出していくということによって、教育委員会や、あるいは学校、それぞれがここに参画して、より共に考えていくような場面に発展していくのではないかとということで、その文字を協働事業としてはどうかというのが1点目でございます。

それからもう1点、同じ64ページのところで、この成年年齢引下げというのが学校教育を中心に行っていくという方向性に加えて、さらに幅広くということで、64ページの下に幅広い主体に対する消費者教育の実施ということがあります。国の方向性としては、成年年齢引下げを踏まえて、切れ目ない対応の重要性というようなことが指摘されておまして、大学や専門学校、企業の新入社員研修というようなところが明確に位置づけられておしますので、64ページの幅広い主体というところに、そういった文言をあえて入れてもいいのかなというふうに思いました。企業の新入社員研修については、その後ろの政策5のところで詳しく書いていただいておりますけれども、文字としてその中に入ってきたほうが明確ではないかというのが2点目です。

それから3点目なんですけれども、非常に素晴らしい計画ができてはいるのですが、この政策評価を、この後どうやっていくのかという記述がないのですけれども、第4章の91ページですかね、進行管

理というようなことで書いてくださっていますけれども、このすばらしい計画をどのように評価して、その後つなげていくのかというような事項について、明示していく必要があるのではないかというのが3点目です。

以上となります。

○鹿野会長 ありがとうございます。柿野委員から、3点にわたって御意見をいただきました。3点目については、政策評価について、御質問にも関わるようなところが含まれていたかと思いますが、何か事務局からございますか。よろしいですか。

○企画調整課長 事務局の伊予です。貴重な御意見、ありがとうございます。

政策の評価につきましては、先ほどの91ページの進行管理のところに記載しているんですけども、周知のあるもの、ないものもございますけれども、まずは実績や実施状況を今回の本審議会でも御報告させていただいたような形で御報告をさせていただいて、そこでまた御意見をいただいてという形で、政策に反映させるということを考えてございます。

以上でございます。

○鹿野会長 よろしいですか。また、都と詳しく意図が伝わっていないということがありましたら、また会議の後にでもお知らせいただければというふうに思います。

それでは小浦委員、お願いします。

○小浦委員 ありがとうございます。小浦でございます。基本の考え方に沿った、それぞれに詳しい計画素案を立てていただきまして、ありがとうございます。私からは、簡単に3点だけお話しさせていただきます。

一つ目は、44ページの見守りネットワークのところなんですけれども、今48自治体のところで見守りネットワークが構築されているということなんです。以前、東京都は全区市町村で見守りネットワークを構築するという目標を立てていらっしゃいました。ですので、次の計画が終了するまでに全自治体でできるように、ぜひ東京都のほうからも支援をしていただきたいと思います。なおかつ構築された後、高齢者の福祉部門との連携強化ということも書いてありますけれども、その上で、ぜひ実効性があるような見守りネットワークにしていきたいなと思っております。

それから、70ページの消費者のデジタルデバインドも念頭に置いた施策を進めていくというふうにあるんですけども、年齢に関係なく、やはり強い人と、それからちょっとデジタルに弱い方と様々だと思っています。そういうデジタルデバインドの方も念頭に、オンラインツールを活用するというふうになっていますけれども、それと同時にやはり今、事業者、パソコンですとかスマートフォンの事業者ですとか、あと自治体でもこういうデジタル関係の講習をよくしています。ですので、デジタル弱い方にも、もう少し使いこなせていけるような、そういった指導といいますか教育も連携をしてというふうな書き方をさせていただくと、より進むのではないかなというふうに思いました。

それから最後、83ページのところなんですけれども、「東京くらしWEB」において、「消費生活相談FAQ」のチャットボットを運用するというふうになっていまして、これは私、意見を言いたいなと思っていたところが書き込んであります。令和4年度に先行して導入と書いてありますので、進めていただきたいと思います。チャットボットをせっかく運用していくに当たっては、くら

しWEBのトップページのところで、ぜひ分かりやすいように、スクロールをして探すとかではなくて、ぜひ目に着くところに、このチャットボットを置いていただきたいと、これはお願いですので、ぜひその方向で進めていただきたいと思っております。

以上です。

○鹿野会長 貴重な御意見、ありがとうございました。

それでは、続きまして北村委員、お願いします。かなり時間が押しております、北村委員、アオヤギ委員、そして小野委員、それから坪田委員という順番に、続けてお願いしたいと思います。

では、よろしくお願いします。

○北村委員 ありがとうございます。北村です。時間もないので手短に2点、私のほうから意見申し上げたいと思います。

この基本計画については、非常によく取組が書かれていて、賛同しております。その中で、色々な情報発信や教育活動に伴い、これだけユーザーが増えましたとか、受講者数が増えましたという情報発信、認知度を広げていくという意味での数値は出ていたかと思うのですが、一方で、それがどれだけ実際の消費者被害を予防することにつながったのかというような、すごく難しいことではあると思うのですが、そういう意味での効果評価は今後やっていくところなのかなと思っております。というのも、あまり効果がない情報を頻繁に発信し、ユーザーが増加したといっても、効果的な情報発信が出来ているということにはならないので、その効果評価は大事なかなと思っております。

いろんな講座についても同様で、受講者数が増えただけでは、やっぱり意味がなくて、受講することで、その方がどう変わったかとか、どういう効果があったかというような、なかなかこの評価が難しい部分ではあると思うのですが、そういったフォローアップ調査もやっていき、効果評価を踏まえて、次の情報発信の仕方であるとか、コンテンツの内容自体も変えていくというような、そういう仕組みづくりも考えた上で、情報発信の仕方も考慮していく必要があるかなと思っております。

もう1点が、こういった取組は、多分東京都だけで取り組むのはすごく難しいので、いろんな企業なども、参画してもらってやっていく必要があると思うんですけども、悪徳なものを指導していくという方向性だけでなく、一方で非常にいい取組をしている企業というものもあるので、そういった企業・取組を褒める、例えば表彰するとか、そういったアメと鞭ではないですけども、そのアメになるような取組を促進し、こういう良い取組をしていくことが大事なんだというのを、企業にも理解していただき、どんどん参画していただくような仕組みもあるといいかなと思いました。

以上です。

○鹿野会長 ありがとうございます。恐らく事務局でも何か御説明があるかもしれませんが、先ほどの順で、まずは続けて御意見等をお伺いしたいと思います。

それではアオヤギ委員、お願いします。

○アオヤギ委員 すみません。それでは急いで。

先程に関連して、被害者救済のところなんですけども、靈感商法の相談で深刻な事例は各団体、弁護士などにも案内しているというお話でしたので、こういった方々の団体の御意見も聞きながら、今、相談窓口がパンクしている状況もあるというふうの一部聞いておりますので、そういった被害の救済

をする団体の皆さんから御意見を聞いて、支援をしていただきたいという、検討をしていただきたいという要望です。

もう1点は、61ページの辺りの成年年齢引下げの問題で、消費者教育をされてきたと。今回もそのことを重点的に書いていただいて、ありがとうございます。特にお願いしたいのは、高校生向けのチラシを配っていただいておりますけれども、その内容が高校生に向けてではなくて、保護者向けになっています。やはりこれは高校生に直接届くような内容に変更していただきたいということと、この4月から契約の取消権がなくなる問題で、アダルトビデオの出演強要被害防止ということで、国のほうが動きました被害防止の救済法案が6月23日から施行されています。その問題で、やはりこれは高校生にも広くその変化を、取消できるんだという簡単な情報で構いませんので、早急に知らせていただきたいということと、あと被害に遭ったときに、契約しても迷っている場合があると思いますので、やはり皆さんからあるように、SNSやネットなどで、しっかり契約を取消する方法、窓口などを明記したものを作って、そういった方がすぐにアクセスできるように、してもらいたいという要望です。

以上です。

○鹿野会長 ありがとうございます。

それでは続きまして、お手が次々に挙がっているのですが、時間の関係もありますので、現在お手を挙げている方で質問は締め切らせていただきたいというふうに思います。

それでは、先ほどの予定に従い、小野委員、お願いします。

○小野委員 時間も限られておりますので、1点に絞り、意見と申しますか、賛意を表したいと思えます。54ページから55ページの新たな施策として盛り込まれている商品安全のための交流型デジタルプラットフォームの運用支援等についてです。まずは、子供を対象ということではありますが、これはリスクコミュニケーションの具体的な形を試されるといったところで期待をしております。従来からの課題でもあります、届きたいけれども届かない消費者、つまり特性のある消費者と言われておりますが、高齢者や障害のある消費者を対象にした新しい消費者支援とか消費者教育の形にもつながるものだと思いますので、ぜひやっていただきたいなと思いました。

チャットボットとかAIを使った自動的な相談対応と、こうした双方向のコミュニケーションなどを重視したやり方、これらを組み合わせることで、限りある人材や財源といった社会資源を効率化して進めていくこともできます。硬直化した状況において、結果として都民の消費生活の質の向上に結びつく具体的な手法を試そうとされているのではないかなと思いました。

以上でございます。

○鹿野会長 ありがとうございます。

それでは坪田委員、お願いします。

○坪田委員 ビデオなしで失礼いたします。広い分野の消費者行政につきまして、充実した基本計画素案をありがとうございました。

85ページでございますが、表の上から2行目に「助言、あっせん等」とあります。このあっせんにつきましては、その下の段落のところで「相談対応能力の向上」と記載がありまして、また本文の

ほうにもその記載がございますので、かなりこのあっせんについても力を入れていただいているということは分かるのですが、この文の書き方ですと、「助言、あっせん」と並列になっております。今後、DX化でAIの導入であるとか、チャットボットの運用ということで、やはり相談に対してどういう対応をするかということ、様々な方法にこれから変わっていくと思います。その中で、最終的にこのあっせんが、一つ相談員としての業務としては残ってくるかと思えます。センター・オブ・センターということもありますし、市町支援ということで、ぜひ東京都の消費生活相談におきましては、あっせんにも力を入れていただきたいということで、若干の特出しぎみな形で考えていただければと思います。

ただし、このあっせん率というのは、その相談全体の分母がどういった相談内容であるかということによるので、一概に言えません。都道府県のセンターと市町のセンターでは、この率も変わってくる可能性があるかと思えますが、実質的な内容として、相談員のあっせんの能力の向上ということをぜひ今後考えていただいて、AI、DX化の中における相談のすみ分けということも視野に入れて考えていただければと思います。

以上でございます。

○鹿野会長 ありがとうございます。それでは、先ほどお伝えしましたように、まだまだ御発言の御希望は尽きないかもしれませんが、これにて、この場での御意見を賜るということは締め切らせていただきたいと思います。

委員の皆様方には貴重な御意見をいただき、どうもありがとうございました。事務局は本日いただいた御意見に留意しながら、各施策を積極的に進めていただきたいと思いますし、本日は基本計画の素案ということでしたから、今後その確定をする作業に入っていくと思いますが、その際にも、ぜひ本日の御意見に留意して、それを踏まえて改定を行っていただきたいと思いますというふうに思います。

本日の議事は以上になります。

最後に、事務局から連絡事項があれば、お願いします。

○企画調整課長 今後の計画改定及び審議会のスケジュールについてでございます。参考資料の2、審議スケジュールを御覧いただきたいと思います。と存じます。

今、画面に映っておりますが、本日この総会でいただきました御意見等、また本日から1か月間、9月30日まで実施いたします都民意見、パブリックコメントの御意見等を踏まえまして、最終調整を行って12月中旬に計画を改定、公表を行う予定でございます。そして、令和5年度から新しい計画に基づき、施策を展開してまいりたいと考えられております。また、2月中を目途に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く、本審議会の部会であります消費者教育推進協議会を開催予定となっております。日程については、改めて調整をさせていただきます。

事務局からの連絡事項は以上でございます。本日はありがとうございました。

○鹿野会長 以上をもちまして、本日の会議は終了とさせていただきます。

時間をオーバーしてしまって、司会の不手際につき、申し訳ございませんでした。御協力、どうもありがとうございました。

それでは、終了とさせていただきます。

【オンライン会議アプリ上のチャットでのご発言】

○福島委員 58ページの「安全に配慮した商品の普及」の「子供の安全」についてです。

議員提案条例「東京都子ども基本条例」を受けて、この春に、東京都に子供政策連携室が発足しました。この組織の取組について、今年4月に作成した「チルドレンファースト」で取り組む6項目の中に、「子供目線によるセーフティ・レビュー」があります。こちらへの情報提供、そして連携した情報発信をお願い申し上げます。

【会議終了後に頂いたご意見】

○岡崎専門員

1. 都内の消費生活センターの相談員の方から、本年4月以降、18歳、19歳の若者の被害相談が顕著に増えていると伺っています。内容は、女性に関してはエステ、男性に関しては後出しマルチとことです。基本計画案は令和3年度までの情報をもとに作成されていますが、成年年齢引下げの影響については、令和4年度入り後の情報も可能な限り織り込んで頂ければ幸いです。
2. 高等学校の新学習指導要領の実施を機に、若者に資産形成を奨励する動きが活発になっており、政府の資産所得倍増政策がこれを加速させる可能性があり、これらの動きに乗じた詐欺等の若者への被害が増加する懸念があります。東京都の政策立案に当たりましてもご配慮頂ければ幸いです。

(午後12時08分 閉会)