

第24次東京都消費生活対策審議会  
第1回総会

平成28年5月26日（木）  
東京都消費生活総合センター 教室Ⅰ・Ⅱ

## 午前10時00分開会

○消費生活部長 皆さん、おはようございます。本日は御出席をいただきまして、まことにありがとうございます。私は事務局を務めております生活文化局消費生活部長の三木と申します。どうぞよろしく願いいたします。

本日は第24次の審議会の第1回ということになります。本来は委員の皆様方お一人お一人に委嘱状をお渡し申し上げるべきところでございますけれども、時間の関係もございまして、それぞれお手元に置かせていただいておりますので、そういった形でどうか御容赦いただきたく存じます。

ただいま御出席をいただいております委員の方は現在17名の先生方でございます。委任状を6通頂戴してございます。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会に必要な定足数に達しておりますことを御報告申し上げます。

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などに掲載をし、公表を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24次東京都消費生活対策審議会 第1回総会」を開会させていただきます。

後ほど会長をお選びいただきますが、それまでの間、私が進行役を務めさせていただきますので、よろしくお願い申し上げます。

それでは、初めに多羅尾生活文化局長より御挨拶をさせていただきます。

○生活文化局長 生活文化局長の多羅尾でございます。

委員の皆様方には、大変お忙しい中、本審議会の第24次の委員に御就任いただきまして、まことにありがとうございます。

また、これまでも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。

さて、東京都は平成25年に現在の消費生活基本計画及び消費者教育推進計画を策定いたしました。悪質業者の取り締まりやライフステージに応じた消費者教育の推進、消費生活情報の戦略的な収集・発信、現場の最前線である消費生活総合センターの機能の拡充など、さまざまな取り組みを進めてまいりました。

今年度は、現計画の4年目となりますので、新計画を着実に策定するため、本日の総会において、計画の改定について、諮問をさせていただきたいと考えております。都民を取

り巻く状況といたしましては、ますます進展する高齢化やグローバル化に加えまして、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けて、大会で使用される全ての物品・サービスについて、環境問題や人権、労働等の社会問題に配慮した調達を行うための考え方を示した「持続可能性に配慮した調達コード基本原則」が策定されるなど、さまざまな動きがございます。

本日の総会では、諮問に当たって、これまでの都の施策の状況や国内外の動きなどを踏まえ、今後、都が重点的に取り組むべき課題や方向性など、新たな計画を策定するための基本的な考え方について御議論をいただければと思っております。

都は、今後とも積極的に消費生活行政を推進いたしまして、東京都は全国の自治体をリードしていると評価をいただけるように尽力してまいり所存でございます。委員の皆様方には、それぞれの御専門の見地から、御意見、御提案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。どうぞよろしくお願い申し上げます。

○消費生活部長 ありがとうございます。

では、続きまして、委員及び専門委員の方々を御紹介申し上げます。

資料1をごらんいただきたいと存じます。

委員名簿は五十音順に記載してございます。また、この名簿順にこちらのほうから御着席をいただいております。

それでは、御紹介申し上げます。

公益社団法人全国消費生活相談員協会消費者情報研究所主任研究員の阿部美雪委員でございます。

弁護士の石戸谷豊委員でございます。

公益財団法人消費者教育支援センター総括主任研究員の柿野成美委員でございます。

主婦連合会消費者相談室長の木村たま代委員でございます。

一般社団法人PL研究学会理事の越山健彦委員でございます。

早稲田大学大学院法務研究科教授の後藤卷則委員でございます。

東京商工会議所理事で産業生活第二部長の小林治彦委員でございます。

都議会委員の崎山知尚委員でございます。

公益社団法人消費者関連専門家会議専務理事の佐藤喜次委員でございます。

都議会議員の里吉ゆみ委員でございます。

都議会議員の島田幸成委員でございます。

一般社団法人エシカル協会代表理事の末吉里花委員でございます。

国立研究開発法事産業技術総合研究所人間情報研究部門首席研究員の西田佳史委員でございます。

立教大学法科大学院長で立教大学大学院法務研究科教授の野澤正充委員でございます。

東京消費者団体連絡センター事務局長の橋本恵美子委員でございます。

特定非営利活動法人東京都地域婦人団体連盟理事の飛田恵理子委員でございます。

明治学院大学経済学部教授の丸山正博委員でございます。

東京都金融広報委員会事務局長の前川瑞穂専門員でございます。

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。

なお、都議会議員の堀宏道委員は遅れて御出席との御連絡をいただいております。

また、本日は、所用によりまして、御欠席の委員がいらっしゃいます。御紹介だけさせていただきます。

日本チェーンストア協会専務理事の井上淳委員。

東京家政学院大学現代生活学部教授の上村協子委員。

東京都公立高等学校長協会会長の上村肇委員。

東京大学大学院法学政治学研究科教授の河上正二委員。

一般財団法人東京私立中学高等学校協会会長の近藤彰郎委員。

都議会議員の谷村孝彦委員。

一般社団法人E C ネットワーク理事の原田由里委員。

弁護士の洞澤美佳委員。

東京都民生児童委員連合会常任協議員の板寺正行専門員。

以上9名の方が御欠席でございます。

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

では、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。

橋本委員、どうぞ。

○橋本委員 私から、消費生活対策審議会や被害救済委員会の委員として長年の御経験があり、前期の会長もしていただいております後藤委員が適任と考えますがいかがでしょうか。

○消費生活部長 ありがとうございます。

ただいま橋本委員から後藤委員を会長にとの御推薦がございました。いかがでしょうか。

(「異議なし」と声あり)

○消費生活部長 ありがとうございます。「異議なし」ということでございます。

それでは、後藤委員が会長に選出をされました。

後藤会長、どうぞよろしくお願ひ申し上げます。

会長席にお移りいただきたく存じます。

(後藤委員、会長席へ移動)

○消費生活部長 それでは、会長、恐縮でございますけれども、御挨拶を頂戴いたしたくお願ひ申し上げます。

○後藤会長 それでは、会長就任に当たりまして、一言御挨拶をさせていただきます。

前期に引き続きまして、微力ですが、会長職を務めさせていただきます。委員の皆様の御協力をいただきまして円滑に会議を運営してまいりたいと思っておりますので、どうぞよろしくお願ひいたします。

○消費生活部長 会長、ありがとうございます。

それでは、以後の進行は会長にお願ひしたいと思ひます。

○後藤会長 それでは、まず会長代理を指名いたします。

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。

野澤正充委員に会長代理をお願ひしたいと存じます、野澤委員、よろしいでしょうか。

○野澤委員 はい。

○後藤会長 どうもありがとうございます。

それでは、よろしくお願ひいたします。

会長代理の席にお移りください。

(野澤委員、会長代理席へ移動)

○後藤会長 それでは、審議に入ります前に、配付資料の確認を事務局からお願ひいたします。

よろしくお願ひいたします。

○企画調整課長 消費生活部企画調整課長の赤羽と申します。どうぞよろしくお願ひいたします。

資料の確認をさせていただきます。

お手元の会議次第をおめぐりいただけますでしょうか。

資料1が、委員名簿でございます。

資料2が、幹事・書記名簿でございます。

資料3が、現在の基本計画の重点施策の取り組み状況をまとめたものでございまして、重点施策1から4までの説明資料4枚でございます。

資料4が「次期基本計画の計画体系（案）」でございます。

資料5が「消費生活を取り巻く環境の変化と重視すべき視点」でございます。

資料6が「東京都消費生活基本計画の具体的施策の状況」でございます。

資料7が「東京都消費者教育推進計画の具体的施策の状況及び東京都消費者教育アクションプログラム（平成28年度版）の概要」でございます。

資料8が「東京都消費生活総合センター条例」でございます。

資料9が「第24次東京都消費生活対策審議会の今後の予定」でございます。

そのほか、参考資料①が、A4の水色のファイル「東京都消費生活基本計画及び東京都消費者計画推進計画の具体的施策」です。

②が「東京都消費生活基本計画（平成25年度～平成29年度）」の冊子です。

③が「東京都消費者教育推進計画（平成25年度～平成29年度）」の冊子です。

また、水色のものになりますが、④が「東京都消費者教育アクションプログラム平成28年度版」の冊子をお配りしております。

そのほか⑤が「高齢者の消費者被害防止のための見守りネットワーク取組事例集」でございます。こちらは昨年の12月に第23次審議会からいただいた答申を踏まえまして、消費者被害から高齢者を見守る取り組みを進めるために、区市町村の取り組み事例などをまとめたものでございます。見守りの現場の皆様にご利用していただくことを目的としておりまして、消費者部門と福祉部門、また地域包括支援センターの皆様にお配りしたものでございます。

また、事業者がコンプライアンスを進めるために「景品表示法及び特定商取引法のコンプライアンス」を「取組のススメ編」と「実例集」の2種類のパンフレットをこの3月に

作成いたしましたので、御参考にお配りしております。

不足している資料がございましたら、どうぞお知らせください。

また、恐れ入りますが、参考資料の基本計画、教育の推進計画の冊子につきましては次回以降も使用させていただきますので、終了後はお持ちにならずに机上にお残しいただくようお願いいたします。

以上でございます。

○後藤会長 それでは、ただいまから議事に入りたいと思います。

初めに議事（１）の「東京都消費生活基本計画及び東京都消費者教育推進計画の改定について」です。

まず、当審議会に対しまして、知事から諮問がございます。多羅尾局長から諮問をお受けいたします。

○生活文化局長 はい。

28生消企第92号  
東京都消費生活対策審議会

東京都消費生活条例第45条の規定に基づき、下記の事項について諮問する。

平成28年5月26日

東京都知事 舩添 要一

記

東京都消費生活基本計画及び  
東京都消費者教育推進計画の改定について

どうぞよろしくお願ひ申し上げます。

（生活文化局長から後藤会長へ「諮問」手交）

○後藤会長 続きまして、諮問の趣旨につきまして、事務局から説明をお願いいたします。

（事務局「諮問」配付）

○消費生活部長 それでは、今、お手元にお配りいたしました諮問文の裏面をごらんいただきたいと思ひます。ここに諮問の趣旨を記載しておりますので、読み上げをさせていた

できます。

#### 諮問の趣旨

超高齢社会への突入、高度情報化の進展、在留外国人の増加など、消費者を取り巻く経済・社会環境は大きく変化している。

都は、これまで、高齢者・若者等を狙う悪質事業者の排除、ライフステージに応じた消費者教育の推進、戦略的な消費生活情報の収集・発信、現場の最前線である東京都消費生活総合センターにおける相談・あっせん等による被害救済機能の強化など、積極的に消費生活行政を推進してきた。

しかし、依然として、悪質商法による消費者被害、身近な商品・サービスによる事故などの問題が後を絶たない状況にあり、こういった課題への対応のほか、今後の消費者を取り巻く環境変化にも的確に対応していく必要がある。

また、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催を契機として、消費生活の面においても持続可能な社会の実現を目指していかなければならない。

都は、「ゆとりある成熟社会」を目指して、都民の消費生活の安全・安心を確保し、消費生活行政を更に積極的に推進していく必要があることから、平成30年度から平成34年度までの5年間の指針となる「消費生活基本計画及び消費者教育推進計画の改定について」諮問するものである。

諮問の趣旨は以上でございます。

○後藤会長 それでは、次に今後の審議の進め方などについてお諮りしたいと思います。

今回の諮問については、短期間に具体的、専門的に審議を進めることとなると思います。そこで、東京都消費生活条例第45条9項「専門の事項を審議するため必要があるときは、部会を置くことができる」という規定に基づき、これから設置する検討部会が中心となって審議を行い、その結果を総会に御報告いただき、最終結論は総会で決定するという進め方にしてはいかがかと考えます。

そのような方式で審議を進めることに御賛成いただけますでしょうか。

(「異議なし」と声あり)

○後藤会長 ありがとうございます。

それでは、検討部会を設置して審議を進めるということにしたいと思います。

次に、検討部会の審議をお願いする委員及び部会長の選任に入ることにいたします。

部会の委員及び部会長につきましては、審議会の運営要綱第7の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。

これから、部会委員（案）を配付いたしますので、ごらんいただきたいと存じます。

部会委員につきましては、ただいまお手元にお配りしました（案）のとおりでよろしいでしょうか。

（「異議なし」と声あり）

○後藤会長 どうもありがとうございます。では、よろしく願いいたします。

次に、部会長ですけれども、部会長は会長代理の野澤委員にお引き受けいただきたいと  
思います。よろしいでしょうか。

（「異議なし」と声あり）

○後藤会長 それでは、野澤委員から一言御挨拶をお願いいたします。

○野澤会長代理 部会長をすることになりました野澤でございます。

前回の東京都消費生活条例の改正に際しては、部会委員として参加していました。ちょうど私の母が今85歳で東京でひとり暮らしをしていますけれども、さまざまな勧誘がたくさん来るのです。警察からもよく詐欺に気をつけてくださいという電話があるのですが、その電話すら本当に警察なのかどうか分からない状態になっていて、これから東京が大きく変わる5年間ということで、消費者が安心・安全に暮らしていけるような東京都になるようにしっかりした基本計画を立てていきたいと  
思います。どうぞよろしく願いいたします。

○後藤会長 ありがとうございます。

それでは、野澤部会長、今後の部会での審議よろしく願いいたします。

続きまして、前回第23次の審議会で設置していた部会の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当審議会の部会  
の部会として設置したいと  
思います。

御賛同をいただけますでしょうか。

（「異議なし」と声あり）

○後藤会長 どうもありがとうございます。

それでは、部会として、東京都消費者教育推進協議会を設置することにいたします。

次に、部会で審議をお願いする委員及び部会長の選任に入ることにいたします。

これから部会委員（案）を配付いたしますので、ごらんいただきたいと存じます。

部会委員につきましては、ただいまお手元にお配りしました（案）のとおりでよろしい

でしょうか。

(「異議なし」と声あり)

○後藤会長 ありがとうございます。

では、よろしくお願いいいたします。

次に部会長ですが、第23次に部会長を務めていただきました越山委員に引き続きお引き受けいただきたいと存じます。よろしいでしょうか。

(「異議なし」と声あり)

○後藤会長 どうもありがとうございます。

それでは、越山委員から一言御挨拶をお願いいいたします。

○越山委員 越山と申します。どうぞよろしくお願いいいたします。

ふだんは製品安全問題や消費者教育の問題について教育研究しております。その関係もありまして前回から消費者教育の推進を進めるこの協議会の部会長を務めさせていただいております。

東京都は、平成24年に消費者教育推進法ができたときにいち早く協議会を設置されて、体系的に消費者教育をどんどん進めていく体制ができ上がってきているところでもあります。この流れの中で消費者教育の推進を進めていける体制をもっと拡充していくような議論ができればありがたいと思っております。どうぞよろしくお願いいいたします。

○後藤会長 それでは、越山部会長、東京都消費者教育推進協議会での審議よろしくお願いいいたします。

本日決まりました部会構成等につきましては、欠席の委員の方々には事務局を通じて御連絡をお願いいいたします。

それでは、続きまして、今回の諮問事項等の審議スケジュールについて事務局から説明をお願いいいたします。

○企画調整課長 審議スケジュールを御説明する前に、堀宏道委員が御到着されましたので、御紹介をさせていただきます。

都議会議員の堀宏道委員でございます。

それでは、審議スケジュールについて御説明をいたします。

お手元の資料9、資料のつづりの一番後ろのA4判の横のものを御用意いただければと思います。

こちらは「第24次東京都消費生活対策審議会の今後の予定」という資料でございます。

諮問の内容は消費生活基本計画と消費者教育推進計画ということでございまして、策定の時期は若干異なりますが、計画期間は平成25年度から29年度ということで同時期の改定となっております。消費者教育は消費生活行政の中で重要な柱となるものでございますので、一体的、総合的に取り組みを進めていく必要がございますため、改定に当たりましては、基本計画に包含した形で御議論をいただきたいと考えております。

このため、御審議いただく内容によりまして検討部会と部会として位置づけております消費者教育推進協議会の合同部会として開催させていただきたいと思っております。スケジュールングさせていただいたものでございます。実際の運営等は両部会長と御相談をさせていただく予定にしております。

具体的なスケジュールは表に記載のとおりでございます。本日第1回総会が5月26日で諮問ということになっております。6月17日に第1回検討部会と協議会の合同開催、8月4日に第2回部会、こちらは検討部会の単独開催を予定しております。第3回部会と第2回協議会の合同開催といたしましては8月下旬から9月上旬の期間、また、第4回部会と第3回協議会におきましては10月中旬、こちらのほうで両部会において中間のまとめ案を御議論いただく予定にしております。上段に行っていただいて、11月中旬に第2回総会がございまして、ここで審議会といたしまして中間のまとめ案を御審議いただきたいと存じます。その中間のまとめ案を、この後3週間程度の都民からの意見募集、パブリックコメントを行いまして、そのパブリックコメントの内容等につきまして1月上旬の第5回部会と第4回協議会で御議論いただきまして答申案として部会案を作成していただきます。1月下旬に第3回総会といたしまして答申ということで、知事に手交いただく予定でございます。

また、この一番下のところに第5回協議会とございますが、これは現行計画の推進のための消費者教育推進協議会を単独で開催させていただく予定にしております。

以上でございます。

○後藤会長 ありがとうございます。

今後のスケジュールについてはただいまの説明のとおりでよろしいでしょうか。

では、そのように進めさせていただきます。

それでは、ここで多羅尾局長は他の公務のため、退席をされます。

(生活文化局長退席)

○後藤会長 それでは、ただいまから審議に入ります。

諮問の趣旨は先ほどのとおりですが、審議に当たり、まず現在の計画における取り組みの成果と現状について重点施策を中心に事務局より概要を説明いただきます。

○企画調整課長 それでは、お手元の資料3-1をごらんください。

現行計画は平成25年度から29年度までの5年間の計画となっております、4つの重点施策につきまして取り組みの成果と現状を説明させていただきます。

資料は左側から、具体的な施策の3年間の成果、真ん中に現状・課題、右上段に計画策定後の法改正等の動き、右下段に今後の方向性を記載しております。

まず、重点施策1「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」でございます。

成果といたしましては、不適正な取引行為を行う事業者に対しまして年間110件程度の指導・処分を行い、広域的な対応が必要な事業者に関しましては、近県5都県と連携して取り組み、また、インターネット等の不当表示に関しましては、400件前後の指導を行っているところでございます。さらに、コンプライアンス意識の醸成のために講習会等も実施いたしました。

現状・課題といたしまして、消費者を狙う手口は悪質化・巧妙化しておりまして、事業者も法規制を逃れるために倒産と新会社の設立を繰り返すような状況もあります。また、高齢者の消費者被害の増加などが看過できない状況となっております。

現行計画策定後の国や都の動きでございますが、特商法の改正法がようやく国会の審議が通ったと聞いておりますが、そのほか景表法、消費者安全法の改正や食品表示法の制定などが行われております。

ここで1点、資料の修正をお願いいたします。こちら景品表示法の「措置命令の権限を都道府県知事に付与」が「平成27年12月」となっていますが、こちらは「平成26年12月」でございますので、大変申しわけございません。修正をお願いいたします。

また、東京都におきましても、消費生活条例を改正いたしまして、禁止命令の対象となる取引の拡大などを行いました。また、高齢者の見守りに関しましては、先ほど来、お話をいただいておりますように昨年12月に本審議会から答申をいただきまして、実施に向けて取り組んでいるところでございます。これらを踏まえまして、今後の方向性といたしましては、不適正な取引行為を行う事業者の取り締まりの徹底強化、業界団体との連携等によるコンプライアンス意識向上の取り組み、見守りネットワークの構築等を促進していくこととしております。

次に資料 3-2、重点施策 2「ライフステージに応じた消費者教育の推進」でございます。

成果といたしましては、消費者教育推進法に基づく消費者教育推進計画の策定、都の消費者教育推進地域協議会の設置、運営、消費者教育モデル事業の実施など区市町村の消費者教育の支援等を行ったところでございます。

課題・現状及び今後の方向性といたしましては、多様な主体との連携による消費者教育の推進、連携する団体の数だけではなくて連携する内容も強化するというようにしております。また、区市町村における消費者教育推進地域協議会の設置促進に加えまして、新たな動きといたしまして、国連や I S O の基準など、国際的な動きとともに 2020 年の東京オリンピック・パラリンピックを契機とした持続可能な消費の普及などとしております。これまでも持続可能な社会の形成、消費者市民社会など取り組んでまいりまして、環境政策としての取り組みはかなり進められてきていると認識しておりますが、労働問題や人権への配慮などさらに広い取り組みが求められている状況となっております。持続可能な消費につきましては、次期計画のところでもう少し詳しく説明させていただきます。

次に資料 3-3、重点施策 3「消費生活に関連する情報の戦略的な収集と発信」でございます。

消費生活関連情報の総合的な提供を目指しまして、ホームページ、ツイッター、フェイスブックなど、さまざまな媒体を活用いたしまして情報を迅速に発信しております。さらに消費者被害の防止や啓発といたしまして高齢者や若者向けのキャンペーンを行っております。また、だっこひもからの転落など子供の事故防止に向けた注意喚起やそういった親子連れのイベント等でパネルや模型を活用した普及啓発などにも取り組んでまいりました。

現状・課題を踏まえまして、取り組みの方向性といたしましては、情報を届けたい相手に確実に届いているかというところも言い切れない状況がございますため、情報の対象に合わせた媒体、方法で発信するなど、対象となる消費者への的確に届ける仕組みの検討が必要と考えております。さらに、東京に在留する外国人に対する情報発信、安全・安心な商品の普及、危険・危害情報の提供等の促進が必要と考えております。

資料 3-4、重点施策 4「東京都消費生活総合センターの機能の充実」でございます。

消費生活総合センターでは、年間 3 万件を超える相談をお受けしております。これら高度複雑な相談案件への対応強化のため、相談員への高度専門研修の実施、弁護士や建築士等の専門性の高い分野でのアドバイザー制度の活用などによりまして、よりよい解決を図

るとともに、被害救済委員会による紛争の解決なども行っております。実績は記載のとおりでございます。また、区市町村の相談窓口を支援するため、アドバイザー制度の活用や研修の実施、情報連絡会の開催などに取り組んでおります。

今後の方向性といたしましては、引き続きこれらの相談窓口機能の充実や区市町村の支援を行っていくほか、東京オリンピック・パラリンピックを契機とした中長期に滞在する外国人や障害者差別解消法の施行に伴う合理的配慮の提供等にも意識をして取り組んでまいります。相談に関する国の動きといたしましては、3桁の相談番号「188（いやや!）」による窓口の案内ですとか、消費者安全法の改正によります消費生活相談員の国家資格化などとなっております。

以上、現行の計画におけます取り組みの成果と現状につきまして、4つの重点課題から概要を説明させていただきました。

以上でございます。

○後藤会長 ありがとうございます。

ただいまの御説明の現行計画の重点施策の取り組みの状況や今後の課題につきまして、御質問などがありましたらお願いいたします。

飛田委員、よろしく申し上げます。

○飛田委員 御説明ありがとうございます。

2点お尋ねしたいのですが、重点施策1のところ、数字についての質問でございます。

一番左のところの不当表示に対する監視等の徹底の改善指導実績を拝見いたしますと、25年度から27年度にかけて数が減ってきております。これは、御担当の方々が監視をされて指導を行ってきた改善指導の効果が出てきて功を奏したために次第に減ってきていると考えてよろしいのかどうかということが1点と、同じく重点施策4の「東京都消費生活総合センターの機能の充実」のところ、相談受付実績の件数なのですが、これも数値で27年度は速報値ということでございましたけれども、やはり減ってきています。こういう数字といいますものをどのように理解したらいいのかお教えいただきたいと思っております。

○後藤会長 いかがでしょうか。

○取引指導課長 取引指導課の石岡と申します。

不当表示に対する監視等の関係の数字が減っているということについて御質問があったのですが、指導の効果が出てきていると言いたいところではございますが、これぐらいの数字の減少ですと誤差の範囲かと思っております。全体としてまだ検証はしていないのですが、

この3年間指導件数は減ってきていますが、今後必要があれば増えていく可能性もありますし、また年度の中でたまたまその年に食品のメニュー表示の問題といったものなどがトピックスとして世間で話題になったりしますと、その年度全体として指導件数一気に多くなる場合もあります。そういうことで、ここ数年で指導件数が減っているということをもって全体として指導効果が出てきているとは言い切れないところではあります。

○消費生活総合センター相談課長 消費生活総合センター相談課長の浅倉でございます。よろしくお願いたします。

相談の受付件数のお話でございますが、こちらにつきましても不当表示と同じように多少微減が続いておりますが、相談自体は引き続き高い水準にあると思っておりますので、私どもといたしましても、引き続き消費生活相談からいろいろな問題点を把握していきたいと思っております。

以上でございます。

○後藤会長 越山委員、よろしくお願いたします。

○越山委員 重点施策3に主に関連することなのですけれども、同時に重点施策2にも関連する点です。東京都では、消費者教育を推進していくために、前回はアプリを使ったりなどいろいろな新しい若者向けのメディア媒体をどんどん有効に活用していこうという取り組みを前々回から開始しています。それをやってわかったのが、新しいメディア媒体というのはどんどんバージョンが変わっていき新しくなってきたりして、せっかくつくったものをなかなか有効に使えるような状況ができたりしている部分があることがわかってきました。それに関連してこの重点施策3の今後の方向性のところの一番上に、消費者への確実な情報提供という箇所があるのですが、実は消費者教育のコンテンツというのは東京都は非常にたくさんあって、これをいろいろなところで同時に使えるような体制をとっていました。残念ながら、今はもう紙やCDの時代ではなくて、アイパッドであるとかICT事業化されているような教育環境で使うようになってきたりすると、いくら多くのコンテンツがあっても、それを有効に使える環境が整備、追従されていないのが実情であるということがわかってきたところもあります。この消費者への情報提供の箇所で、今後まだ調整が可能なのであればそういう現状のコンテンツを最新の情報、ICT化の中で有効に使えるような環境整備をお願いできればと思っております。これは質問ではなくて要望として御提案申し上げます。

○後藤会長 どうもありがとうございました。

要望ということによろしいですか。

ほかにはいかがですか。

木村委員、よろしく申し上げます。

○木村委員 主婦連合会の木村です。

重点施策1の主な具体的施策の成果の一番下なのですけれども、事業者のコンプライアンス意識の醸成というところで、ウェブ上に学習コンテンツを掲載と書いてありますが、これに効果と申しますか、どのぐらいアクセスがあったとか、そういう情報や成果というものがございますか。

○取引指導課長 恐れ入ります。アクセス数はとれるとは思いますが、手元にその数字がありませんので、お時間をいただいて御回答させていただければと思います。

○木村委員 わかりました。

これはいつごろ掲載したのですか。今年度ですか。

○取引指導課長 26年度からやっております、今後も新たな項目を追加して、充実を図っていくこととしております。

○木村委員 わかりました。

では、成果など、もしわかれば教えていただければと思います。ありがとうございます。

○後藤会長 これはどういう方法で教えていただくかというのは、どうなりますでしょうか。

○企画調整課長 開始からのアクセス数などはデータがとれますので、それを委員の皆様へ御連絡するようにいたします。メール等、通常の連絡の方法でよろしければその方法にさせていただきたいと思いますが、よろしいでしょうか。大体委員の皆様方、メールまたはファクス等でお送りしておりますので、通常の開催案内等と同じような方法でお届けしたいと思います。

○後藤会長 そういうことによろしいでしょうか。どうもありがとうございます。

ほかにもございますでしょうか。

それでは、続きまして、今回改定する次期計画の検討に当たりまして、事務局で資料を用意しておりますので、事務局より説明をしていただきます。

○企画調整課長 それでは「次期基本計画の計画体系(案)」という資料4を御用意いただければと思います。

この資料では、左側が現行計画の体系図となっております、現在の計画は、先ほど御



説明いたしました重点施策4点と、政策課題と取り組みの方向性という体系になっております。右側が次期計画でございますが、平成30年度から34年度の計画期間となっております。ちょうど中間年の平成32年、2020年が東京オリンピックということになっております。

この次期計画では、まず「ゆとりある成熟社会」を目指しまして都民が安全・安心な消費生活を送るための施策を積極的に推進していく。これは、これまでの計画の考え方と同じでございます。新たに、今後の5年間を見据えまして、各施策を進めるに当たって特に留意すべき事項を計画全体を貫く「3つの視点」として掲げております。

また、計画の体系である5つの政策の柱により、より一体的に施策を推進していきたいと考えております。

まず3つの視点でございますけれども、こちらについては、次の資料5で御説明させていただきます。資料をおめくりください。

こちらでは今後の5年間を見据えてということで、消費生活を取り巻く環境の変化と重視すべき視点ということで資料を作成してございます。

消費生活を取り巻く環境の変化といたしましては、まず、スマートフォンによるインターネット利用の増加でございます。グラフの記載がありますように、カラーではないので見にくい点もありますが、このスマートフォンによる利用が平成23年末から3年間で16.7%から47.1%に伸びておりまして、今後もこのような媒体がどんどん普及することが予想されます。

また、その下では消費者向けの電子商取引の増加ということで、消費者向けの電子商取引の市場規模を推計でございますが、12兆円を超えているというところで今後も増加が予想されております。

中段の商品購入による環境への影響への意識ということで、このグラフは大変小さくて見にくくて恐縮なのですが、この3月に私どもの部署で都民の消費生活に関する意識調査を3,000人を対象にインターネット調査を行った結果でございます。この皆様に商品・サービスを購入するときに、商品購入による環境への影響を意識するかどうかといったところも含めて何を意識するかということを御質問した際「価格」「品質、機能」「安全性」という上から3つのところでは8割以上の方が意識している。その反面、下から2段目の線を引いたところでございますが「商品購入による環境への影響」を意識するとはっきり答えた方は1割に満たず、また、どちらかといえば意識する方まで含めれば、ようやく4

割に近い数字になるといった現状でございます。

また、その下が在留外国人の増加ということで、都内の在留外国人は平成24年末から増加しておりまして、人口に占める割合も年々増加し、また、今後も増加が予想されているということでございます。

一番下のところでございますが、持続可能な発展ということで、国際的な動きにおいても国連の持続可能な開発サミットにおきまして「持続可能な開発目標（SDGs）」を採択されるですとか、東京オリンピック・パラリンピック競技大会の組織委員会におきまして「持続可能性に配慮した調達コード基本原則」を策定したところでございます。

こういったところを含めまして、この5年間で重視すべき視点といたしまして、3点を挙げております。

まず1点目でございますが、消費者被害の防止はもとより持続可能な社会の実現等に向けた主体的な消費行動への変革を促進するというところで、消費者被害や商品・サービスの事故を防止するために、消費者がみずからトラブルに遭わないような行動を選択できるような情報を的確に提供するなど、そういったところで行動の変革を促すことが重要であると考えております。また、持続可能な社会の実現のためには、消費者の日々の消費行動が地球環境に配慮したものとなるよう行政として積極的に働きかけていく必要があるということを考えております。また、消費者が持続可能性に配慮した商品・サービスを消費することによりまして、事業者の方々も消費者のニーズに合った持続可能性に配慮した商品を生産するようになるということで、こちらの循環がうまく回っていければということを考えております。こういったことが持続可能な運営を掲げるオリンピック・パラリンピックの開催によりまして、消費者の持続可能な社会の関心の高まりが期待されておりますので、この開催をきっかけといたしまして、消費者が主体的にみずからの消費者被害の防止と持続可能な社会の実現に貢献していくよう、消費行動の変革を促すということでございます。

2点目が、情報通信技術の進化やグローバル社会への対応ということで、情報通信技術の進化ですとかスマートフォンの普及によるライフスタイルの変化や取引における時間的・空間的障壁を取り除くなど、コミュニケーションや、商取引の方法にも変化をもたらすと考えられております。このよい面ももちろんたくさんあると思いますが、これに伴って新たな消費者トラブルが発生することも想定されております。また、オリンピック・パラリンピックの開催に伴いまして、中長期間東京に滞在する外国人もふえると見られておりまして、在留外国人も増加傾向にございますので、こうした外国人の消費者問題への対

応も求められていくということでございます。こうした情報通信技術やグローバル化の進展による経済や社会環境の変化に消費生活行政が対応するということを、視点の2点目として挙げております。

3点目でございますが、消費生活行政の推進のために地域や事業者等のさまざまな主体とのつながりと連携を強化していくということでございます。まず、高齢者等の消費者被害防止のためには高齢者と見守る地域、団体、事業者、区市町村等のつながりが不可欠でございます。また、そういう機関ではなくても、消費者の身近な人への相談など消費者同士の横のつながりが被害を防止できるという面もあると考えております。また、このよりよい商品やサービスを提供するための消費者と事業者との連携・協力関係ですとか、健全な取引を促すための事業者団体との連携、消費生活行政以外の分野の施策との連携を今後さらに進めていく必要があると考えておまして、このようなつながりと連携を意識して施策を推進することが必要と考えております。

前の資料4にお戻りいただきまして、ただいま御説明させていただきました3つの視点を、この計画の方向性ですとか具体的施策、または施策の実施の際にはいつも念頭に置いて考えていくということで一貫した計画になるのではないかと考えております。

また、体系となります政策の柱でございますが、1から5まで掲げておまして、まず政策1は、消費者被害の未然防止と拡大防止でございます。具体的にはどのような内容となるかと申しますと、未然防止と拡大防止ということで、高齢者等の見守りネットワークの構築、この見守りネットワークに関しましては答申をいただいておりますので、それを具体的に実施していくといった段階の施策になろうかと思っております。また、未然防止、拡大防止の適切な情報の提供、そういったことが必要となりますので、情報の収集・発信ということが政策1となります。

政策2は、不適正な取引行為等の排除と健全な市場の形成ということで、これは今までも東京都はかなり力を入れてやってきておりますが、法令を駆使した悪質事業者の取り締まり、適正な表示の確保、コンプライアンス意識の醸成等がこちらの政策2に含まれると考えております。

政策3は、消費生活の安全・安心の確保というかなり広い概念でございますが、まず具体的にはこのヒヤリ・ハットと言われている潜在危険の情報提供や危険・危害防止のための調査分析・商品テストと積極的な発信等、また、J I S規格化などの働きかけ、それに加えまして、もう少し広い概念といたしましては、例えば震災時の生活物資等の確保など、

そういった安全・安心といったところはこちらの中で包含されるというところで整理しております。

政策4は、消費者教育の推進と持続可能な消費の普及ということで、多様な主体との連携による消費者教育の展開や持続可能な消費の普及のような、学習や講座、教材の作成等の意識啓発、そういった内容がこちらで進めていく政策と考えております。

政策5が、消費者被害の救済の充実ということで、消費者被害に遭ってしまわれた方を救済するための手段といたしまして、消費生活総合センター、また、区市町村の相談窓口もございますが、そういったところの機能の充実、また、本年10月から法が施行されます集団訴訟の制度もございますので、そういったところの被害回復という意味での特定適格消費者団体との連携等、こういったことが政策5ということで考えたものでございます。

説明は以上です。

○後藤会長 どうもありがとうございました。

ただいま事務局から説明がありましたが、計画を改定するに当たっての現状認識や基本体系に関する事、計画体系に関する事、3つの視点や政策の柱などを踏まえて、次期計画に関する御意見、御質問がありましたら御発言ください。

これからおよそ40分間を目安に、意見交換に当てたいと思います。委員の皆様にはそれぞれ御専門の分野などもおありだと思いますので、積極的に御発言いただきたいと思っております。よろしくお願いいたします。

丸山委員、よろしくお願いいたします。

○丸山委員 次期計画の3つの視点の視点1のところ、消費者被害の防止という短期的な問題意識と、持続可能な社会の実現という短期だけでなく中長期的な問題意識とが提示されておりますので、この点について伺いたいことがございます。

従来の現行計画では、持続可能な社会というのは政策課題4-4という小項目のところに出ていたにすぎなかったのですが、今回は3つ視点の視点1のところで大項目の一つとして挙がってきておりますし、次期計画の政策の柱では、政策4のところでもやはり消費者教育の推進と持続可能な消費の普及ということで、従来の現行計画よりもかなりウエートが高まっているような印象があるのですけれども、この持続可能な社会に関しましては、今までよりもより踏み込んだ議論なり取り扱いをするということを考えればよろしいのでしょうか。

○後藤会長 よろしく申し上げます。

○企画調整課長 御質問ありがとうございます。

持続可能な社会に関しましては、私どもは消費生活条例を制定したときから、持続可能な社会の形成や平成20年の消費者市民社会など、そういったところで考え方としては進めてまいりまして、そこでグリーンコンシューマーなど環境分野におきましてはかなり意識としても浸透してきたと考えております。今、持続可能な社会というオリンピック・パラリンピックを契機に出ているエシカル消費という考え方は、環境だけではなくて児童労働の搾取、低賃金、森林伐採など概念が広がってきているということと、東京でオリンピック・パラリンピックが開催されまして事業者の調達というものがそういう動きになってきているところで、その調達の先には消費者の消費行動があるということを考えておりますので、ここで今進めていくということが、東京で開いたオリンピック・パラリンピックを契機にそういう制度がちゃんと定着をしてその後もそういう社会的な動きになるということが、オリンピックのレガシーと言えるのではないかという事務局の考え方で、今回御提案させていただいております。

○後藤会長 ありがとうございます。

何か補っていただけるような御発言あるいは御意見はございますでしょうか。

末吉委員、よろしく願いいたします。

○末吉委員 私は一般社団法人エシカル協会という協会を運営しております。持続可能な消費という言葉もそうなのですが、倫理的消費という言葉が今、日本の中でも大分広がってきてまして、消費者庁でも「倫理的消費」調査研究会というものが立ち上がり、日本の国民に対して、事業者に対してエシカルな消費、生産を啓発、実行してもらうように進めています。

なぜ今、倫理的消費というものがとても大事で必要かということですが、世界の緊急課題として環境問題、気候変動だけではなく、貧困問題、人権問題が挙げられますが、それらの問題はすべて繋がっておりますので、解決するためには包括的に広い視野から取り組んでいく必要があると。その一つの有効な解決策の一つとして、エシカル消費、倫理的消費があると思っております。

私はこの10年間、さまざまな途上国を訪ねまして、ファストファッションの現場ですとか、児童労働の現場を見てまいりました。そこで感じたのは、途上国の生産者と隣り合わせにいるのは我々先進国の消費者であるということです。日本で今、フェアトレードやエシカルを推進してきておりますけれども、その中で私は6年間フェアトレードコンシェル

ジュ講座という講座を開いてきて、約1,000人以上の方たちに講座でいろいろなお話をしてきました。そのうちの3分の1は若者です。高校生や大学生も入っています。彼らが口をそろえて言うのは、この未来世代のために公正な社会を作りたい、自分たちもその社会づくりに参画していきたいと。このままではいけない、誇りを持ってもっと生きていきたい、大量生産、大量消費、大量廃棄の時代はもう終わりなのではないですかと、若者のほうからそういった意見がたくさん出てきています。そういった次の10年、20年の消費や社会を担っていく若者たちのそういったエネルギーの受け皿となる役割が私たちにあると感じています。

今までの経済市場主義ですとか、大量生産、大量消費の時代のその仕組み、システムを変えるのは3つの要素があると思っています。まず1つは自治体や法律です。もう一つは企業、事業者、それから、とても大事なものは消費者であると感じています。この3つがうまくいいスパイラルを生み出していくことがすごく重要であると思っています、消費者が倫理的消費をしていきたいと発言をしていけば企業も当然変わっていくでしょうし、また、企業が変われば法律も動いていくと思っています。ですから、3つの要素の1つである最も大切な消費者が、そういった倫理的な行動に目覚めたりなど、実際にそういった行動ができるような社会の仕組みづくりをしていくのが、まさにこの東京都のような大きな自治体の役割であるのではないかと考えております。ですから、具体的な提案というのは、また今後させていただきたいと思うのですが、消費者の力がとても大事であるということに改めて意識したいです。

最後に、長くなってしまっていて申しわけないのですがけれども、イオンという大きな会社がありますが、イオンはフェアトレードの製品を販売するいわゆるリーディングカンパニーと言われておりますけれども、イオンがフェアトレードの商品を売るようになったのは、たった一人の主婦の声からだったのです。それだけ消費者の力というのは物すごく影響力があるということを皆様にお伝えして終わりたいと思います。

もう1点だけ、質問があるのですがよろしいでしょうか。資料5の消費生活を取り巻く環境変化の中の商品購入による環境への影響への意識という調査があるのですが、こちらは何歳からの対象の意識調査になっているのでしょうか。

○企画調整課長　こちらは都内に在住する20歳以上の男女3,000人で行って、20代から70代以上の男女ごとに250人ずつの枠をとってインターネット調査をしたものでございます。

○末吉委員 ありがとうございます。

○後藤会長 今、ここで話題になっている事柄について、何かさらに御意見あるいは補足がありましたら、よろしくをお願いします。

飛田委員、よろしくをお願いします。

○飛田委員 飛田でございます。

今、大変頼もしくといいたいでしょうか、うれしい御発言もありましたけれども、実はこの地球環境を考えたりする活動といえますのは随分歴史が長くて、多少手前みそになります。私どもなども地婦連として化粧品の詰めかえ用品、スプレーからフロンを抜くということを一早く行いまして、また、トイレットペーパーの調査ですとか、さまざまな環境問題に取り組んでまいりました。今なお、福祉作業所の方がつくられたものを買うとか、さまざまな地産地消のエコファーマーの方からのものを購入するなど、上は100歳近い方までいる組織でございますけれども、そういう活動も延々と続いております。

新しい感覚で途上国の現状などを踏まえてまた若い方たちを取り込んで進めていっていただけるということは大変ありがたく、また、今回の次期基本計画の体系を見たときに、全体的な計画案、視点、政策の柱、いずれも理にかなったもの、時宜にかなったものだと思っておりますが、特にこの問題については、消費者教育などを行うときもエシカルという言葉は外来語のようで、古い活動をしている者にとってはなじみにくいし、もしかしたらよそから入ってきた概念のように誤解されてしまうと困ると思っております。思いやりの消費や持続可能な消費や地産地消、社会貢献型の消費やフェアトレード、もっといろいろ文言があると思いますが、調査をなさるときなども、皆さんにわかりやすいメッセージを届けていただいて、このネットでの調査というのは私は数値が随分低いと思って拝見したのですけれども、わかりやすい言葉で余りITと関係のないような世代にもお聞きになると、数字はもっと高いのではないかと思います。私どもの過去の経験ですと、尋ねますと半数を超えた人たちがそういう消費をしたいという回答を寄せておりまして、やや世代が違いますけれども、そういうことも踏まえて世代間のギャップなどを言葉によって生まないように、この問題には多くのそういう善意を取り込んでいけるような方向づけが必要ではないかと思ってお話をお伺いしておりました。この持続可能に関しましては、地球環境の問題も待たないですから、そういう視点もぜひお取り入れいただけたら思っております。

以上です。

○後藤会長 どうもありがとうございました。

ただいまの問題については、よろしいでしょうか。

木村委員、よろしく申し上げます。

○木村委員 主婦連の木村です。

エシカルということには大変賛同いたします。今では当たり前のようになっておりますけれども、買い物袋を自分で持参することとか、コップを持参する、箸を持参する、そして外食産業ではお箸が使い捨てでないとか、いろいろなところに広まっていると私も理解しておりますし、主婦連合会でも昔からいろいろな意味で取り組んでおります。現在では食品残渣について、いかに減らすかということで取り組んでおります。それを進めるに当たって、消費者の力が強いと申しましても、情報量が足りません。みんなに知ってほしいということ、例えば児童労働の実態ですとか、いろいろな情報の開示をしていただきたいと思っておりますし、気がついたところは私どもも、消費者団体としていろいろなところに発信していきたいと思っております。

ですから、情報の開示及び提供、消費者が環境に配慮したものを選べるための適正な表示をきちんとしていただきたくことが必要です。例えば、目の前で取引してこれは何でしょうねと選べる取引だけではなくて、先ほどの説明にありましたけれども、電子商取引になりますと表示だけで選ばなくてはならならず、表示が命ですので、わかりやすい具体的な表示でなければなりません。もう一つ大事なこととして、その商品やサービスがどういった経路を経て私どものところに届いたかというトレーサビリティです。そのことをきちんと消費者にわかるようにしていただくということが持続可能性のための消費の普及に必要なのではないかと思いますので、よろしく願いいたします。

○後藤会長 どうもありがとうございました。

島田委員、よろしく申し上げます。

○島田委員 島田と申します。

倫理的消費ということなのですが、それと東京オリンピック・パラリンピックということで、今、東京都でもパラリンピックにかなり力を入れていると。障害者の皆様方にもこのスポーツを通じて盛り上げていこうということで、この倫理的消費の中に障害者の方々がつくった製品ですね。今、私も都議会の厚生委員会に所属しております、かなり福祉保健局のほうでも障害者がつくった製品を普及させるという取り組みをしています。今、なかなか障害者雇用に結びつかないということで、この倫理的消費という中に障害者



のつくったものを多く買っていただけるような、そういう消費者の考え方の変化、こういうことも重要な視点だと私は思っているのですけれども、この点についてはいかがお考えでしょうか。

○後藤会長 この点については、何か都のほうからコメントはございますでしょうか。

御要望ということで今後に生かすということによろしいですか。

○島田委員 はい。

○後藤会長 橋本委員、よろしく申し上げます。

○橋本委員 橋本です。

やはり消費行動ということで、東京都消費者月間の事業の中で私どもはかかわっておりますけれども、そういう中でも5年前にも消費者として責任ある消費行動ということですと掲げて、本当に一人一人市民の皆さんに訴えてまいりました。そういう中で、ここに掲げていただいたということでは、これからより期待して今までずっとしていた中でもまだまだ伝わり切れない部分が多かった部分ですので、ここはこれからの東京都としての動きの中に期待したいと思っております。よろしく願いいたします。

○後藤会長 崎山委員、よろしく願いいたします。

○崎山委員 都議会の崎山です。

今ほど木村委員からもお話がありました食品残渣の問題なのですけれども、これから検討部会で議論がされますが、ぜひこれをお願いしたいと思っております。東京は日本の大消費地でありまして、食品の何と3割以上が捨てられている、食べられるのに廃棄されているという事実がありますから、その残さない取り組みというのですか、食品ロスを出さない取り組みということの議論をぜひ部会でお願いをしたいと思っております。

もう一つは、これから高齢化社会を迎えるわけでありまして、買い物なのですけれども、お年寄りには買い物に出られないからネットで何でもかんでもお買い物なさいというわけにもいかないわけで、買い物難民対策というのも大きなテーマ、課題になるのだらうと思っておりますので、ぜひその分野においても御議論をいただければと思っております。よろしく願いいたします。

○後藤会長 どうもありがとうございました。

ほかの問題にわたってよろしいですか。

石戸谷委員、よろしく願いいたします。

○石戸谷委員 まだ精査していないので感想的なことということで結構だと思うのですけ

れども、具体的には部会で検討すればと思いますが、1つ目は、法制度が次々に変わっておりまして、昨日の国会で特定商取引法、消費者契約法、資金決済法という消費者分野で大変関連が深い3本の改正法が成立いたしました。資金決済法は電子マネーなどの仮想通貨も入っておりますし、これについては次の改正があるということでまだ検討している状態ですが、秋には割賦販売法の改正法案が出てくるということが想定されていて次々と整備されているので、特に条例の不適正取引のところがこの法改正の趣旨とよくマッチしているか、十分かどうかというのは部会の検討のときに精査をしたほうがよいかということだと思います。

もう一つは、各地の条例の関係で法改正のときの議論にも絡みますが、意に反する勧誘というところにどの辺まで入るのかという問題がありまして、ここはステッカーやシールなどでお断りと表示したものも含むと条例に書いてあるところ、施行規則に入れているところ、あるいは解釈で含めているところ、さまざまありまして、少なくともこのところの論点については、重要なテーマなので何らか明確にしたほうがいいかなと思います。

以上2点、申し上げました。

○後藤会長 どうもありがとうございました。

これも部会で考慮していただくということで、よろしく願いいたします。

ただいまの石戸谷委員の御意見、御発言に関連したこととして、何か御発言はございませんでしょうか。

それでは、別の論点でよろしく願いいたします。

西田委員、よろしく願いします。

○西田委員 よろしく願いします。

先ほどのエシカルということに関連することですが、1つは子供の貧困が問題です。6人に1人は貧困ですということが日本国内でも発生しているという調査結果があります。海外の研究だと、貧困の家庭では実は事故が多発していて、1.3倍事故発生率は高く、火災も3.7倍高いという研究結果が出ており、そういう家庭に対してセーフティー・グッズを提供する支援をすることをやっているのですが、消費者支援の中に貧困対策という視点もあってもいいと思います。今回の基本計画にある「重視すべき視点」の中の持続可能という言葉には意味合いが入っているのですけれども、それが何を意味するのか必ずしも分かり易くなっていないので、先ほどの貧困問題も含めて、どんな意味を込めているのかを読み取れるように具体的に幾つか書いてあるとわかりやすいと思いました。

それから、2点目ですが、パラリンピック・オリンピックの話題が入っているのですけれども、こういうスポーツを振興すると同時に予防、スポーツでいろいろなけがをして障害者をたくさん生み出しているという現状があります。ものすごくスポーツ外傷が発生しています。これからもオリンピックに向けて、多分障害者がいっぱい発生してくる状況にあると思うので、スポーツ外傷の対策に関しても入っているといいと思います。

そのときに、スポーツはスポーツ庁のような専門カテゴリーで行う対策と考えがちだと思うのですが、民間事業者がやっているスポーツクラブなどでは、サービスを受ける消費者支援という観点での安全確保の問題を扱えると思います。スポーツ庁などスポーツを振興する別の部署でもそういう話題が出てくると思うのですけれども、どうしても目線としては消費者目線などになりにくいところがあるので、利用者の立場という観点でも取り扱えるといいのかなと思いました。

もう一つ3点目は、消費者教育です。政策の中でも何回か、政策4でも出てきているかと思えます。消費者教育は大事だと思いますが、いろいろな行政・団体でいろいろなコンテンツ（教材）がつくられています。本当にたくさんあります。経産省もつくっているし、消費者庁もつくっている。これは、最近あった事例ですが、他の行政がつくった資料を例えば東京都の予算では印刷できないとか、そういう再利用がなかなかできないようなことがあって非常にもったいないと思っています。過去に他の行政であったり他の組織がつくったようなものも含めて再利用できるような仕組み、それは私の誤解かもしれないのですが、そういう新しい教材をどんどんつくるだけではなくて過去にあったものをどんどん再利用できる仕組みをつくっていくことが大事だと思います。

具体的には消費者庁がつくった資料を都の予算では増刷できませんと言われたものがあったのです。もともと資料を作った行政のほうは、年度が変わり、もう予算がないから増刷できない。それを再利用する行政は、もともと作った組織ではないから予算がとれないということでは、すごくもったいないなと思ったので、そういうリソース共有ができるといいなと感じました。

その3点です。

○後藤会長 どうもありがとうございました。

これは3点とも基本的には3つの視点のうちの視点1の問題ということなのでしょうか。

○西田委員 そうですね。視点1の消費者被害の防止というところの消費者の中に、スポーツを利用する消費者の被害防止や、貧困問題を抱える消費者の被害防止として取り扱え

ると思います。そうした被害防止のための消費者教育に関しては、これまで作られた教材や資料のリソース共有ができるようになると良いと思います。

○後藤会長 どうもありがとうございました。

それぞれの視点が1行、2行という形でまとめて書いてありますので、どこまでのことが想定されるのかに関しては今後また検討するところで議論をして、基本的に含める方向で考えていくということよろしいでしょうか。

○西田委員 そうですね。こういうことを検討してほしいという視点を表現するときに、この計画書が今からどう波及していくのかわからないのですけれども、それを見た人がうまく読み取れるような具体的な書き方になっているといいなと思います。

○後藤会長 わかりました。では、そういう方向で問題点の貴重な御指摘をいただいたということで、ありがとうございました。

柿野委員、よろしくをお願いします。

○柿野委員 消費者教育ということで、3点発言させていただきます。

先ほども議論になっておりましたけれども、政策4の消費者教育の推進と持続可能な消費の普及についてです。これまでどちらかというところと消費者教育の内容が消費者被害の防止というところに力点が置かれがちであったのですが、持続可能な消費の普及がしっかり位置づけられている点が大変すばらしいと感じました。これについて今後、地域協議会、部会のほうで私もメンバーとなっておりますので、検討を重ねていきたいと思っております。

2点目ですけれども、計画の御説明の中にも出てきたのですが、消費者教育推進法が施行された後に東京都は全国に先駆けていち早く消費者教育推進計画を策定いたしました。ただ、今、全国的な傾向を見ておきますと、都道府県の計画というものはおおよそできつつある状況でして、今、その次の段階として市町村の計画策定という動きが広がりつつあります。その点について、次期の計画の中で東京都が区市町村に対して計画策定の支援を行っていくという明確な方向性を持つべきではないかということでございます。前回は協議会の設置ということで目標が10でしたけれども、27年度末は4であったという報告がありました。今後は協議会に加えて計画策定についても可能な限り検討を進めていくという方向性は持っていきたいということが2点目でございます。

3点目が、3つの視点の視点3というところでもかかわりますし、政策4の消費者教育の推進の中でも冒頭に出てまいります、多様な主体との連携による消費者教育の展開という点でございます。消費者教育を進めていく上で消費者教育の主な場となります学校教育、

あるいは地域でのさまざまな活動、家庭での教育、高齢者の被害防止、見守りという観点からの教育、さまざまなことがございますけれども、その中で多様な主体が連携して消費者教育を推進していくというときに、そこでコーディネーターになるようなキーになるような方が必要ではないか。これは消費者教育推進法の翌年に閣議決定されております基本方針の中でも明確にコーディネーターが位置づけられております。東京都でも、今後コーディネーターあるいは区市町村のほうで消費者教育を推進していく上での消費者教育の人材が十分に存在しているのかという消費者教育の推進体制の面から検討が必要だと思います。先ほどのご説明の中にもありましたように、東京都でも区市町村に対する相談体制の支援は過去に比べて非常に充実してきていると思うのですが、消費者教育を推進していく消費者行政の体制が十分なのかということも含めて検討していく必要があるのではないのか、という問題意識です。

以上です。

○後藤会長 どうもありがとうございました。

阿部委員、よろしく願いいたします。

○阿部委員 よろしく願いいたします。

今の御意見の中のつながりというところ、視点3のところになるのですが、まさしくそうでした、例えば実行委員会制を踏まえて各地消費者団体と一緒に何かやりましょうということで行うまではいいのですが、その後につながっていかないのです。消費者団体が今、全体的に弱くなっているというところもあるのですが、その地道な活動をもとにつながっていったらいいというところが、それをまとめる市区町村もそういうところが構築されていない状況でもありますし、せっかくそういったことを立ち上げて、それまではいろいろな意見を各団体が出していいものをつくっていきましょうとなるのですが、その後に関わったら終わりという形で、非常にいつもやっぴながらもったいないという感覚は持っております。全相協でも先ほど議論にあった持続可能なところで、小学生のところに行って自分の洋服はどこの製品なのだろうというところからこういったところの講義をしたり、また、高齢者のところに行って消費者被害という形で幅広く講義をしているのですが、どうしてもそれが行った場所のみという形になって、学校教育はそれで仕方がない部分はあるのですが、高齢者のところに出向いて行って、これがうまく地域の人とつながっていったらいいなというところはいつも感じているところでございます。

先ほどの説明の資料3-1のところ、中段の一番下段にいわゆる事業者団体との連携

を図るこういった協定を締結したというところがございまして、これがどういう形で締結されているのかという御質問のところと、こういったことを今後ぜひ広げていきたいというところがございます。

事業者との連携というのも非常にございまして、先ほど買い物難民のお話が出ましたが、やはりお買い物をするのが都内であっても大変だという声をよく伺います。そこで、事業者のほうで届けるという制度を結構やっておりまして、そういった方が高齢者と出会えるところになっていくので、そういった事業者との連携も図れたらよろしいのかなというところも考えております。

もう一つの質問としまして、同じページの中段に事業者のコンプライアンス意識という形で講習会をしていますということで高まっているという話なのですが、これはどういった事業者向けにどのような講習をなさったのかというのもあわせて御回答いただけたらと思っております。よろしく願いいたします。

○後藤会長 御質問にわたる部分については何かございますか。

○企画調整課長 1点目の資料3-1の中段の一番下に記載がございます「平成28年3月30日に、高齢者等の見守り、認知症の方への支援、高齢者等の消費者被害防止、行方不明認知症高齢者の早期発見等を目的に、都内で広域に活動する16の事業者・団体と『都と事業者との連携による高齢者等を支える地域づくり協定』を締結」という部分でございます。これは福祉保健局が中心となりまして、事業者団体、例えば生協さんや新聞販売の組合さん、そういったところと包括協定といって東京都と業界団体が、今、申し上げたような高齢者の見守りや安否確認などにご協力いただくために協定を結びました。今後、このような内容で区市町村がそれぞれの身近なところの販売店さんなどにご協力を働き掛ける場合には、都と業界団体の協定の内容が活かされますということで、区市町村の取り組みが進みやすいように東京都として支援をしているということです。各区市町村におかれましても、各地域で個別に協定を結ばれているところはございますので、そういったところはもともとの区市町村さんと事業者さんの協定を優先するということです。これから連携を始めようとするときに始めやすいような基盤整備をしたとお考えいただければよろしいかと思えます。

○取引指導課長 それでは、2点目の事業者向けコンプライアンス講習会についてなのですが、こちらは平成22年度から実施しているものでして、毎年少しずつ内容を変えたりもしているのですが、ここ最近は大体同じような形でやっております。昨年度の実施状況

ですが、Aコース、Bコース、Cコースということで3つ用意しておりまして、Aコース、Bコースは特定商取引法の対象となる取引形態で事業を実施している事業者向けになっておりまして、Aコースは主に通信販売の事業者向けで、特定商取引法の解説ですとか、あとは事業者団体の方に来ていただいて具体的なコンプライアンスの取り組みの報告をしていただいております。

Bコースは、特定商取引法の対象となる、通信販売以外の取引形態、つまり、訪問販売や電話勧誘などを行う事業者を対象に特定商取引法の解説を行っております。

Cコースは、広告表示を行う事業者向けに景品表示法の解説と、あとは事業者団体の方に来ていただいて違反事例の御紹介ですとかそういったことをやっております。

以上です。

○後藤会長 どうもありがとうございました。

小林委員、よろしく申し上げます。

○小林委員 東京商工会議所の小林でございます。

今、産業界で一番問題になっている案件が人手不足でございます。とにかく事業をやっていく上で人が足りなくなっている状況です。急速に人口減少が進んでおりますので、東京都におきましても、今度の計画をつくる時に人口動態がどうなっているのかという視点を入れていただきたいと思っております。特に人手不足の中で私どもは、若者、女性、高齢者といった方々に社会でどんどん活躍していただくことが必要ではないかと申し上げておりまして、急激な人口減少社会が進む中で消費者行動はどうなっているのかという視点もぜひ入れていただき、検討いただけるとありがたいと思っております。

以上です。

○後藤会長 ありがとうございました。

佐藤委員、よろしくお願いたします。

○佐藤委員 消費者関連専門家会議はA C A Pと呼ばれております。各企業のお客様対応、消費者対応部門の役職者等で構成された団体でございます。

事業者という視点でお話しさせていただきたいと思うのですけれども、10年ぐらい前までは、私ども事業者は、例えば主婦連、地婦連、全相協等から電話があると身構えるのが常でした。東京都消費生活総合センターから電話があるとこれは大変だというような状況でした。今はずいぶん変わりました。やはり消費者の声であるとか、お客様の声を収集して業務に活かしたいという思いが非常に強いからだと考えます。ですから、私どもA C

APでも、東京都消費生活総合センターから電話があれば、きちんと出向いて行きなさいと言っています。まずは行って消費者の声を聞いてきなさいという動きをとっております。

私ども企業がよりよい状態で発展していくためには、消費者なり消費者行政と連携していかなくてはいけない、消費者団体とも連携していかなくてはいけない、逃げ隠れしたり作戦を立てる場合ではないのだというスタンスにだんだん変わりつつあります。その意味で、先ほど消費者教育の話も出たのですけれども、例えば資料4の視点の3つ目の事業者等のつながりというところですか、具体的にどのような形で落とさせていただけるのか、今後の動きになると思うのですけれども、ぜひ消費者行政の中に事業者を活用していただきたいと思っています。

各事業者団体が特にそうなのですけれども、消費者啓発の資料は、非常にいいものをつくっていると思います。私は生命保険から出向しているのですが、生命保険の有利な活用とか、結構いいものをつくっていると感じます。しかし、どうしてもそれがなかなか消費者教育の場で使ってもらえない、と言うとおかしいですが、下に個別の会社名が入っていたりすると抵抗感があるのではないかと。それを隠すか隠さないかはともかくとして、行政との連携によって、そういう資料等も有効に活用いただけたらいいなと思う次第です。この資料の中の視点3のところにはありましたが、地域や事業者等のさまざまな主体とのつながりが重要だと思います。消費者教育もそうですね。企業のほうでは今、消費者教育をしっかりとやろうよという動きが起こっています。なぜかという、賢い消費者が多くなれば、とんちんかんな苦情も減っていくのではないかという発想を持っております。お客さんがわかってくれないと言う前に、まず、お客様に理解いただけるような消費者教育を推進していきたいと思っています。

非常に抽象的な発言で申しわけないのですけれども、この事業者等のつながりというところにちょっと目がいきましましたので、消費者教育ということも含めてぜひ事業者なり事業者団体を有効に使っていただければありがたい、そういう計画に進めていただければありがたいと。

散漫になりましたけれども、御報告させていただきます。

○後藤会長 どうもありがとうございました。

次の議題もありますので、あとお一人ということで、里吉委員、よろしく願いいたします。

○里吉委員 全体の話ということではないかもしれないのですけれども、視点2の情報通



信技術の進化ということで、今、本当に高齢者の方も含めて携帯電話とスマートフォンを使う方がふえていて、高齢者の方もそうなのですけれども、最近私は身近な人で50代、60代の方が立て続けに3人架空請求で、そのようなことは無視すればいいのだよというのは現役世代の方は皆さん知っていると思ったら、1人の方はもう電話をしましていて、1人の方は私に相談をくれて、1人はそこで電話をかけようとしていたという人が1週間のうちに3件続けざまにあって、本当に驚いたのです。

多分、今、本当にたくさん一遍に架空請求できるということで、技術が進化すればするほど向こうの技術も進化しているので、何万件を送って1件当たればいいやということなのではないかと思うのですけれども、ひっかかったほうはそれはそれで大変なことで、今、この消費者教育の冊子を見ていたら、5ページのところに都民通報制度で架空請求をしたサイトを押さえて条例違反に認定したなどということが書いてあって大変すばらしい行動をしているなと思ったのですけれども、これも情報が伝わってなくて、私たちは自分が電話しないだけなのです。電話しないだけではなくて、その情報をどこかにおくればそれが被害防止に伝わるということで、今、つながるといことが出ていたので消費者同士がつながって本当に未然防止、拡大防止というのは最後は人の力ではないかと思ひまして、そういう視点で言うと、今、企業さん、業者さんと消費者という形もありましたけれども、消費者同士がうまくつながって、こういうところから身を守るということも視点としてぜひ消費者同士がつながって、賢い消費者になっていくということもこれからの時代考えていく必要があるのではないかと思ひましたので、ぜひ視点に入れていただきたいと思ひまして発言しました。よろしくお願ひします。

○後藤会長 どうもありがとうございました。

たくさんの貴重な御意見をありがとうございました。本日、委員の皆様からいただいた御意見につきましては、今後の部会での検討の際に参考にしていただけたらと思ひます。よろしくお願ひいたします。

それでは、次の議事に移りたいと思ひますが、議事の(2)「東京都消費生活基本計画及び東京都消費者教育推進計画の進捗状況等について」ですが、毎年度、東京都は東京都消費生活基本計画に関連する施策について当審議会に報告し、審議会は事業の実績を確認・評価し、意見を述べることとなっております。

また、東京都消費者教育推進計画もこの基本計画の一部として位置づけられることから、当審議会と同様に確認・評価し、意見を述べることといたします。加えて、この消費

者教育推進計画に基づき、都が実施する具体的な取り組みを掲載した東京都消費者教育アクションプログラムの平成28年度版を策定されたとのことですので、報告を受けたいと思います。

では、事務局より説明をお願いいたします。

○企画調整課長 それでは、消費生活基本計画の進捗状況につきまして、お手元の資料6と7で御説明をさせていただきます。

初めに資料6「東京都消費生活基本計画の具体的施策の状況」をごらんください。

タイトル下の枠に計画の基本的考え方を記載してございますが、今、会長から御説明があったように、3つ目の丸にありますとおり都はこの計画の実効性を確保するため、毎年度当初に各施策・事業について本審議会に実績を報告し、いただいた御意見を施策・事業に反映することとなっております。各施策の取り組み状況につきましては、お手元にお配りしましたブルーのファイルに各事業を取りまとめてございますが、総事業数が164と大変多くございますので、本日はこちらの資料6で重点施策に絞って、説明をさせていただきます。資料の一番右にブルーのファイルの掲載ページを記載してございますので、後ほど御確認いただければと存じます。資料は事業番号に続きまして事業名、昨年度の実績、今年度の予定を記載しております。

まず、重点施策1「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」でございます。先ほど資料3-1から3-4で御説明させていただいた内容と重複するところがございますので、そういったところは割愛させていただきまして、今年度の取り組み予定を中心に御説明をさせていただきます。

まず、事業番号2-1-1の悪質事業者に対する取り締まりの徹底につきましては、本年度も特別機動調査班6班体制により、悪質事業者に厳正に対処するとともに、コンプライアンス講習会等も実施してまいります。

次の5都県及び関係機関との連携でございます。昨年度は5都県を中心に連携を図りまして、訪問販売による金地金の事業者など2件の同時処分、16件の合同指導を実施いたしました。本年度も国や他の都道府県と積極的に連携を図りまして、不適正取引対策を進めてまいります。

次の法制度上の問題的点の改善に係る国への働きかけにつきましては、先ほど来、お話しに出ているように、法改正が進んでおりますので、国の動向等を見ながら、これから政省令等の策定が行われる予定ですので、それに関しまして都の現場としての働きかけを行っ

てまいりたいと思っております。

1つ飛びまして、事業者のコンプライアンス意識の醸成でございますが、昨年度は景品表示法、特定商取引法等の訪問販売事業者などに対する講習会等に加えまして、コンプライアンスに積極的に取り組む事業者への調査を実施いたしました。調査結果をもとに取り組むべきポイントや実例を項目別にまとめましたガイドブックを2種類作成しております。初めに御紹介させていただきましたこの2冊ということになります。こちらには取り組みの基本的なポイントをまとめました「取組のススメ編」と具体的な取り組み事例を数多くまとめました「実例集」でございます。消費生活部のホームページ「東京くらしWEB」にも掲載してございますので、ぜひ御活用いただければと思っております。本年度は、訪問販売等の事業者の実態及び都民の意識調査を実施いたしまして、今後の講習会等に活用していく予定にしております。

次に、重点施策2「ライフステージに応じた消費者教育の推進」でございます。

こちらはそれぞれ施策が関連しておりますので、一括して御説明させていただきます。

本審議会の部会でございます消費者教育推進協議会を開催し、御意見を伺いまして、消費者教育アクションプログラムの28年度版を作成するなど、消費者教育の充実に努めております。区市町村の消費者教育推進の支援につきましては、消費者教育モデル事業として、地域の特性を生かしました先駆的取り組みを行った自治体の成果を取りまとめ、普及に努めてまいります。

1枚おめくりいただきまして、重点施策3「消費生活に関連する情報の戦略的な収集と発信」でございます。

最初のリコール製品の情報提供の推進につきましては、ホームページ「東京くらしWEB」やツイッターを活用いたしまして、積極的な情報発信を実施いたしました。

次の子供の事故防止に向けた情報発信・普及啓発につきましては、東京都商品等安全対策協議会から、コイン形電池等による乳幼児の誤飲事故を防止するための提言を受けまして、消費者庁、消防庁関係団体等と連携いたしまして、リーフレットを作成いたしまして、保育所、保健所、小児科を有する病院、診療所などへ配布するなど注意喚起を行ったところでございます。

なお、消費者被害防止啓発でございますが、高齢者や若者向けのキャンペーン等も含めまして、近隣とも連携して広域的に展開いたしました。これらの取り組みにつきましては、本年度も関係機関と連携しながら、引き続き実施してまいります。

次は重点施策4の「東京都消費生活総合センターの機能の充実」でございます。

消費者被害救済の充実につきましては、都の消費者被害救済委員会におきまして、区市から依頼を受けた案件を含め6件を処理いたしました。今年度もより多くの消費者被害の救済に努めるとともに、区市における取り組みの充実につながるよう被害救済委員会の設置、運営に関するノウハウの提供なども引き続き実施してまいります。

2点目の消費生活相談体制の充実につきましては、今年度もセンター・オブ・センターズとして支援に取り組んでまいります。

一番下は消費者教育の展開でございますが、昨年度は事業者団体、民間ADR機関と大学との連携などによりまして、講座やキャンペーンなど各事業を実施してまいりました。今年度も多様な主体と連携し消費者教育を進めてまいります。

続きまして、資料7でございますが、左側は「東京都消費者教育推進計画の具体的施策の状況」でございます。

タイトルの下の枠内でございますとおり、この計画は消費者教育推進法に基づき策定したものでございまして、消費生活基本計画の一部として位置づけております。表の構成は資料4と同様になっております。

最初の従業員に対する消費者教育の促進につきましては、悪質商法の実態と対処方法などをテーマに新入社員向けの講座を9回、中堅社員向けの講座を11回実施いたしました。今年度も企業等に対しまして、出前講座の活用を働きかけてまいります。

次の区市町村の消費者教育を担う人材の育成につきましては、一昨年度から新たな取り組みといたしまして、消費者問題マスター講座に「区市町村優先枠」を設けまして、地域で消費者教育の担い手となる受講生の受け入れを行いました。昨年度は17区市町村から39名の受講がございました。引き続き区市町村と連携いたしまして、優先枠の活用を働き掛けてまいります。

次の消費者教育用教材の作成・活用でございますが、中学生向けにウェブ教材を作成いたしました。今年度はDVD教材を新たに作成するとともに、これまで作成したウェブ教材等の改定を行う予定でございます。

下から2段目の出前講座（大学等との連携）でございますが、新入生ガイダンス等におきまして、コンシューマー・エイドによる出前講座を57回実施しております。実施に当たりまして、大学を訪問いたしまして、消費者教育の重要性を説明するなど働きかけを積極的に行ったところでございます。今年度もさらに活用されるよう働きかけてまいります。

以上を今年度の消費者教育推進計画に基づきまして着実に取り組みを進めてまいります。  
次に、資料の右側のほうをごらんいただけますでしょうか。

28年度版の消費者教育アクションプログラムの概要について御説明をさせていただきます。プログラムの本体につきましては、本日机上にブルーの冊子をお配りしておりますので、後ほど御参照いただければと思います。

こちらの枠内に記載のとおり、アクションプログラムは、東京都の消費者教育推進計画の都が実施する具体的な取り組みを掲載したものでございまして、その内容は、消費者教育推進協議会の意見を踏まえて毎年度見直しを行っているものでございます。アクションプログラムでは、計画の中間年度でございます27年度までに2つの到達目標を設定しております。1つ目の新たに連携する団体数につきましては、3年間で30団体という目標を設定しておりましたところ、この資料7には記載がないのですけれども、58団体と新たな連携を図りまして、目標は達成いたしました。この実態を踏まえて協議会にお諮りいたしまして、計画の最終年度である29年度までの到達目標を新たに設定いたしました。

表1にございますように、今年度、今後新たに連携する団体数を20団体、また、これまで連携をした団体と継続的な連携やほかの分野での連携など、連携強化を図る団体数を180団体といたしました。

また、その下の消費者教育推進地域協議会につきましては、区市町村への設置ですが、10という目標に対しまして、27年度までには4区で設置がされたところでございます。こちらは目標が未達成ということでございますので、引き続き29年度までに10団体の設置を目指すということになっています。

27年度のアクションプログラムに記載した取り組みの実績につきましては、このブルーの冊子の12ページ以降にまとめてございますので、後ほど御参照いただければと思います。

大変雑駁でございますが、説明は以上です。

○後藤会長 どうもありがとうございました。

ただいまの説明につきまして、御意見、御質問等がありましたらお出しください。

橋本委員、よろしく願いいたします。

○橋本委員 先ほど説明いただきましたアクションプログラムの表2のところにあります4の高齢者の消費者被害の防止のところ、見守り人材向けの出前講座というものがありますけれども、こちらに関してなのですが、こちらで今までもきつとしていらっしやった

と思いますけれども、ホームヘルパーさんとかケアマネジャーさんなどという方の育成ということで出前講座等が行われていますが、これは前の部分にもかかわるのですが、高齢者の見守りというのを消費者同士がというところで先ほどお話がありました、元気な高齢者の集まりである消費者団体、こちらの人たちもこの中に入れていただいて、見守る側として、この出前講座等を受ける対象の中に入れていいなということの一つと思いました。

もう一つ手前の資料6の内容になりますけれども、そういう中で、コイン形電池のリーフレット、こちらを私どもでも配布させていただいたのですが、これに関しましては、私の団体の中で話し合いの中でただ紙を配布するだけでは伝わり切れないというか、伝わるのが難しいということもありまして、今回そのリーフレットを配布するに当たって学習会、それと、このコインの怖さがわかるような実験もさせていただきました。参加者は、ゼロ歳児をお持ちのお母さんたちが10名くらい同室でさせていただきまして、そういう一番聞いていただきたい方が10名ほど来てくださって、あとは周りで見守る方がほか60名くらいいたのですけれども、そういう方たちにとってもわかりやすく紙面だけではわからない部分、実験がとってもわかりやすかったと、コイン電池の怖さもとてもわかったということで公開させていただきまして、やはりいろいろなところで伝えるということの工夫などはたくさんしていただければいいなと感じましたので、発言させていただきました。ありがとうございます。

○後藤会長 時間の関係もありますので、あとお一人ということでよろしいでしょうか。

木村委員、よろしく願いいたします。

○木村委員 ありがとうございます。

資料6の2枚目の重点施策3「消費生活に関連する情報の戦略的な収集と発信」ということで、この内容を拝見しておりますと、発信の内容は大変丁寧に書かれているのですが、戦略的な収集についてはどのようなことをされたのかというのがわかりにくいので説明していただきたいと思います。

あともう一つ、先ほど橋本委員からもお話がありましたけれども、消費者の情報への伝わりということで、拝見しますと、どうしても情報提供、発信するということで、上から目線と言っては失礼なのですが、何か東京都のほうから情報を提供しますよ、皆さん受け取ってくださいと、そのように感じられてしまうのです。いろいろなポスターやリーフレットなどはあるのですが、意外と皆さんスルーしてしまうというか、頭の中に残らないというのが正直なところですが、先ほどの勉強会もそうなのですが、1つの相談

などの前にはいろいろなヒヤリ・ハットがあると思うのですけれども、そういうものも情報提供というか、被害が起こる前であっても、情報提供で通報できるようなシステムがあるといいなと感じております。参加することによってお互いに情報を共有するという仕組みの視点でつくられていくといいのではないかと思います。

もう一点なのですけれども、資料7のアクションプログラムのテーマのところは若者の消費者被害の防止ということで、この対象は、恐らく若者というのは18歳前後の割と年齢のいった若者だと思うのですけれども、今、私が懸念しておりますのは、もう少し低い年代の消費者被害です。今、インターネットがかなり普及しております、スマートフォンも小学生、中学生が使っているのが現状です。そういったものから商取引と申しますか、インターネットを介した通信販売の垣根が大変低くなっているのが実態です。ですから、そういう若者の被害防止というところにももう少し年代を下げた視点を入れていただきたいと思っております。

以上です。

○後藤会長 いかがでしょうか。

○企画調整課長 情報の収集に関しまして御説明をさせていただきます。まず、テーマはいろいろ絞られるのですけれども、お話にありましたように、最近では子供をテーマにやっておりますが、ヒヤリ・ハット調査といたしまして、テーマを決めまして、こういうヒヤリ・ハットの経験はありますかというところで情報を収集をしているような点が1点です。

また、悪質事業者ですとか、架空請求につきましては、知られていないという御指摘もありましたけれども、悪質事業者の通報サイトを「東京くらしWEB」に開設しております。都民の皆様から被害に至るまでではなかったけれども、このような勧誘を受けて困ったですとか、御自身の周りの人がこういう勧誘を受けて断れなかったとか、相談するまでもないけど困った経験があるなどという情報をお寄せいただくようなサイトをつくっております。また、架空請求につきましても、こういう請求が来たということで、それを転送していただくような仕組みになっております。

また、そのほかに昨年度3月に都民の3,000人の意識調査等を行いまして、それをもとに発信をするという仕組み等にも取り組んでおります。

○後藤会長 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。

それでは、本日の議事の最後の議題「報告事項」となります。

東京都消費生活総合センター条例を制定したということですので、事務局より報告をいただきます。

○消費生活総合センター活動推進課長 センター活動推進課長から御報告を申し上げます。

お手元にA4判の1枚紙、資料8がございますので、ごらんいただきたいと思います。

「東京都消費生活総合センター条例」でございます。こちらは本年3月に都議会で議決をしていただきました。これは消費生活センターの組織、運営、そして、情報の安全管理に関する事項につきまして、各自治体が条例を定めるものといえます改正消費者安全法が4月から施行されることを踏まえた対応でございます。

これまで、都はこうした内容を規程等に基づきまして適切に実施してきたため、今回の条例制定につきましては、法律との形式的な整合を図ったものでございまして、実質的な変更点はございません。本条例制定の意義も踏まえまして、今後とも消費生活相談、消費者教育を初めとするセンター事業に全力で取り組んでまいります。

報告は以上でございます。

○後藤会長 ありがとうございます。

最後に事務局から何かありましたら、お願いいたします。

○企画調整課長 次回の部会の御案内をさせていただきます。

次回の部会は検討部会と消費者教育推進協議会の合同部会といたしまして、6月17日金曜日、15時30分から都庁内の会議室で開催を予定しております。先ほど部会に選出された委員の皆様にはお忙しいところ恐縮でございますが、改めて開催通知をお送りいたしますので、御出席のほどよろしくお願いいたします。

以上でございます。

○後藤会長 ありがとうございます。

それでは、これをもちまして、本日の審議を終了したいと思います。

御協力いただきまして、どうもありがとうございました。

午前12時00分閉会