

第24次東京都消費生活対策審議会

第1回検討部会・

第1回消費者教育推進協議会 合同部会

平成28年6月17日（金）

都庁第一本庁舎16階 特別会議室S6

午後3時29分開会

○野澤部会長 時間にはちょっと早いのですが、そろっていますようなので始めたいと思います。東京都消費生活対策審議会第1回検討部会及び第1回東京都消費者教育推進協議会の合同部会を開会いたします。

まず事務局から今回の合同部会についての説明をお願いいたします。

○企画調整課長 生活文化局消費生活部企画調整課長の赤羽と申します。よろしくお願いいたします。

消費生活対策審議会検討部会と消費者教育推進協議会の委員、専門員の皆様、本日はお暑い中、お忙しいところお集まりいただきまして、どうもありがとうございます。

本日の合同部会について御説明をさせていただきます。

今回の諮問事項は、消費生活基本計画及び消費者教育推進計画の改定となっております。総会でも御説明をさせていただきましたが、また後ほど詳しく御説明いたしますが、計画改定に当たりましては、消費生活基本計画と消費者教育推進計画を一体的に改定することを考えております。このため議論の進め方につきまして両部会長と御相談の上、消費者教育に関連する部分については検討部会と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くことといたしました。今回の合同部会につきましては、計画全体に共通する基本認識や消費者被害防止の注意喚起等についても議論することとなるため、合同部会とさせていただきます。

本日はよろしくお願いいたします。

○野澤部会長 それでは、これから合同部会という形で審議を進めていきたいと思っております。

こちらに、私の右側ですけれども、消費者教育推進協議会の部会長である越山部会長がいらっしゃいますが、事務局から説明がありましたとおり、本日の議題は、計画全体にかかわる部分になりますので、検討部会の部会長である私、野澤が本日の司会進行を務めさせていただきます。今後、消費者教育が審議の中心となる合同部会については、越山部会長に進行をお願いしたいと考えておりますので、よろしくお願いいたします。

では、事務局から定足数の報告と配付資料の確認をお願いいたします。

○企画調整課長 それでは、本日の出席状況でございますが、部会ごとに御報告させていただきます。

検討部会は、6名の委員で構成されております。現在5名の御出席をいただいております。丸山委員につきましては遅れての御出席と御連絡をいただいております。

また、消費者教育推進協議会につきましては、委員 6 名、専門員 3 名で構成されておりました。本日は委員 5 名、専門員 3 名の御出席をいただいております。委任状が 1 通ございます。

いずれの部会につきましても、東京都消費生活対策審議会運営要綱第 8 に定めます、委員の半数以上の出席という定足数に達しておりますことを御報告させていただきます。

続きまして、本日お配りしております資料を確認させていただきます。

資料 1 が検討部会の委員名簿。

資料 2 が協議会の委員名簿でございます。

資料 3 が検討部会幹事・書記名簿。

資料 4 が協議会幹事・書記名簿となっております。

資料 5 が「計画の基本的な考え方と現状に対する基本認識」でございます。

資料 6 が「現行計画と次期計画における施策の関連性」となっております。

資料 7 が「政策 1 消費者被害の未然防止と拡大防止」でございます。

資料 8 が「第 2 4 次東京都消費生活対策審議会の今後の予定」という A 4 版の資料となっております。

そのほか参考資料といたしまして、フラットファイルを 2 冊お配りしております。まず水色のフラットファイルは、5 月 26 日の第 1 回総会でお配りしたものと同一のものでございまして、東京都消費生活基本計画及び消費者教育推進計画の具体的施策のつづりでございます。

次に、今後の御審議の参考となる基本的な資料を黄色のフラットファイルにまとめたものでございます。お開きいただきまして、参考資料②と書いてあるものが「第 2 4 次東京都消費生活対策審議会第 1 回総会における主な意見」。

参考資料③が「平成 27 年度消費生活相談概要」、6 月 6 日に報道発表したものでございます。

参考資料④は「平成 26 年消費生活相談年報」という冊子をとじ込んでございます。

参考資料⑤は「都民の消費生活に関する意識調査」ということで、平成 28 年 3 月に当部で実施した調査結果でございます。

参考資料⑥が「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、こちらにも 5 月 26 日の総会でお配りした資料でございますが、新たな視点となっている 3 点を御説明した資料でございます。

このほか「東京都消費生活基本計画」「東京都消費者教育推進計画」の冊子をお配りしております。

本日の議論の御参考となる資料といたしまして「東京くらしねっと 平成28年6月号」を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お知らせいただきたいと思います。

また、これらの参考資料は次回以降も使用いたします。このうちの水色のファイル及び参考資料②から⑥をまとめました黄色のフラットファイルにつきましては、各委員の皆様のご個人用とさせていただきますので、メモを書き込んだりお持ち帰りいただいても結構ですけれども、お持ち帰りになった場合には、次回の部会の際にはお持ちくださるようお願いいたします。お持ち帰りなされない場合には、机の上に置いていただければ、次回の部会開催時まで、事務局にて保管をさせていただきます。

以上でございます。

○野澤部会長 審議に入る前に、部会の公開についてですけれども、この部会は、東京都消費生活対策審議会運営要綱第11によって、公開の扱いにさせていただきますと思います。また議事録についても公開する予定でございます。御了承いただきたいと思います。

審議に当たって、全体の審議スケジュールについて、改めて事務局から説明を受けたいと思います。

説明をお願いいたします。

○企画調整課長 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。お手元の資料の一番最後になります資料8に「第24次東京都消費生活対策審議会の今後の予定」という資料をお配りしてございます。こちらは、◆のところが総会でございます、◇のところが部会の御説明となっております。本日は◇の一番左側、第1回部会・第1回協議会ということで6月17日、こちらでは「計画の基本的な考え方と現状に対する基本認識」、また、政策1となります「消費者被害の未然防止と拡大防止」について御審議いただく予定にしております。

次に、その斜め下になりまして、第2回部会、こちらは単独の開催になりまして、8月4日に予定しております。審議いただく内容は「不適正な取引行為等の排除と健全な市場の形成」、また、政策5の「消費者被害の救済の充実」をテーマとしております。

斜め右上に行っていただきまして、第3回部会・第2回協議会、こちらは8月31日に合同で開催を予定しております。御審議いただく内容は、政策3の「消費生活の安全・安

心の確保」と、政策4の「消費者教育の推進と持続可能な消費の普及」ということでございます。

斜め下に行っていただきまして、10月中旬ということで、これまでの審議をまとめまして、第4回部会・第3回協議会の合同部会といたしまして、中間のまとめ案を御審議いただく予定にしております。

その中間のまとめ案につきましては、上段の◆のところの11月中旬の第2回総会におきまして御議論いただきまして、都民からの意見募集を経まして、第5回部会・第4回協議会を1月上旬に予定しておりますけれども、合同部会においてパブリックコメントの結果について答申案としてまとめていただく予定にしております、そのまとめていただきましたものを1月下旬の第3回総会で答申としてお出しいただく予定にしております。

以上でございます。

○野澤部会長 それでは、本日はこの◇の一番左側になりますけれども、第1回ですので「計画の基本的な考え方と現状に対する基本認識」、そして政策1の「消費者被害の未然防止と拡大防止」について審議をしたいと思っております。

初めに、本日の議題（1）「計画の基本的な考え方と現状に対する基本認識」について、事務局から説明を受けた上で、委員の皆様から御意見をいただくという形で審議に入りたいと思っております。

では、事務局から説明をお願いいたします。

○企画調整課長 それでは、資料5の「計画の基本的な考え方と現状に対する基本認識」につきまして、御説明をさせていただきます。

一番左側のところでございますけれども、この計画の基本的な考え方をお示ししております。まず、計画の改定に当たってということで、これまでの経過を御説明してございます。都は、昭和50年に東京都消費生活条例を策定いたしまして、消費者の権利の確立ということを明確に定めております。平成9年に東京都消費生活基本計画を策定いたしまして、国に先駆けて消費生活行政を総合的に推進してまいりました。その後、改定を重ねまして、現在は、平成25年3月に改定いたしました、計画期間を5年としたものでございます。国におきましては、平成21年9月に消費者庁及び内閣府に消費者委員会が設置されまして、消費者行政の一元化が行われたところでございます。平成24年12月に消費者教育の推進に関する法律、いわゆる消費者教育推進法が施行され、平成25年6月に閣議決定されました「消費者教育の推進に関する基本的方針」を踏まえまして、東京都では、

25年8月に「東京都消費者教育推進計画」を策定し、消費者教育を推進してまいりました。

これらを踏まえまして、今回改定をお願いしている計画の性格でございますが、こちらは東京都の消費生活に関する施策・事業を、消費者の視点に立って、計画的、総合的に推進していくための基本指針といたします。

位置づけといたしましては、この基本計画は、条例第43条に基づきます基本計画及び消費者基本推進法第10条に基づく都道府県の消費者教育推進計画をあわせて、都における消費生活に関する総合的・基本的計画として一体的に策定するというものでございます。

計画期間は、平成30年度から平成34年度までの5年間といたします。ただ、その中で新たな消費者問題の発生などの状況変化や国の動向を踏まえまして、必要がある場合には見直し等を行うことを明記しております。

この計画の実効性の確保といたしまして、毎年度当初に、各施策・事業につきまして審議会に御報告いたしまして、審議会からは、それぞれ事業を確認・評価していただきまして、都に対して御意見をいただきます。都は、これらを尊重いたしまして、施策・事業に反映してまいります。

以上が計画の基本的な考え方でございます。

続きまして、この計画の改定に当たりまして、まず、基本となる点を4点ほど御説明させていただきます。

現状に対する基本認識でございます。まず高齢化の進展ということでグラフを掲げてございますけれども、東京都の人口総数に占める65歳以上人口の割合は、平成28年1月1日現在で22.4%ということで、既に超高齢社会に突入しております。人口推計によりますと、平成32年には高齢化率は24%に上ることが予想されております。

人口構造でございますが、グラフを2つ掲載しておりますが、平成32年には45歳から49歳までの人口が約120万と最も多くなることが予想されておりました、65歳以上の年代に限定しますと、70歳から74歳までの人口が約80万人と最も多くなることが予想されております。これはいわゆる70歳から74歳というのは、団塊の世代の方々がこのところに入る。また、45歳から49歳の方というのは、第2次ベビーブームでお生まれになった方がこの大きい母数のところに入るというようなことが見てとれると思います。

右側が消費生活相談の状況でございます。都内の消費生活相談件数は、12万件台後半

で推移をしております。また、相談件数に占める高齢者、契約当事者が60歳以上の相談の割合につきましては、25年度から3年連続で3割を超えているという現状でございます。これらの詳しい内容につきましては、参考資料③が27年度の相談概要、④が26年度の相談年報となっておりますので、後ほど御確認いただければと思います。

4点目が、東京都に力を入れてほしい取組ということで、28年3月に都民の消費生活に関する意識調査を行いまして、インターネットアンケートで3,000名の方からお寄せいただいたものでございます。1位が「悪質事業者の取締の強化」ということで49.1%、2位が「消費者被害に関する迅速な情報提供の充実」で43.1%、3位が「消費者教育・啓発の充実」で33.3%、また、ほぼ同じパーセンテージでございますが「消費生活相談窓口の更なる周知」で33.1%となっております。こちらも参考資料⑤の調査報告の66ページに詳しく載っておりますので、後ほど御確認いただければと思います。

説明は以上でございます。

○野澤部会長 ただいま事務局から説明がありましたが、計画の基本的な考え方や現状に対する基本認識について、ここで意見交換をしたいと思います。

事務局からの説明のとおり、現状に対する基本認識については、ここでは、各政策分野に共通するものを対象として、個別の政策分野に関するものは、各政策の柱の審議の際に意見交換できればと考えております。

これからおよそ30分間を目安に意見交換に充てたいと思います。どうぞ御意見などがありましたら御自由に発言をしてください。いかがでしょうか。今の基本的な考え方、あるいは現状に対する基本認識について、何か御質問等ございますでしょうか。

特に何も無いようでしたら、もうちょっと個別的な話に進めさせていただきたいと思えます。

次に、個別の政策の柱の審議に移る前に、各政策の柱にどのような取組が入ってくるのか、計画の全体像を把握したいと思います。

事務局から説明をお願いいたします。

○企画調整課長 それでは、資料6に「現行計画と次期計画における施策の関連性」という資料を御用意しております。左側が現行計画となっております、この計画では政策課題と取組の方向性ということで表現しております。こちらを次期計画ということで、矢印で、どのようなものが具体的な取組として考えられるのかということを知りやすくするために作成いたしました。

まず、次期計画におきましては、政策1の「消費者被害の未然防止と拡大防止」から政策5の「消費者被害の救済の充実」まで5つの柱立てにしております。この政策1という「消費者被害の未然防止と拡大防止」のところには、現在の計画の政策課題1の(1-1)「消費者被害の防止」というものと、下がっていただいて、政策課題4の(4-1)「効果的な情報の発信」、こちらの大きく2点を次期計画では政策1といたしまして「消費者被害の未然防止と拡大防止」ということにしたいと思っております。

具体的な取組としてどのようなものが入ってくるかといったところでは、4つほど例示をしておりますけれども、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構築ですとか、ホームページや消費生活情報誌による情報提供、消費生活基本調査の実施、高齢者、若者等の消費者被害防止キャンペーンの実施、こういったものを考えております。

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」につきましては、現行計画の政策課題2の大きなくくりをそのまま横引きしてございます。

内容といたしましては、不適正な取引行為を行う事業者の指導・処分ですとか、法制度上の問題点の改善に係る国への働きかけ、不当表示に対する監視・指導、4番目は事業者のコンプライアンス意識の醸成ということで、コンプライアンス講習会の開催など、こういったものを取組として掲げてございます。

政策3が「消費生活の安全・安心の確保」、こちらも現行計画の政策課題3の「商品やサービスの安全・安心の確保」といったものをほぼ横引きしてございまして、具体的な取組といたしましては、危害・危険防止のための調査分析・商品テストと積極的な発信等、ヒヤリ・ハット調査を基礎とした潜在危険の情報提供、商品量目立入検査・指導、震災時等における応急生活物資等の流通確保、こういったものが入ってくるということでございます。

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、現行計画の政策課題4の2番目、3番目、4番目の項目が入ってくるということでございまして、具体的な取組といたしましては、多様な主体との連携による消費者教育の展開、出前講座・出前寄席の実施、区市町村における消費者教育推進協議会の設置等の支援、計量に関する周知活動と教育の推進ということになっております。

政策5が「消費者被害の救済の充実」ということで、現行計画の一番上の政策課題1の(1-2)「消費者被害の救済」というところが入ってきます。

内容的には、消費生活総合センターによる消費生活相談の受付ですとか、区市町村の相



談窓口の支援、東京都消費者被害救済委員会によるあっせん、調停等、また、適格消費者団体との連携ということでございます。

現行計画の政策課題5は「消費者団体・事業者団体や区市町村等との連携強化」ということでございますが、これは前回、総会で御説明したとおり、一番上に3つの視点といたるところに記載しておりますけれども、この視点の3番目に「消費生活行政の推進のために地域や事業者等の様々な主体とのつながりと連携を強化」ということで、この視点を全ての政策に反映していくという位置づけにいたしましたので、この政策課題といたしましては記載をしておりません。

先ほどスケジュールで申し上げましたように、この政策2と政策5を第2回の部会、政策3と政策4を第3回の部会と教育の推進協議会の合同部会で御検討いただくということで、本日は政策1の「消費者被害の未然防止と拡大防止」を御審議いただく予定にしております。

以上でございます。

○野澤部会長 それでは、ここで若干意見交換をしたいと思えます。この現行計画と次期計画における施策の関連性という点でもいいですし、1つ前に戻って、先ほど御意見が出ませんでしたので、基本認識についてもあわせて、もし御意見あるいは御質問等があれば伺いたいと思えます。いかがでしょうか。

○丸山委員 大変細かい点だとは思うのですが、3つの視点のところで視点2に「グローバル社会への対応」という文言が含まれているのですが、これが政策1から政策5の中では具体的にどこに反映されているのかということをお伺いできればと思えます。

○野澤部会長 いかがでしょうか。

○企画調整課長 この3つの視点は、今後の計画に当たりまして、こういったことを意識していくといったところで掲げているものですので、今後は、例えばですけれども、外国人の在留の方がふえていくとかそういったことへの情報提供ですとか、相談ですとか、そういったところがそれぞれの取組の中に含まれてくるという考え方にしております。

○丸山委員 わかりました。ありがとうございます。

○野澤部会長 要するにこの3つの視点というのは、各政策を考えていく上でそれぞれ考えていくという感じになるのですか。

○企画調整課長 はい。

○野澤部会長 ありがとうございます。

そのほかいかがでしょうか。

お願いします。

○阿部委員 全国消費生活相談員協会では、東京都の事業で見守りという形で出前をやってきて、私は、きのうも区老連のところに行ってまいったのですが、やはり非常に認知度が低く、例えば「東京くらしねっと」とか、こういった冊子があるのですよと申し上げても、本当に知っている方はおられないのです。こういったものは、もちろん消費者センターにはありますが、あとはどういったところでの配布をされているのかというところが1点。

それから、先ほど丸山委員もおっしゃっていたグローバルというところと、少し違うかもしれないのですが、インターネットのトラブルで海外のサイトにつなげてしまうとか、あとは本当に詐欺サイトにつなげてしまうかというところで、これもやはり消費者被害の未然防止という形になるのですが、ここのところも余り周知がされていないせいか、本当に全然現状として減らないというようなところもあるので、そういった周知においてはこういったことを。ここにはちょっと、中に入っているのかもしれないですけども、具体的には掲げていないということで、これも例えば海外サイトに入ってしまったときにどういったことをやれるかとか、未然防止としてどのようにしているかというのを2点、お伺いしたいと思います。

○活動推進課長 1点目の出前講座に関して、「くらしねっと」を通じてもお知らせをしているところなのですが、今、「くらしねっと」の6月号をお手元に御用意させていただいています。そのほかに前回ごらんいただいていますフラットファイルの76ページに「くらしねっと」の発行という記載がございます。76ページの中段の「27年度の取組状況」で毎月1日に10万部を発行ということで、その際は、区市町村の施設あるいは図書館、銀行、チェーンストア、郵便局、学校などに広く配布させていただいているところがございます。

そのほか「くらしねっと」については、消費生活部で持っている「東京くらしWEB」というインターネットのホームページがございますけれども、そこでもウェブ版という形で広くお知らせをさせていただいているところがございます。

○企画調整課長 ネットトラブルですとか詐欺サイト、こういったところは本当に、外国の詐欺サイトは交渉相手もない、取り返すことも難しいというようなものがありますので、こちらはそういうものは気をつけましょうという注意喚起を中心に行っております。

ネットを利用される方は、やはりネットやツイッターでお伝えすることが効果があると考えておりますので、注意喚起情報を発出する際に、それにあわせてツイッターで発信するなど、そういったことで注意喚起を行っているところでございます。

○野澤部会長 阿部委員、よろしいでしょうか。ありがとうございます。

そのほかいかがでしょうか。

どうぞ。

○柿野委員 現行計画の政策課題4『自ら考え行動する』消費者になるための支援の(4-1)「効果的な情報の発信」の部分が次期計画では政策1に入ってくるということで整理をしてくださっているのですけれども、この考え方というのは、みずから考え行動する消費者になるための消費者教育と情報提供ということを分けて考えたためにこういう形になっておられるのか、あるいは消費者教育の中で被害防止のあたりを扱わず、持続可能な消費というようなところで消費者教育を考えていくのかという、このあたりの整理がいま一つしっくりこないところがあるのです。消費者教育の中に持続可能な消費の普及というようなところも入っているので、そういうところであれば効果的な情報の発信というあたりも、持続的な消費ということを普及していく意味で情報発信の部分は欠かせない部分かとも思ったものですから、この部分だけが政策1に行っているという理由があれば教えていただきたいと思います。

○企画調整課長 柿野委員御指摘のとおりでございまして、政策1の未然防止、拡大防止といったところでは、注意喚起情報を中心とする情報提供、情報発信に関しまして、ツール的なもの、ウェブですとかツイッターですとか「くらしねっと」という媒体、そういったものに対する対策ということで政策1に掲げてございまして、持続可能な消費の普及というのも確かに消費者教育に入るのですけれども、今回、持続可能な消費の普及ということを目出ししておりますので、あえてこちらに並列的に記載はしておりますが、こちらのほうは従来の消費者教育の中心となるような取組ということで、学習ですとか講座、あと区市町村への消費者教育の支援、そういったものを考えております。

ただ、内部の検討でも、ここはどうしても重複する部分が出てくるとは思っておりますので、そういったときは事業としては再掲という形で全体像があらわせるような形が必要なのかと思っております。

○野澤部会長 よろしいですか。

そのほかいかがでしょうか。

どうぞ。

○洞澤委員 私も今の柿野委員の意見に少し似たようなことを申し上げるのかもしれませんが、政策課題4の「『自ら考え行動する』消費者になるための支援」という1つの政策課題の柱があるわけなのですけれども、ここに書いてある項目は、右側の次期計画のどこに対応するというようなものではなくて、例えば消費者被害の未然防止と拡大防止とといったところについても、もちろん一人一人が消費者被害に遭わないというための情報発信とかそういうものも必要になってくると思うのですが、それを超えて、社会全体からいかに消費者被害をなくしていくかというようなことのために一人一人がどう取り組んでいくかを考えていかなければいけないということを考えると、実はこの政策課題4の(4-1)から(4-4)までは、政策課題5のように各政策に反映していくべきものなのかなと。この対応関係は恐らく今後の整理のために便宜的にこのように整理して下さっているということは理解しているのですが、どこかの政策と対応させるということではなくて、全体に通じる課題かなと思うので、少しこの対応関係については違和感が払拭できないところが実はあります。

きょう、政策1の協議をしていくときにも、ここに書いてあるような全体的な(4-1)から(4-4)にあるような視点も持って整理をしていく必要があるのかなと思いました。

以上です。

○野澤部会長 よろしいですね。

各政策を一応分けてはいるけれども、しかし、今の政策課題全体を通じながら見ていく、3つの視点を考えながら見ていくというような感じということですね。

そのほかいかがでしょうか。

どうぞ。

○石戸谷委員 現行の政策課題1で「消費者被害の防止」と「消費者被害の救済」とあるものを、消費者被害の防止を次期では政策1ということで未然防止と拡大防止と切り出して、救済のほうは政策5に別立てで持ってくるという組み立ては賛成です。高齢化の進展ということで、高齢者の被害の場合、非常に実務的に、一旦被害に遭ってしまうと救済が大変難しいということがありまして、成年後見をとっているところのごく一部でありますし、意思能力というのは大変狭いということがありまして、話を聞いても実際にうまく説明できない。記憶自体が混乱しているということがありまして、なかなか救済できない。

消費者契約法の改正などでもつけ込み型の議論はしたのですが、過量販売ということでは

ごく限定的なところをとりあえず改正ということがあって、その実態的な救済法のところもまだ検討途上であるということがあるので、その困難性を現場から考えると、防止のところにもまず力点を置くということには賛成したいと思います。

問題なのは、そこに何を盛り込むかということなのですが、これは次の討議テーマになると思いますので、そちらのほうでまた申し上げます。

○野澤部会長 ありがとうございます。

防止を政策1に持ってくるということですね。これは大事なことだという御指摘だと思います。

そのほかいかがでしょうか。

どうぞ。

○柿野委員 たびたび済みません。ちょっと確認させていただきたいのですが、きょうは第1回の消費者教育推進協議会という位置づけにもあるということではありますが、この次期計画のどの部分が消費者教育の推進計画になっていくのかという点を確認させてください。

○企画調整課長 次期計画では、先ほど洞澤委員からもあったように、教育というのが切り出せないのではないかとということが事務局としては議論になりまして、ここの部分が教育ですという言い方もなかなかそうすると違和感が出てくるものですから、この中で全体として基本計画であり、教育の推進計画であるということで一体的に進める計画としたいと考えております。

○柿野委員 ありがとうございます。

○越山部会長 協議会のほうから補足します。その件については、前年度の総会でもありましたが、消費者教育というのはこの中のどこに該当するのかは、明確に切り分けられないのが実情です。ですが、きょうお出しいただいているファイルの資料の最初のページにもありますが、実際に消費者教育というのは教育現場で座学的な形で教育をするというケースよりも、むしろ一般消費者への啓発や注意喚起などをきっかけにして、消費生活のことを考えていきましょうよというチャンスをどんどん広げていくという部分も十分担っています。そういう部分では消費者被害の未然防止と拡大というのは、まさにその目的の対象になっているところでもありますので、これを効果的にやるということも消費者教育の一環としては非常に重要なかなと思われまます。

この文面だけからですと、どこをどう切り分けて考えるべきか、見えにくいところはご

ございますけれども、そういう形でこの中の重要なポリシーとして消費者教育というのは欠かせないという視点で見ればいいのかなと思っております。

○野澤部会長 どうもありがとうございます。

そのほかいかがでしょうか。特にございませんようでしたら、先に進ませていただきたいと思います。たくさんのお意見をどうもありがとうございました。

それでは、個別の政策の柱の審議に移りたいと思います。政策1「消費者被害の未然防止と拡大防止」について、事務局から説明を受けた上で、意見交換を行いたいと思います。

それでは、事務局から説明をお願いいたします。

○企画調整課長 では、資料7につきまして御説明をさせていただきます。政策1の「消費者被害の未然防止と拡大防止」ということで、まず現状といたしましては、消費者問題に関する情報の入手方法というところでグラフを掲載させていただいております。ただ、このグラフがすごく見にくいので、1枚おめくりいただいたところに拡大をしたグラフだけのものを用意させていただきましたので、そちらのほうとあわせてごらんいただければと思います。

こちらの調査ですが、内閣府が行いました消費者行政の推進に関する世論調査ということで、27年9月に行ったものでございます。消費者問題に関する情報をどのような方法で得ているかという御質問に対する回答でございまして、グラフの一番左側の点だけで線につながっていないものが全体の割合ということになります。こちらでは青い「テレビ・ラジオのニュース」と回答した方の割合が88.6%と最も多く、次いで「新聞・雑誌」の62.2%、「テレビ・ラジオの情報番組」の49.3%という結果でございました。これは全年代でございます。

ただ、こちらを年代別に見るとかなり大きな差がありまして、「テレビ・ラジオのニュース」では、全ての年代で8割を超えているという状況で差はございませんが、緑のグラフの線「インターネットやSNS上の口コミ」は年代差が大きく、20代の方は64%、30代の方は61%でございまして、40代以上の方々は半数に満たない、などという状況になっております。

また「民間のウェブサイトのニュースなど」は、赤紫の線でございますが、30歳代で35.6%でございまして、こちらは30歳代は35%を超えるのですが、20歳代は12.8%といったところで、30歳代だけが山になっている状況でございまして、20歳代は50歳代の15.6%よりも低い結果になっております。グラフの数値を順に

申し上げると、20代が12.8%、30代が35.6%、40代が21.9%、50代が15.6%というラインでございます。

このほか、黄土色の線の「地方公共団体などの広報紙、パンフレット、チラシ」は、20代ではほかの年代よりも著しく低く、3.5%といったところでございます。他の年代は10.3%ですとか、50代でいけば16.1%、70代は19.2%というように1割は超えているのですけれども、20代はたいへん低いという状況でございます。

また、逆に50歳代以上では、赤いラインの「新聞・雑誌」を情報入手方法とする割合が7割と高くなっております。この「新聞・雑誌」のラインは、20歳代が37.2%、30歳代が33.6%、40歳代が58%、50歳代が72.6%というラインでございます。

また「町内会の回覧板など」ですとか「地方公共団体などの広報紙、パンフレット、チラシ」などにつきましては、年齢の高い方は、他の年代に比べてこれらを情報入手方法とする割合が多くございました。

60歳代以上になりますと、インターネットから情報を入手する割合が1割程度ということで、他の年代と比べてかなり低いような状況でございます。

下のほうの青いラインが「学校、職場での教育・研修など」ということで、20歳代は24.4%なのですが、30歳代になると14.4%と下がってきてしまう、そのようなラインでございます。

これが世論調査の結果でございます。

現在の都の取組状況ということで、資料7の真ん中のところにお戻りいただければと思うのですが、現在、「東京くらしWEB」やSNSでの情報提供をしております。「東京くらしWEB」というのはホームページでございます、平成27年度のアクセス回数といましては84万2,000件。こちらには音声読み上げ機能ですとか、文字拡大ですとか、そういった障害者に配慮した機能もついております。ツイッターは「東京都消費生活行政ツイッター」ということで、現在のフォロワー数は1万1,500件です。

消費生活情報誌は、先ほど御説明しました「東京くらしねっと」につきましては毎月1日発行の10万部ということで、ウェブ版を「東京くらしWEB」に掲載をしております。基本的にはカラー版8ページの10か月ですけれども、年に2回だけ10ページにページをふやしたものを発行しております。配布先は記載のとおりでございます、視覚障害者の方に対応するためにCD版を年6回発行して、無料で配布しております。

消費者被害防止に関する注意喚起といたしましては、主にキャンペーンでございまして、高齢者向けと若者向け、大きく2本立てでやっております。高齢者向けでは、9月に高齢者悪質商法被害防止キャンペーンを実施してございまして、ポスター、リーフレットの配布ですとか、あとは介護事業者へ啓発用のステッカーの配布、新聞広告なども行ってまいりました。

また、キャンペーンの時期に合わせまして、こちらは27年度に試行として実施し、本年度から本格実施ということになります。宅配事業者等と連携して高齢者に直接情報提供を行う「悪質商法注意喚起プロジェクト」を開始したところでございます。

若者向けの悪質情報被害防止キャンペーンにつきましては、成人の日が1月にある、また、卒業・入学という大きく生活環境が変わる時期でもございますので、その時期にかけて実施してございまして、こちらもポスター、リーフレット、映画館でのコマーシャルの上映といったところに加えまして、就活セミナーでリーフレットを配布いたしましたり、高等学校を卒業する公立・私立全高校3年生を対象といたしました啓発ノートの配布などを行っております。このほか若者の心をつかむために、悪質商法をテーマに若手芸人がつくった漫才・コントをネット動画として公開するなどといった取組を行っております。

また、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構築といたしましては、昨年度の審議会で答申をいただいたところでございますが、その答申に基づきまして、27年度はこの見守りネットワークの構築状況を調査いたしまして、その結果を踏まえまして取組事例集を作成いたしまして、区市町村または地域包括支援センターの皆様などに配布したところでございます。

現在は、各区市町村が高齢者の見守りネットワークの取組の現状や課題を把握できるよう、自己評価チェックシートを作成してございまして、その結果を各区市町村にフィードバックしていく予定にしております。このほか、各区市町村に対しましては、消費者行政活性化基金によります財政支援を活用した消費者安全確保地域協議会の設置に向けた働きかけなどを実施しております。

この状況や現状認識、今後の課題などを踏まえまして、課題・検討すべき事項といたしまして、右側に4点ほど挙げております。

まず、情報の対象者への情報伝達手法ということで、情報をどうやって対象となる消費者へ届けるかということで、現在、総合的な消費生活関連情報につきましては「東京くらしWEB」で発信するほか、ツイッター、フェイスブックなどのSNSを活用して、複数



メディアを通じて同時発信するなど、対象者に必要な情報が届けられるようなアプローチを図っているところでございます。

また、インターネットを利用した情報発信のほかに、世代に応じて対象者に合わせた媒体の選択ですとか、対象者が集まる場所での情報紙の配布なども行っております。

今後も引き続き、対象者に応じた情報伝達手法を選択して、対象となる消費者に必要な情報を届けていく必要があるということ認識としております。

外国人向けの情報提供につきましては、現在「東京くらしWEB」では消費生活相談の御案内を英語、中国語、韓国語の3カ国語で御案内しております。今後、中長期に滞在する外国人に多い消費者トラブルに関する情報などについても、外国語での情報提供を検討していく必要があるのではないかと考えております。

障害者への対応といたしましては、この4月に障害者差別解消法が施行されておまして、障害者への合理的な配慮が義務づけられたということがございますので、障害者が遭いやすい消費者トラブルなどにつきまして情報提供をするとともに、障害に配慮した情報提供手法などについて検討していく必要があると思っております。

ネットワークにかかわらない高齢者等へのアプローチといたしまして、こちらは答申でも御意見をいただいたところでございますが、福祉サービスにかかわりを持たずに地域で活動的に生活するさまざまな高齢者や活動団体などとの協力体制の構築なども期待されるということで、こういった消費者被害防止のために地域で活動的に生活する高齢者等に対するかかわり方について、検討の余地があるということでございます。

このほか、黄色いファイルをお開きいただきまして、第1回の総会で政策1に関連する御発言ということで、政策1の項番1-1から1-7までございます。まず、1点目は、高齢者のところへ出向いて行って講座とかをやるのですが、幅広く講義しているけれども、これがうまく地域の方々につながっていったらいいのではないかと御意見。

2点目が、今はお買い物も事業者のほうで届けるという取組をやっていて、そういった方々が高齢者と出会えるということで、このような事業者との連携も図れたらいいのではないかと御意見。

3番目は、相談の前にいろいろなヒヤリ・ハットがあるということで、そういう情報を通報できるようなシステムがあって、そのようなヒヤリ・ハットの情報を共有する仕組みが必要ではないか。

4番目が、若者というと18歳前後と考えるが、スマートフォンなどは小中学生にも広

がっていて、通信販売などの垣根が低くなっているということで、若者の被害防止にはもう少し年代を下げた視点が必要ではないかという御意見。

消費者同士が未然防止、拡大防止ということでもうまくつながって、そういったところから身を守るということも視点として入れてほしいという御意見。

見守り人材向け出前講座の中に、消費者団体の方々も見守る側として出前講座を受けられるような対象の中に入れられればいいという御意見。

また、行政が発行して情報提供しているようなリーフレットを活用して、実験も含めた学習会を開催したところ、とても公表だったということで、いろいろな行政との連携のやり方、また、伝え方が工夫できるのではないかというような御意見がございましたので、紹介させていただきます。

以上でございます。

○野澤部会長 ただいま事務局から説明がありましたが、これからしばらくの時間を意見交換に充てたいと思います。次期計画における消費者被害の未然防止策と拡大防止策について、積極的に御発言いただければと思います。どうぞ御自由に、質問も含めて御意見をいただければと思います。

どうぞ。

○石戸谷委員 昨年の答申を拝見しておりましたところ、自動電話録音機の無償貸し出しの成果が大変上がって、当初1万台用意したところ、多数の応募があって、さらに5,000台追加したということがありまして、このように道具というか機械的に成果が上がるものは大いに活用したほうがいいと思うのです。事前に防止する策で極めて有効だと思います。

この録音するタイプのほかに、今、自動的に迷惑電話の番号を収集して受信を拒否するみたいなタイプも何通りか出ておりますし、こういうものを活用して、高齢者の特に電話勧誘販売による被害防止。それと、被害データを見ていますと、在宅しているという関係があったりして、高齢者になるほど電話勧誘の被害と訪問販売の比率が高まるということがあるので、電話はそういうものを活用して防止の効果が上げられるのではないかということで、それが一つの柱にはなるのではないかということ。それと、それに対応数するものとして訪問販売との関係でいけば、やはり各地で取り組んでいるステッカーとか、そういうものをどう位置づけるのかというのは大事な問題ではないかと思います。

見守りのネットワークの展開のところでも、全然きっかけがないと展開ができないとい

うことで、何かツールが要するという話がありますが、電話であるとか、ステッカーであるとか、こういう対応策がありますよみたいなことを広める形でネットワークのほうも拡充するといったような方策が考えられるのではないかと思いますので、述べておきます。

ありがとうございます。

○野澤部会長　ちなみに今の録音機の貸し出しの件は、資料はどこにありましたか。私も前に聞いたことがあるなど。

○石戸谷委員　済みません。ネットで答申を調べてきて、読んだら書いてあったので、配られた資料の中にも多分あるのだろうと思います。

○企画調整課長　水色のファイルの19ページに「高齢者を狙った振り込め詐欺被害防止」というペーパーがございまして、こちらがさまざまな振り込め詐欺を初めとする特殊詐欺の被害防止ということで取り組んでいる状況を記載しています。この中の一つが、今、石戸谷委員のおっしゃった自動通話録音装置なのですけれども、一番下の28年度の取組予定のところに記載がございまして、特殊詐欺被害防止に向けた自動通話録音機につきましては、「自動通話録音機設置促進補助金交付事業」ということで、28年度は補助事業に形を変えて事業を実施すると聞いております。

○野澤部会長　ありがとうございます。

そのほかいかがでしょうか。

どうぞ。

○阿部委員　この録音機の貸し出しというところで、実は、こういうものがありますよという御案内はあったのですが、何しろ台数が1万台であるというところで、逆に御案内をしないでくれという、要するに余りにしてしまうと台数が少なくてちょっと無理であろうというようなところもありまして、誰にでも彼にでもとか、例えばこういった大きな情報誌的なものにもなかなか載せられない。ただ、おつけになった方は非常に有効であったということは言われているのと、もう一つは、高齢者の場合は、例えばガスの通報機とか、電話機にいろいろなものをつけていらっしゃる方がいて、それが逆に、これをつけたことによって作動しなくなってしまったというようなこともあったりしたので、誰にでも彼にでもということではないのかもしれないですが、非常に効果的であったということです。

石戸谷委員もおっしゃっていたように、通話が自動的に迷惑電話とかというサービスもあるのですが、月々お金がかかるのですね。やはりそういったところになかなか高齢者の方が投入しないということなので、こういったものが、本当に電話勧誘がなければかなり

の未然防止ができるであろうと。なるべく留守番電話にするとか、あとは今、各社、ボタンを押して、しゃべらせて、それでという機能もあったりするのですが、なかなか自分でそれができる状況ではないということで、やはりこういった無償の貸し出しがもう少し数があればいいかなというところは現実としては感じております。

○野澤部会長　　こういうのは当然予算の問題もあるのでしょうかけれども、今、どのような形で、申請があると貸し出すみたいな形になっているのですか。1万台というかなり少ない台数なのですかけれども。

○企画調整課長　御案内のチラシがございまして、それで区市町村の窓口ですとか、警察ですとか、それぞれに申請を出して対応されるという仕組みになっております。ただ、いろいろ温度差があるようにお聞きして、つけてくださいという御案内をしても、私は大丈夫と断られてしまうところも結構あるようなお話もありますので、いろいろ個人差があるのかなと思っております。

○野澤部会長　　どうぞ。

○山根専門員　　私、私学の立場の専門員なのですがけれども、3月まで東京都で自動通話録音機の無償配布事業を所管する部署にいましたので、若干補足をさせていただきます。

事業の開始当初は、1万台では台数が少ないという御意見をいただいております。一方で、これだけ振り込め詐欺の防止キャンペーンをやっても被害がなくなるということとは、やはり消費者教育の限界の部分も特に高齢者に関してはあるのかなということもあって、いっそのこと高齢者の方が詐欺電話をとれないようにするのが効果的と考え始めたわけです。都内には65歳以上の高齢者がいらっしゃる世帯が180万世帯ある中での1万台ですから、数的になんとかしようということではございませんで、緊急措置としてアピールを含めてやっていこうと、その後の状況を見て更なる事業展開を考えていこうということにしたわけです。初年度は1万台で始めたのですがけれども、今年度からは区市町村の御協力をいただきまして、区市町村が録音機を購入する場合には東京都が半額補助しますよという形に変えたことから、量的にはもうちょっと今はふえております。

ただ、先ほどもお話がありましたように、つけたがらない方もやはりいらっしゃるわけで、そもそも180万世帯全部につけるという話でもないかと思うのですがけれども、つけた方のところでは被害は発生しておりませんし、先ほど阿部委員からもお話がありましたけれども、ガス漏れの通報機能が使えなくなってしまうという問題も初期にはあったのですが、録音機に改良を加えて問題点は解消して、使いやすいようにして今、進めているは

ずです。

以上です。

○野澤部会長 どうもありがとうございます。

そのほか、どうぞ。

○小林委員 1面のところの相談窓口の御案内については、東京都消費生活総合センターが3235-1155、消費者ホットラインは188と案内が書いてあるのですが、とにかく何かあったときはどこに連絡するべきか教えていただきたい。

○活動推進課長 複数御案内しているという趣旨ということでよろしいですか。もちろん、東京都の消費生活センターの相談窓口は、こちらに大きく書かれております電話番号なのですが、昨今、消費者ホットラインということで国のほうで設置しているホットラインの番号、110番、119番と同じように局番なしでできるということができました。この場合、ほかの区市町村でも消費者の相談窓口があります。188にお電話していただいた際に、最寄りの区市町村のほうにそのまま自動的につながる。特に番号を意識しなくても、消費者の方が188をかければ最寄りの窓口につながるという仕組みがつくられてきて、そこもあわせてお知らせをすることで、より相談の支援をするということで、今、併記して進めている次第でございます。

もちろん、都としては、大きく書いてある都の相談窓口のほうを御案内しているという状況でございます。

○小林委員 国との連携や、東京都独自のものでもなくともいいと思っているのですが、消費者の皆さんが何かあったときに相談できる先をしっかりとPRしていいのではないのでしょうか。相談先を一本化して、188なのか、1155なのかわからないですけれども、決めていただいて、ここにかければ相談できるということを、東京都の広報も含めてやっていくのが一番いいのではないかと考えております。

○活動推進課長 ありがとうございます。

お話は重々承って、今後進めてまいりますけれども、基本的に今、区市町村でも消費生活相談の窓口を設けておりますし、都のほうでも専門性を持って、さらに難しい案件については、お話を頂戴しています。例えば両方とも窓口があいていない時点で電話が入ったときには、188のほうでも国の国民生活センターに通報するなど、二重三重の仕組みという意味でこれができ上がっているということで、ぜひ御理解いただけたらと思います。

○消費生活総合センター所長 少し補足させていただきますと、相談者さんの中には地元

のセンターよりも東京都のほうに、例えば近過ぎるところに相談するよりは少し離れた東京都にあえて相談したいという方もいらっしゃると思いますので、どちらか御都合のいいほうを、選択をしていただけるという意味もありますので、両方の番号を載せさせていただいてるところでございます。

○小林委員 ご説明を伺いまして、やはり2つの番号をもっとPRしていいと思うのです。それは「東京くらしねっと」だけではなくて、東京都広報であるとか、いろいろなところを使って総合的にPRしていくことが一番いいのではないかと思いますので、ぜひよろしくお願いたします。

○野澤部会長 あとはいかがでしょうか。

どうぞ。

○洞澤委員 1つが質問で、1つが意見という形になるのですけれども、まず質問としては、課題・検討すべき事項として、外国人向けの情報提供ないし障害者への対応という項目を設けていただいているのですが、具体的にこういった方たちに対してどういう情報提供の方法をとるのがいいのかということを検討するに当たって調査というか、どこかに問い合わせをしたりとか、その辺の手段はわからないのですけれども、そのようなことをお調べになっているのかどうかということが質問です。

意見なのですけれども、先ほどもちょっと申し上げたことではあるのですが、例えば現在の取組の状況というのを見ておきますと、一つ一つは非常に重要であって、これはずっとやっていくべきだと思っているのですが、逆に言うと、これらを何のためにやっているのかという視点が見えにくい部分もあって、例えば個人が消費者被害に遭わないための施策として、物理的にはこんな方法をやっている、ソフト面で消費者教育としてはこのような形で情報提供していているというような整理であるとか、それにとどまらないで社会全体で消費者被害をなくしていくために一人一人がどのように取り組んでいくべきかという視点からはこのような方法をとるのがいいとか、あるいは一人一人が取り組んでいくものをつなげていくためにはどういう支援をしていくのが有効かといった点、あるいはどういう体制をつくっていくのが有効かというような視点が少し見えたほうが、どんな方法をとったらいいかということも少し整理がしやすくなると思うし、何のためにこれを行っているのかということが見えてくるかとも思うので、多少そういった視点も含めて整理をしていただきたいと思います。

○野澤部会長 事務局のほうから何かありますか。

○企画調整課長 1点目の洞澤委員からの外国人への情報提供ですとか障害を持った方への情報提供というのは、実は私ども、課題としては認識しておりますが、どのようなトラブルですとか、どのような情報が必要なのかというのは、実のところ、これからどのような調査をしたらいいのか、どういうところを対象にしたらいいのかというのは、今、検討しているところでございます。もしそういった点でいいお知恵がありましたら、部会のほうで御検討いただきたいと思いますと思っております。

○野澤部会長 現時点で、もう既に中長期に滞在する外国人の消費者トラブルというのは結構多いのですか。まだ今後という予測なのでしょうか。

○相談課長 相談課長でございます。

外国の方、今、相談がありますのは留学生でありますとか、あとは滞在している方も相談はございます。私どもでは、現在、外国語の通訳を活用した相談というのも一部実施しております。また、先ほどもありましたが、現在、局内の関係部署でいろいろ外国の方々からの相談とかに対してどういう対応をしていくのかとか、そういう話し合いを持っているところでございます。

○野澤部会長 ありがとうございます。

そのほか何か御意見、御質問等ございますでしょうか。

○柿野委員 東京都ではこれまで、消費者被害防止に関する注意喚起について、高齢者を中心にしたもの、若者を中心にしたものに力点を置いて展開されてきたと思いますが、前回の総会の際にも御指摘があったように、若者よりもっと若年層の消費者被害の未然防止という観点から、施策を行うことが重要だと思います。これがひょっとしたら政策4の消費者教育のほうに入ってくるのかもしれないのですけれども、小中学生のスマホのトラブルというのが深刻化しているような状況です。恐らくこれはほかの部署でやっているから、そのすみ分けでやっていないということなのかと思ってみたりもしますが、実際に公立の小学校を見ていまして取組としては広がっていますので、消費者行政としてスマホトラブルにどのように向き合い、取組を行っていくかということが重要なのではないかと思います。

○野澤部会長 若年層ということですね。20歳代以上は対象になっているけれども、それ以下ということですね。その辺も考慮に入れていただければと思います。

世代別にいろいろ情報提供していこうという全体の仕組みは維持して結構効果的なのだろうと思います。

最初のほうで阿部委員から「東京くらしねっと」が身近にないのではないか、どういうところに配布しているのだみたいな話がありましたけれども、一方で、今回の現状というところで、内閣府の調査だと20歳代というのはチラシの情報を入手する割合が大変低いということで、20歳代の人たちが集まるようなところに「くらしねっと」なども配布できるようなところがあればいいかと思うのです。学校などはあっても余り見ないのでしょうけれども、例えばよく消費者被害対策などを映画でカモかもくんとかをやっていたりしますけれども、映画館などは割と20歳代の人にも集まるようなところもあるから、場所をもうちょっと考えてというか、ふやして配布するといいいのかなとも思います。

あとはいかがでしょうか。ほかに御意見、御質問等。

どうぞ。

○越山部会長 今の御意見にも関連するところですが、先ほどのカラーの資料で消費者庁が調べられた消費者問題に関連する情報入手方法ですが、これは非常に広報戦略を立てる上で重要なデータなのかなと思って興味深く見えています。これで見ると、ネットを使う若者層と、文字離れしている層などを見ると、最低12%から最高74%までと年齢別に大きな差がありますね。さらに、20代以下の10代などはネットやスマホなどの情報ITツールを多く利用しているような状況があると思われれます。その関連でいろいろな消費者トラブルに巻き込まれる可能性があるということは、5年前にこの計画をつくる段階でもよく議論されていたところでございます。

ただ、この資料はたまたま20代以上でとられたというだけなのですが、20代以下の若年層のインターネットトラブルに関連しては非常に重要な問題だと思っておりますので、そのあたりは消費者教育のテーマのときに改めてまた十分見直して検討していきたいと思っております。

これは今の御意見に対するコメントなのですが、それ以外に、この資料7の今後検討すべき課題として情報伝達ツールの箇所がありますけれども、これは30年から34年までの5カ年計画でこれを重点的に、こういう視点で広報の手段を見直し、改善していきましょうよという非常に重要な大きなテーマです。しかし、ここに書いてあるのは現状のものの延長上のことが中心であり、先ほどの新しい電話システムによる高齢者トラブルの防止策もその一つですが、それ以外には、今、だんだんお年寄りの方もスマホやiPadなどを利用したコミュニティでの利用環境も少しずつふえてくる環境もあろうかと思えます。あと、フォロワーや、ツイートするなどの利用もです。今までは結構、働きかけて



も、使い方がよくわからないからとなかなか普及しなかったのですけれども、これからコミュニティ等で簡単に情報がツイートとといいますか、そのままフォローして、あとは逆に向こうから情報もどンドン来るといような新しい情報伝達のシステムみたいなものの利用の可能性もあると思います。5年間ありますので、地区を限定したり、あとはモニタリングをするだとか、いろいろな方法を試すようなことがこの中にあらわれてきても本当はいいのかなと思っております。

本日も御専門の方々がたくさんおられます。ぜひこのような方面からもいろいろご意見をいただければ幸いです。ここには情報伝達手法を選択と書いてありますが、選択だけではなくて開発だとか改善というような方向で建設的な御意見等もあろうかと思えます。この部分は充実したものになればいいと思っております。何かあれば、ぜひとも私も御意見をいただければ幸いです

○野澤部会長 どうもありがとうございます。

そのほか何かございますでしょうか。

どうぞ。

○石戸谷委員 この見守りネットワークとといいますか、消費者安全確保地域協議会とといいますか、そちらの方面なのですけれども、安全法が施行されているわけですが、消費者庁のほうでアンケートをしたら、協議会設置のところはまだ10ぐらいしかないということで、余り立ち上がっていないみたいなのですけれども、それというのは、ここで言っている協議会というもののイメージがいま一つはっきりしないというのがあるのではないかと思うのです。去年、見守りについては答申が出ているので、ひょっとしてもう議論して整理されてしまっているのかもわからないので、私がわかっていないだけなのかもしれないですけれども、資料配付いただいた「見守りネットワーク取組事例集」という大変立派な資料をいただいて、中身を拝見すると、例えば福生市などは高齢者全戸訪問とか非常に幅広く展開されています。

それはもともと見守り活動ということでやっておられることなので、それはそれで大変素晴らしいと思うのですけれども、今度、安全法で入ってきた消費者安全確保地域協議会というのは、消費生活上特に配慮を要する消費者の見守りということで、見ようによってはそれに比べると随分狭いということがあって、その関係でどのようにそこは情報を集めた形で守秘義務化してという、かっちりした形で法律のような感じでやっていくのかというところの協議会の設置に向けた取組の働きかけという部分と、いわゆる見守りとして

幅広くやってきている活動との関係がいま一つわからない。

課題として上がっていないのですけれども、そこは豊かな見守り活動と、消費者安全確保地域協議会とはこういうものだと。だから、こういうものの設置の取組を推進しますみたいなものとの整理関係というか、その辺が課題としてあるのではないかなど。私自体はその辺がいま一つすっきりしないと思っているのですけれども、その辺はどうなのでしょう。

○企画調整課長 見守りに関しましては、福祉部門を中心としたケースワーカーさんとか、ヘルパーさんとか、民間事業も含めた見守りの体制というのはかなりの区市町村で構築をされているのですけれども、福祉関係の安否確認ですとか生活の異変のようなことに重点が置かれていて、その中に消費者被害の防止ですとか消費者被害の発見といったところまでが明確に位置づけられているところがまだ少ないといったようなことで、この消費者行政としての消費者安全確保地域協議会の設置という、なかなか数としては出てこないという現状があるのです。

ただ、そうはいつでも地域で活動なさる方というのは結局、福祉部門でつくっても、消費者部門でつくっても、区市町村で業務として行うと同じ方が担うということです。今後、私たちが進めようとしておりますのは、福祉保健局と協力を図りまして、協議会に似た組織は一応ありますので、そこでどういった点が加わると消費者被害にまで対応した見守りになるかという観点で、どういうものがありますかというチェックシートを今つくっておきまして、それを区市町村のほうへ調査をお願いしているところです。そこで現状を把握しまして、どのような助言ですとか、実はもうできているのではないかとか、そういったようなところもありますので、さまざまな状況に応じた助言や事例を共有するですとか、そういったところで進めていこうと考えております。

○石戸谷委員 そうだとすると、検討すべき課題のところの一番下の○に、ネットワークにかかわらない高齢者等へのアプローチとかなり絞り込んだ形で検討課題に挙げられているのですけれども、もうちょっと広く挙げてもいいのではないのでしょうか。今、言われたようなことを含めまして、協議会と見守りとの関係その他いろいろ課題があると思いますので。

○企画調整課長 書き方がわかりにくくて申しわけございません。今、説明させていただきました見守りネットワークの構築というのは、真ん中のところの一番下に記載をしておきまして、そこはもうチェックシートで状況を把握しながら順次進めていくという答申ま

でいただいたものなので、事実そこをどんどん進めていくということでこちらに書いておきます。課題・検討すべき事項というのは、見守りネットワークにおいて深く関わりをもつのは、福祉の関係に関わっていらっしゃる場合が多く、全体の2割から3割と言われておりますので、その福祉のネットワークにかかわらない方々にどのようなアプローチをするのかという今後の方向性として、こちらの課題・検討すべき事項として記載をしているものでございます。まだ把握はできていないけれども、地域で生活なさっている方はいっぱいいらっしゃるということで、先生おっしゃった福生市ですとか、そういったところは年に1回全戸訪問をしたとか、いろいろな事例はございますが、そういったところでどういう手法があって、どういうことを進めていくのがいいのだろうといったところを課題認識として記載させていただいたものです。

○野澤部会長 よろしいでしょうか。どうもありがとうございます。

どうぞ。

○板寺専門員 今、お話しいただきました、私は福生市の民生委員をやっております。まさにその話なのですが、私たち、東京都の民生児童委員協議会という形で都民連と称しますけれども、区市町村で、これは全てではないのですが、年に1度、また隔年とかで地域の高齢者への一斉訪問を行っております。そして、その状況を踏まえて区市町村をまとめさせていただいて、先ほど申し上げました都民連のほうに上げさせていただいているのです。

あと、情報としましては、私個人的には、それぞれの皆様方がお持ちになって、また、かわるようでしたら次回の民生委員さんに引き継いでいくというような形で、その地域の情報は大体あわせて持っているかなと思ったりもしています。

そして、今、お話しいただいておりますようなネットワークにかかわらない高齢者等へのアプローチという部分も含めてなのですが、資料6の視点3の「消費生活行政の推進のために地域や事業者等の様々な主体とのつながりと連携を強化」という部分で、とてもこれに賛同できるなと感じました。といいますのは、私どもが民生委員という形で訪問させていただいている話の中では、高齢者の方々が被害に遭われているパターンが結構あるのですけれども、これは情報の共有という中では、各市町村の自治体から発信していただいているものが町会または老人会などでいろいろな形で伝わっている。そういう方々に関しては、大分未然に防げているようなお話も聞いています。

そして、この町会や老人会に属していない方々が社会福祉協議会のセンター事業のほう

に結構出向いているという現状があるようです。そのような形の中で、障害者も含まれるのですけれども、社協のセンター事業の活動の中に情報交換といいますか、そのようなものを共有できるようなものをさらに発信していただけると、これもよろしいのではないかと思います。

そういう方々が、さらに町会、老人会に属していない方々が、障害者も含めますけれども、そのような形で社協を通じて情報を知るといようなところも含めて、資料7のネットワークの部分の一番下のところ、消費者被害防止のため、地域で活動的に生活する高齢者等に対するかかわり方について、さらに検討をさせていただければなど、またお願いできればと思います。

以上です。

○野澤部会長 どうもありがとうございました。

区市町村の具体的な取組ということで参考にしていただければと思います。

そのほかいかがでしょうか。

どうぞ。

○阿部委員 先ほど図表を見ながらというところで、テレビがやはり非常に媒体として多いというところもありますので、やっていらっしゃる御案内、私もすごくわかりやすくテレビでやっているなと思うのですが、なかなかそれをうまく見ることができないというような状況もあるので、もちろん予算とかいろいろあるのでしょうけれども、もう少し、これだけのテレビからというところがあるのであれば、高齢者などは特にテレビショッピングとかテレビを見られていることが多いので、そういった見られているようなところに被害防止の御案内のものが入ったら非常にいいのかなとは感じております。それが1点で、そういうことができればと思っております。

あと、資料でいただきました黄色いファイルの③の27年度概要のめくっていただいた1ページのところに、ちょっと今回と趣旨は違うかもしれないのですけれども、下段の図-2の「給与生活者」、それから、「30歳代」は若年に入るのですかね。「40歳代」「50歳代」「60歳代」という方たちの御相談が非常に多い。この方たちもいずれ高齢者になっていくというところを踏まえて、なかなかこの方たちへのアプローチが、例えばパンフレットにしてもどんぴしゃりのものがないのかなと、いつも思っているのです。高齢者と若者は毎年毎年、あのパンフレットはすばらしいなと思っているのですけれども、それを両方使ったり、なかなかこの方たちにはないし、逆にテレビも余りごらんにならないし、

コンプライアンス講座みたいなどころに出向いていきますと、本当に御存じないという方も多くおられるので、今回あるのかないのかわからないのですが、この辺も視野に入ってもいいのかなとは少し感じているところです。

○野澤部会長 どうもありがとうございます。

またその御意見も参考にしながら御検討いただければと思います。

そのほかいかがでしょうか。

どうぞ。

○柿野委員 今後、情報発信をしていくときに、若者がインターネットやSNSを通じて情報収集しているという調査結果も出ているので積極的に活用することが重要だと思います。しかし、東京都が現在設置しているフェイスブックは、東京都の消費者行政の情報を伝える、というスタンスになっていると思います。

今後は、フェイスブック等のSNSでは、消費者行政の情報提供ではなく、対象に応じた、例えば若者向けの情報発信というような、対象別コンテンツの工夫をしていくことで、もう少しこのメディアをうまく利用していけるのではないかと思います。

以上です。

○野澤部会長 ありがとうございます。

そのほかいかがでしょうか。

どうぞ。

○丸山委員 私もインターネット関連のことで、非常に細かなことではあるわけですが、結局、フェイスブックとかツイッターといったものは、ユーザーがアクセスするときに必ずしも東京都の消費者行政のコンテンツからだけではなくて、例えば国民生活センターはアクセスする人がいるかもしれないし、場合によると市区町村だとか、他の都道府県のものなどもあると思いますので、例えば国民生活センターとか、そういったところとの横連携、つながりみたいなものは何かあるのでしょうか。それとも、現状はそういったことはなくて、例えば東京都の中では、消費者行政だけではなくて各部局とのつながりはあるというような感じなのではないでしょうか。

○企画調整課長 現在は、消費者庁ですとか国民生活センター、それぞれのツイッターのリツイートですとか、そういったものは必ずやっておりますし、私どもが発信したのももリツイートしてくださいというお願いをして、拡散というのはいろいろな種類で行っています。また、東京都の消費生活行政だけではなくて、東京都庁のツイッターですとかいろ

いろいろありますので、そういったところとも連携しております。あとは一時期ありましたオリンピックの関係での詐欺みたいなものには、オリンピック準備局とかそういったところにツイートしていただくとか、そういったところなるべく拡散をするような工夫はかなりしております。

○丸山委員 ありがとうございます。

○野澤部会長 ありがとうございます。

そのほかいかがでしょうか。

たくさんの御意見をいただきましたので、それでは、先に進みたいと思います。どうもいろいろありがとうございました。

本日、御審議いただきました御意見等については、中間のまとめ案作成に向けて整理していきたいと思います。

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 次回の開催につきまして、御連絡をさせていただきます。

冒頭申し上げましたように、次回は検討部会の単独開催となります。8月4日木曜日の13時30分から都庁で開催いたします。検討部会の皆様には、改めて開催通知をお送りいたしますので、よろしくお願いいたします。

また、冒頭に申し上げましたように、フラットファイルの資料はお持ち帰りいただくのも可能ですので、お持ち帰りいただいて結構なのですが、お持ち帰りになった場合には次回お持ちくださいますようお願いいたします。

以上でございます。

○野澤部会長 どうもありがとうございました。

予定の時間よりもかなり早いのですが、きょうはたくさん実質的な意見が出ましたので、これをもちまして本日の合同部会を終了したいと思います。御協力どうもありがとうございました。

午後5時03分閉会