

第24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

(敬称略)

■政策1

No.	意見	関連
1-1	高齢者のところに出向いて行って消費者被害防止という形で幅広く講義をしているが、これがうまく地域の人とつながっていったらいいなとはいつも感じている。(阿部)	視点3
1-2	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う。そこで、事業者のほうで届けるという制度を結構やっていて、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いいのかなと考えている。(阿部)	視点3
1-3	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、被害が起こる前であっても、情報提供として通報できるようなシステムがあるといいなと感じている。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がつくられていくといいのではないかなと思う。(木村)	視点1
1-4	「若者」というのは18歳前後だと思うのだが、私が懸念しているのは、もう少し低い年代の消費者被害。インターネットがかなり普及し、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、ものすごくインターネットを介した通信販売の垣根が低くなっているのが実態だと思う。若者の被害防止に、もう少し年代を下げた視点を入れてほしいと思う。(木村)	視点2 政策4
1-5	消費者同士がつながって未然防止、拡大防止というのは、最後は人の力ではないかと思っている。そういう視点で言うと、消費者同士がうまくつながって、こういったところから身を守るということも視点としていれてほしい。(里吉)	視点3
1-6	見守り人材向けの出前講座では、ホームヘルパーやケアマネジャーなどという方の育成が行われているが、高齢者の見守りを消費者同士がというお話があったので、元気な高齢者の集まりである消費者団体の人たちもこの中に入れてもらって、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ほしいなと思った。(橋本)	視点3 政策4
1-7	コイン形電池のリーフレットを私どもでも配布させてもらったが、ただ紙を配布するだけでは伝わるのが難しいということもあって、今回そのリーフレットを配布するに当たって学習会と、このコインの怖さがわかるような実験もした。参加者は、ゼロ歳児をお持ちのお母さんたちが10名くらいと周りで見守る方がほか60名ぐらいいたのだが、実験がとてもわかりやすかったと、コイン電池の怖さもとてつよかったということで公開させていただいて、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もらえればいいなと感じた。(橋本)	政策3 政策4

■政策2

No.	意見	関連
2-1	法制度が次々に変わっている。昨日(5月25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本の改正法が成立した。資金決済法は電子マネーなどの仮想通貨も入っているし、これについては次の改正があるというのでまだ検討している状態ではあるが、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、特に条例の不適合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なと思っている。(石戸谷)	—
2-2	各自治体の条例や法改正のときの議論にも絡むが、「意に反する勧誘」というところにとどの辺まで入のかという問題がある。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、様々あるが、少なくともこの論点については、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う。(石戸谷)	—

2-3	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増えている。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どと思った。 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ではなく、その情報を都に送ればそれが被害防止につながるということがわかった。(里吉)	政策1
-----	--	-----

■政策3

No.	意見	関連
3-1	高齢化社会を迎えるが、買い物について、お年寄り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しなさいというわけにもいかない。買い物難民対策というのも大きなテーマ、課題になるのだろうと思っている。(崎山)	—
3-2	子供の貧困が問題になっていて、日本国内でも6人に1人は貧困という状況が発生している。海外の研究だと、貧困のところは実は事故が多発していて、13倍事故発生率が高いとか火災も37倍高い。消費者の中に貧困対策という視点もあってもいいと思う。 この持続可能というところでいろいろな意味合いが入っているのだが、読みやすくなっていない。貧困みたいものなど、こういう観点が込められているのですというのが幾つか書いてあるとわかりやすいかなと思う。(西田)	政策4
3-3	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る。スポーツというカテゴリーの対策になるかと思うが、民間事業者がやっているスポーツクラブというサービスを受ける消費者の立場での安全確保には取り組めるかと思っている。スポーツ庁など別のところでもそういう話題が出てくると思うが、消費者目線になりにくいところがあるので、そういう観点でも取り扱えるといいのかなと思う。(西田)	—

■政策4

No.	意見	関連
4-1	これまでどちらかという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ところに、この持続可能な消費の普及というところ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た。(柿野)	視点1
4-2	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した。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。(柿野)	視点3
4-3	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、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となってくる。 これは消費者教育推進法の翌年に閣議決定されている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いる。 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での検討が必要だと思う。 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、という問題認識である。(柿野)	視点3
4-4	エシカルというものは大変賛同する。それを進めるに当たって、消費者の力が強いといっても、情報量が足りない、こういうことをみんなに知ってほしいということで、児童労働の実態とか、いろいろな情報の開示をいろいろなところでしていただきたいと思う。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。(木村)	視点1
4-5	消費者が持続可能な商品を選べるための適正な表示をきちんとしていただきたい。電子商取引になると表示が命なので、わかりやすい具体的な表示でなければならないと思う。(木村)	政策2
4-6	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。そのことをきちんと消費者がわかるようにすることが持続可能性のための消費の普及に必要ではないかと思う。(木村)	政策3

4-7	近年、消費者教育を推進していくために、今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組を開始している。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った新しくなってきたりして、せっかく作ったものをなかなか有効に使えなくなるような状況ができてきている。 消費者教育のコンテンツは、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きたが、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いけると、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。 消費者への情報提供において、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いる。(越山)	視点2
4-8	東京は日本の大消費地であって、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る。残さない取り組みというか、食品ロスを出さない取組ということの議論をぜひ部会でお願したい。(崎山)	視点1
4-9	各事業者団体では、消費者啓発の資料を非常にいいものを作っている。 それがなかなか消費者教育の場で使ってもらえない。下に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と思っている。 会社名等を隠すか隠さないかはともかくとして、特に事業者団体がいい資料を作っているの、そういったものを行政との連携によって活用してもらえるといいなと考えている。(佐藤)	視点3
4-10	企業のほうでは今、消費者教育をしっかりやろうよという動きが起こっている。 なぜかという、賢い消費者が生まれてくれればとんでもない苦情も減っていくのではないかとという発想を持っている。お客さま自身が怒る前に、まず、それをお客様に違うのだよということをわかってもらうような消費者教育というようなものやしていきたいと思っている。 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思っている。(佐藤)	視点3
4-11	倫理的消費という中に障害者の作ったものを多く買ってもらえるような、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思う。(島田)	視点1
4-12	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だが、世界の緊急課題として環境問題、気候変動だけではなく、それに伴って貧困問題、人権問題というものが非常に大きな問題になってきている。それは環境問題と一緒につながっている問題でありますので、環境問題だけ取り組んで解決していけばいいという問題ではなく、包括的に広い視野から取り組んでいく必要がある。(末吉)	視点1
4-13	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る。一つは自治体や法律、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る。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る。(末吉)	視点1
4-14	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る。(末吉)	視点1
4-15	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。それだけ消費者の力というのはものすごく影響力がある。(末吉)	視点1
4-16	いろいろなところでいろいろなコンテンツを作られている。最近あったのだが、他の行政が作った資料を例えば東京都で印刷できないとか、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る。過去に他の行政であったり他の組織が作ったようなものも含めて再利用できるような仕組み、そういう新しいものをどんどん作るだけではなくて過去にあったものをどんどん使えるような仕組みを作っていくことが大事ではないかと思う。(西田)	—
4-17	地球環境を考えたりする活動は随分歴史が長くて、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いち早く行い、また、トイレ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きた。 今なお、福祉作業所の方が作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はあるが、そういう活動も延々と続いている。 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う。(飛田)	視点1

4-18	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いる。 「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うが、調査をするときなども、皆さんにわかりやすいメッセージを届けてほしい。(飛田)	視点1
------	--	-----

■政策5

(特になし)

■その他

No.	意見	関連
E-1	実行委員会などで各地の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だが、その後につながっていかない。立ち上げて、いろいろな意見を各団体が出していいものを作っていこうとなるのだが、事業が終わったら終わりで、いつもやっっているが非常にもったいないという感覚は持っている。(阿部)	視点3
E-2	今度の計画を作るときに人口動態がどうなっているのかという視点を入れてほしい。(小林)	—
E-3	特に、人手不足の中で、若者、女性、高齢者といった者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いうことで、そうした状況の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ほしい。(小林)	視点3
E-4	少子化、高齢化というものも当然あるのだが、そうした中での消費行動のあり方というものを視点に入れてほしい。(小林)	視点1
E-5	視点の3つ目の事業者等のつながりというところだが、具体的にどのような形で落としもらえるのか、今後の動きになると思うのだが、ぜひ消費者行政の中に事業者を使ってほしいというか、活用してほしい。(佐藤)	視点3