

第24次東京都消費生活対策審議会

第3回検討部会・

第2回消費者教育推進協議会 合同部会

平成28年8月31日（水）

都庁第一本庁舎16階 特別会議室S6

午後 1 時 3 0 分開会

○越山部会長 時間になりましたので、東京都消費生活対策審議会第 3 回検討部会並びに第 2 回東京都消費者教育推進協議会の合同部会を開催させていただければと思います。

今回は消費者教育が審議の中心になりますので、消費者教育推進協議会の部会長であります私、越山が進行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。

初めに、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 企画調整課長の赤羽でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

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。本日は、野澤部会長が所用により御欠席されておりますが、そのほか 5 名の委員皆様に御出席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て、本日は全員の御出席をいただいております。

ここで、新たに就任された専門員について御紹介いたします。

前川専門員の後任といたしまして、東京都金融広報委員会事務局長に着任されました大澤裕次専門員でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

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。

なお、この部会は東京都消費生活対策審議会運営要綱第 11 により、公開とさせていただきまして、議事録につきましても公開する予定でございますので、御了承いただければと思います。

次に、本日お配りしております資料の確認をさせていただきます。

資料 1 検討部会委員名簿でございます。

資料 2 が協議会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 からが審議に使う資料となりますが「政策 3 消費生活の安全・安心の確保」でございます。

資料 6 が「政策 4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及」。

資料 6-1 といたしまして、政策 4 関連「ライフステージ別消費者教育取組状況図」でございます。

資料6-2が政策4関連「持続可能な消費」でございます。

これに、石戸谷委員御提供の資料で「第3回検討部会メモ」というホチキスどめA4、2枚の資料をお配りしております。

その他、参考資料といたしまして、A4青色のフラットファイル「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具体的施策」、A4黄色のフラットファイル、「東京都消費生活基本計画（平成25年度～平成29年度）」の冊子、「東京都消費者教育推進計画（平成25年度～平成29年度）」の冊子でございます。

また、本日の議題であります政策3の参考資料といたしまして、3つ折りの小さなリーフレットでございますが「コイン形電池・ボタン形電池を子供にさわらせないで！」という注意喚起のチラシ。

8月24日に公表いたしましたヒヤリ・ハットレポートのNo. 13「乳幼児の家庭内の水回り事故防止ガイド」をお配りいたしておりますので、もし不足等ございましたらお知らせいただければと思います。

以上です。

○越山部会長 皆様、資料はお手元にそろっていますでしょうか。よろしいですか。

今回、議題は大きなテーマが3つありますので、早速審議に入りたいと思います。

本日は、政策3「消費生活の安全・安心の確保」、政策4「消費者教育の推進と持続可能な消費の普及」が議題となっています。

前半は政策3について、後半は政策4について議論していきたいと思っております。

まず、政策3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形で審議に入りたいと思います。

それでは、事務局から政策3の説明をお願いいたします。

○生活安全課課長代理 生活安全課の大原と申します。

政策3について御説明いたします。お手元にごございます資料5をご覧ください。

初めに、現在の取組の状況について御説明いたします。

商品の安全対策事業の大まかな流れとしましては、3つの四角の図にありますとおり、初めにさまざまな手段を通じて危害・危険に関する情報収集・情報交換を行い、危険と疑われる商品等につままして調査・分析した結果に基づき、消費者への注意喚起を行っているほか、関係団体等への商品等の改善要望などを行っております。

「危害・危険に関する情報収集」についてですが、都の消費生活総合センター、区市町

の消費生活センターに寄せられる危害・危険に関する相談情報を収集しているほか、日常生活でけがをしそうになったなど、消費生活相談として上がってこないヒヤリ・ハット体験といった埋もれがちな危害・危険事例について、インターネット調査により積極的に掘り起こし、ヒヤリ・ハットレポートとして情報発信を行っています。

また、商品・サービスに起因する危害・危険情報の共有化を図るため、火災や救急搬送のデータを持つ東京消防庁と定期的に意見交換を行うとともに、国民生活センターや都立産業技術研究センターなどを交えた「消費者事故等情報検討会」を開催するなど、関係機関との情報交換を行っております。

次に「危害・危険に関する調査・分析」についてです。さまざまな手段で収集した危害・危険に関する情報に基づき、商品テストなどにより商品の安全性について消費者の使用実態・意識に関するアンケート等も含めまして調査を行っております。

調査結果については公表しまして、消費者への注意喚起を行っているほか、必要に応じて国、業界団体、関係機関等に対しまして、法の整備や自主基準の策定等について提案、要望するなどの働きかけを行っております。

続いて真ん中の「商品等安全対策協議会」についてです。商品テストなどの調査のほか、消費者・学識経験者、さらに事業者も交えた「商品等安全対策協議会」を開催し、商品等の改善、消費者への注意喚起など実効性のある安全対策について検討・協議を行っております。

「商品等安全対策協議会」の提言を受け、国や事業者団体などへ要望を行うとともに、子供の事故防止に向けた商品を扱った際には、区の福祉部門や子育て支援団体などへリーフレットを配布するなど、関係機関等と連携した消費者への注意喚起を行っております。

下の表に記載されておりますテーマのほかにも、これまでに協議会で扱ったものの中には、使い捨てライターの子供レジスタンス機能や子供服のひもの安全性など、法の規制化やJIS化につながるなどの成果を上げております。

こうして得られた調査結果に基づきまして「事故防止に向けた情報発信・普及啓発」も行っております。都のホームページ「東京くらしWEB」で「危害危険情報」として注意喚起を行っているほか、国や関係機関との連携により得られた危害・危険に関する情報につきましても、タイムリーに情報発信を行っております。

子育て世代が多く集まる各種イベントへの出展や、東京消防庁防災館、区市町村の事業との連携などを通じまして、子供の安全対策についてわかりやすく普及啓発を行っております。

ます。

また、東京消防庁防災館では、小さなお子様を持つ新米のパパ、ママを対象に、子供に事故があった場合の人工呼吸の方法や、喉に物を詰まらせたときの処置の方法を学べる応急手当講習会を定期的に開催しております。その際に先ほどお手元にお配りしました商品等安全対策協議会で作成したコイン型電池の誤飲のリーフレットなどを配布しております。

そのほか「安全な商品の開発促進支援・普及推進」に関する事業も行ってございまして、事業者との連携により、安全に配慮した商品見本市を開催し、安全な商品のPR・普及を図るとともに、商品の安全をテーマとしたセミナーなどを実施しております。

子供の安全に配慮した商品の顕彰制度、これはキッズデザイン賞についてですが、都内の中小企業が応募するために必要な審査料を補助してございまして、平成28年度からは審査料補助制度を活用して、応募・受賞した商品から特に優れたもの1点に対しまして、都知事賞を贈呈してございまして。

以上、御説明申し上げました現状の取組を通じまして、課題・検討すべき事項としましては、右に記載してございまして4点があると考えてございまして。

第一に「過去の取組の効果検証」が挙げられます。

東京都商品等安全対策協議会、消費生活条例に基づく調査などで商品やサービスの安全性について検討し、その結果に基づきまして国や事業者の商品等の安全基準づくりや商品の改善などを求めるとともに、消費者へ積極的な注意喚起を行ってまいりましたが、毎年新たなテーマに注力してございまして、過去に取り組んだテーマの効果検証は十分でないという現状がございまして。

今後、過去に取り組んだテーマについて、その後の国・事業者における取組状況や消費者の意識などを把握するなど、事故防止に向けた継続的な取組について検討する必要があると考えてございまして。

次に「安全に配慮した商品の普及」です。

安全に配慮した商品見本市を開催するなどして、安全に配慮した商品の消費者への普及と開発する事業者への支援を図ってございまして、いまだ安全に配慮した商品の選択肢が十分にそろっているとはいえないのが現状です。消費者が、これらの商品をより選択しやすくするためには、今後、安全に配慮した商品の普及策を検討していく必要があると考えてございまして。

次に「消費者の安全意識向上のための効果的な情報提供」です。

商品やサービスによる事故の状況は年齢により異なるため、子供から高齢者まで対象者に応じた情報提供が必要です。また、対象となる世代は常に入れかわるということから、それぞれのライフステージごとに継続した注意喚起も必要です。

従来のようにWEBやSNS、リーフレットなど複数のメディアにより広く発信するだけでなく、情報を届ける対象にかかわる機関とのさらなる連携強化やコンテンツのあり方などを含め、効果的な情報提供について検討する必要があると考えております。

最後に「危害・危険に関する情報源の充実」です。

子供の事故の原因については自身の責任と考え相談しない保護者も多いことから、消費者相談以外からも積極的に情報収集する必要があります。

一方、医療機関受診からの情報収集は、既に国が医療機関ネットワークなどにより取り組んでおられますが、収集した情報の詳細は公表されておらず、十分な活用ができておりません。

危害・危険に関する情報について、さまざまな手段で情報収集していくほか、国に対して積極的に情報提供を呼びかけるなど、情報源の充実策を検討する必要があります。

以上「消費生活の安全・安心の確保」について、説明を終わります。

○越山部会長 ありがとうございます。

引き続き第1回総会で各委員から出された意見について、ここで事務局から御紹介いただければと思います。

○企画調整課長 第1回総会で出された意見につきましては、黄色いファイルの参考資料②を1枚おめくりください。政策3に関する御意見が3点ございました。

消費生活の安全・安心という広い考えから、1点目は買い物難民というようなテーマも課題になるのではないかという御意見。

2点目は、子供の貧困と事故に関する因果関係等が一部の研究機関ではあるということ、このような点もあってもいいのではないか。

3点目は、スポーツによるけが等に関連して、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安全確保に取り組めるのではないかというような意見がございました。

○越山部会長 この政策3について、ただいま事務局から現状の取組の状況と課題や検討すべき事項、第1回総会での意見についての説明がありました。

消費生活の安全・安心を確保するための課題・検討すべき事項として、過去の取組の効果検証や、安全に配慮した商品の普及、情報提供のあり方、情報源の充実などが示されており、

これらの課題・検討すべき事項について、また、そのほかにも政策3の分野でこういったことをしたほうがいいのではないかなど、御意見を賜れば幸いです。

ここで、皆様から御意見を賜れば幸いです。

この件に関しましては、消費者教育の協議会並びに検討部会それぞれの皆様のお立場から、御自由に御発言いただければと思います。

いかがでしょうか。何かございますでしょうか。

どうぞ。

○石戸谷委員 石戸谷です。

説明の便宜のためにメモを用意していますので、ご覧いただきながらということをお願いできればと思います。

基本計画で、消費生活の安全の確保は、大変優先度が高い分野だと思えます。国の基本計画を見ても、施策の内容を体系化しているわけですが、そこにありますように6つの柱でくくってありまして、そのトップに「消費者の安全の確保」を持ってきてあります。この順番というのは、いろいろ議論があるのですが、やはり安全の確保というのは最優先である。生命、身体被害からの防止ということが、実質的な根拠になっているかと思えます。

御説明いただきました資料5の東京都の政策3ですけれども、現行の政策3の中身を見ても、そこにありますとおり3-1から3-5までかなり多様な、幅広い内容になってありまして、国の場合の消費者の安全の確保が、いわゆる安全分野に絞り込んでいることと比べると相当に広いということで、この点はどうなのかなということでもこれまでの議論を見たところ、やはりいろいろなものが入っているのではないかという意見が出ていたように思います。

きょう御説明いただいたのは、現行の基本計画の3-1から3-5の中のうちの中核部分といいますか、まさに安全の確保の点であると思うのですが、これだけではなくて現行の中で変わらずにそのまま次に引き継がれるものも多分あるのだらうと思いますが、今まで述べてきたことをまとめると、安全の確保の位置づけがもうちょっとはっきりしたほうがいいのではないかと。インターネットなどの問題と並列的に並んでいますと、あれ

っという印象を受ける人が少なからずいるのではないかと。これまで意見が出たものもそういう意味合いが入っているのだらうと思いますので、取引のほうに分類できるものは入れるなどの整理をし直すという方向か、現行の枠組みを変えない場合は生命、身体被害から守るというところが、ほかの部分からはっきり切り離されて、そこを重点的にやっていますというか、消費者目線で容易にわかるような工夫が要るのではないかとということが、政策3の全般的な意見です。

きょう切り出された資料5の点については、中身の問題なのですが、いずれも大変重要な取組であると思いますし、とりわけこの「商品等安全対策協議会」は大変貴重な取組だと思います。この問題は、消費者庁の創設以来、大きいテーマでありまして、事故調も間に合わなくて、その後の安全法の改正で事故調ができ上がっているのですが、昨日もエレベーターの調査報告と意見が出ているように、解明に大変時間がかかる困難な分野でありますので、こういう取組は大変重要だということで、高く評価できるものだと思います。

課題・検討すべき事項ということで、過去に取り組んだ効果検証が十分でないということで、事故防止に向けた継続的な取組を検討する必要があるという点は大変重要なことで、適切な課題設定だと思います。国の取組の状況の把握を含めて、次期の計画の重要な政策課題として推進していただきたいと思っています。

つけ加えますと、出したもののフォローの点は「商品等安全対策協議会」に限ったことではなく、前回、第2回の部会の政策2のところでも国等への働きかけを行っていくという課題について議論したわけですが、そこで述べた意見とも共通していると思います。東京都から大変貴重な意見が国に対して出ているわけですが、その後、法整備に結びついたものもありますし、実現していないものもある。後者についてはフォローが必要だという点は「商品等安全対策協議会」の場合と同じであると思います。

昨年、内閣府の消費者委員会にて東京都の要請を受ける立場にあったので、経験談的に多少つけ加えますと、進捗しない場合理由があるわけですが、主に事実関係の補充という説明が要るものと、法制度上の問題でなかなか進まないものと両方あると思います。自治体の場合は、法執行で常に現場の問題と直面していますので、当然こういう問題があるということはわかっていて意見を出すわけですが、国の場合はちょっと現場から距離があるので、立法事実といいますか事実そのものの把握が必ずしも十分にできないということがあるので、抽象的な意見をぽっと出すということではなくて、やはりその根拠となる事実などを、協力の要請があれば積極的に出していただければと思います。



進捗しない原因が、法制度上の基本的な問題というか消費者保護の分野にとどまらなくて非常に広がりが多いという場合には、なかなか速やかに進まないということがあるので、そういう場合は法整備されるまでの間、独自に追加的な措置を検討したほうがいい事案もあると思いましたので、そういう場合でも出した後のフォローが重要ではないかと思いますのでつけ加えました。

最後に、課題として挙げられている「危害・危険に関する情報源の充実」の項目は、今の話とも多少関連する、国との関連という意味では共通した問題かと思えます。

第2回でも述べましたけれども、消費者行政推進基本計画は国と地方が一体となった消費者行政の強化を目指すという基本的な考え方を力強く出しているのですが、具体策としては十分ではないと思えますし、とりわけ安全の確保が優先分野であると思えますので、国は一元的に情報を収集するということになっているわけですが、その後の分析だとか対応だとかということになってくると、自治体との連携が大変重要な、貴重な場面が多いと思えますので、これを契機にいわば双方向での取組を推進するという仕組みの構築を検討するという方向で、ぜひ「危害・危険に関する情報源の充実」のところは推していただければと思います。

長くなりまして、済みません。

○越山部会長 どうもありがとうございます。

本件について、今、御紹介いただいた資料の2ページで詳細に整理していただいたので、前後関係も含めて非常によくわかりやすくなったと思います。また、非常に重要な御指摘もあったと思っております。

今の御発言に対して、何か現時点で回答なり御意見等は事務局からございますか。

○企画調整課長 御意見ありがとうございます。

最初に御発言のあった政策課題3の範囲の問題ですけれども、お手元に「東京都消費生活基本計画」をお配りしておりますので、こちらの23ページをお開きいただきますと現行計画の体系ということで記載がございます。こちらで政策課題3をご覧くださいと「商品やサービスの安全・安心の確保」という中に(3-1)から(3-5)までございまして、(3-2)～(3-5)のところが政策課題3の「商品やサービスの安全・安心の確保」というところからイメージしにくいということが大きな御指摘だったと思っております。

事務局といたしましては、例えばですけれども現在(3-2)にある「インターネットの普及拡大に伴う安心の確保」といったものは、政策課題2もしくは未然防止という考え

方に入れるのが適切であるものは、組み替えるなどそういう整理を考えております。

そのほかの関連の記載の仕方ですとか課題の書き方でいい案があれば御意見を頂戴したいと思っております。

効果検証につきましては、本日説明したもののの中では「商品等安全対策協議会」の中で議論が進められていくと思っております。

法制度に関しましては、審議会において、この1年間の実績等を御報告する場面がございますので、そのときに少し丁寧に今後御報告していきたいと思っております。

以上です。

○越山部会長 というのが現状のところですよ。

確かに、言われているとおり、前回の計画では安全・安心の確保の中に幾らかのご指摘がありました。大分整理されて、議論しやすく、そして見やすくなってきているのは事実かと思っております。

ほかは、何かございますでしょうか。

小林委員、どうぞ。

○小林委員 課題・検討すべき事項のところの○の3つ目に「消費者の安全意識向上のための効果的な情報提供」という項目があるのですが、基本計画のところの44ページに効果的な情報の発信という記載があり、今までいろいろと実施されていると思います。WEBのアクセス数であるとか、「くらしねっと」を配布して消費者からどういう声が上がっているのか、把握している情報をお聞かせいただけますでしょうか。

○企画調整課長 アクセス数ですとかは、手元に正確な資料がないので概算ということになります。「東京くらしWEB」は約80万件のアクセス、ページビューがございます。

Twitterのフォロワーは、約1万1,000フォロワーというところで、一部門のそういうツールとしては、かなり御活用いただいているかと思っております。

○小林委員 「くらしねっと」は、どれくらい配布されているものなのですか。

○企画調整課長 毎月10万部を配布しております。

○小林委員 たまたまなのですけれども、私は最近、外務省がやっている「たびレジ」というサービスを利用いたしました。自分のメールアドレスを登録すると、そちらに渡航先の危険度等の情報を提供してくれるサービス内容です。消費者への注意喚起という観点から申し上げますと、消費者のほうから自分たちで連絡先を登録しておく、集約された注意すべき事柄について情報発信してくれるということ有効な方法ではないかと思いまし

たので、今すぐという話ではないのですけれども、ご検討いただければと思っております。

以上です。

○越山部会長 ありがとうございます。

ぜひ、記録に残していただければと思います。

ほかに、何かございますでしょうか。

どうぞ。

○阿部委員 阿部です。

今のことを踏まえてという形になるのですが、ヒヤリ・ハットレポートというものを出版していただいている、先ほど関係子育て支援といったところには配布があるということで、これは消費者センターとかといったところにも配布があって、若い方がいらしたときに、こういうものがあるのだというようなところ、たくさん資料がある中で手にとられて、こういう仲間に講座ができませんかというところで、非常に毎回よくできていると私は思っています。

今回、開いてみると洗濯機のこと載っておりまして、こういった、すぐに、まさにの情報、手にとった人には行くと。ただ、なかなかそういったリーフレットとか、先ほどお話のあったような自分からネットを調べて何があるのというところに行けるのかというところがあるので、ぜひアプリなど、T w i t t e r でもいいのですけれども、こういうことがありますよというような形でそういったものが来るようにできたらすごくいいなと思うのです。

コンニャクゼリーであったり白玉であったり、またこういうことがあるのかということが繰り返されていく。それはやはり先ほども言われていた新米パパ、ママが常に変わっていくというところ。母子手帳ではないのですけれどもそのようなところに、こういったアプリがありますよとかこういったものがありますと、されているのかもしれないのですが、そういったところから情報源がどんどん、今、必要な人たちに入っていくということが、特に子供に関しては有効ではないかと思っています。

その時期は本当に一時期だけで、洗濯機に入ってしまうということも、もう少しすればそのようなことはわかるし、ないしというところになっていくと思うので、必要な人たちに上手に情報提供が。今はもうT w i t t e r まで来ているし、私も講座のときにこういうものがあるからここからスマホで入ってねなどということをおっしゃるので、若い世代にはそのような形で伝えられるのですけれども、ちょっとパパ、ママというところに

はなかなか踏み込めないで、そのようなものがあればと、本当に同じように思いました。

意見として言わせていただきました。

○越山部会長 ありがとうございます。

近年、通信技術が発達していて、リコール情報もそうなのですが一度登録しておく、向こうから情報を発信してくれるようなシステムやアプリとか、そういうサービスがどんどん進んできているところでもあります。

国やN I T Eも、情報を定期的に発信することもやっておりますので、どこまでできるかということもあるのかもわからないのですが、そういう新しい技術を使って適切に情報発信していくということが重要かと思えます。

これは5年間の計画になりますから、現時点で難しくても、そういう新しい技術を活用していきたいという文言が入っていれば、そのうち活用しやすいようなツールが出てきたりすると積極的に使えるようになるので、そういう文言が入っているといいのかもしれないですね。

ほかに、何かございますでしょうか。何でも、お気づきの点で。

実は、私はこの協議会さんのお手伝いもさせていただいているのですが、この協議会は1年間をかけて、いろいろな実験を含む調査研究をして、いろいろなところへ情報発信をしたり要望したりしています。その中身というのは、ここに書いてあるとおりです。例えば行政機関にもそういう傾向がありますが、要望を出して、その後どうフォローするかという部分が明確でない場合があります。やりっ放しではだめですということをこの委員会の中でも盛んにお声が出てきたりしております。

そんなこともあるので、ここで書いていただいたこと、苦労してやった調査研究の中身をしっかりと反映させるようなことを確認しながら検証しながらやっていくということは非常に重要なので、本件については私も非常に重要な点だと思っておりますので、ぜひお進めください。

中には、国や業界団体の基準を要請したり、告知をどんどん積極的にすべきと要請したり、商品を改良すべきということも要請したりしています。けれども、それぞれの進捗状況だとか、その要望を行った後、事故が減っているのかどうかという検証が一番重要なのですが、それらの検証を進めていくことは、できるだけ体系的な形で毎年実施していくということが重要かと思ったりしております。

私ばかりで大変申しわけないのですが、一番下のところで「危害・危険に関する

情報源の充実」とありますけれども、前回の基本計画でリコール中の製品の事故が相変わらず年に100件ほど発生しているということで、リコールしているのに十分情報が伝わらないという点がありました。リコール自体が円滑に動いていない証拠でもあります。そういう部分に関しては、国や行政機関がバックアップして、この商品はリコール中で危ないですということを伝えられるようなことを、特に高齢者用品などは非常に重要かと思えますので、ぜひこの部分についてリコール情報の告知の推進みたいなものも少し加えていただけると幸いです。

あとは、何かございますでしょうか。よろしいですか。

それでは、先に進めさせていただければと思います。

続いて、政策4「消費者教育の推進と持続可能な消費の普及」に移りたいと思います。

政策4については「消費者教育の推進」と「持続可能な消費の普及」の大きく2つのテーマがございますので、消費者教育をどう推進していくかということ、それから持続可能な消費をどう普及していくかという2つに分けて、議論を進めていきたいと思っております。

最初に、全体の消費者教育について、事務局から説明を受けたいと思います。事務局の方、お願いいたします。

○活動推進課長 センター活動推進課長でございます。よろしくお願いいたします。

政策4「消費者教育の推進」の部分につきまして、資料6と資料6-1をもとに御説明させていただきます。よろしくお願いいたします。

現在の取組の状況でございますけれども、ここでは現行の東京都消費者教育推進計画のうち、特に重点的に取り組む世代、テーマなどにつきまして、平成27年度実績をもとに整理をさせていただいております。

初めに「ライフステージに応じた消費者教育の推進」につきまして、表頭に記載の5つの世代ごとのこれまでの主な取組を申し上げます。まず幼児期では、防災館あるいはイベントにおける模型、パネル展示等による事故の防止の啓発、あるいはヒヤリ・ハット調査結果等をもとにした事故防止ガイドの活用などを進めてきております。

次に小中高校生期では、教員の意見を取り入れた使い勝手のよい教材の作成のほか、啓発員を学校に派遣して行う出前講座にも力を入れてまいりました。

大学生以降の若者世代では、関東甲信越ブロックの都、県、市が広域的に連携いたしまして、被害防止キャンペーンを行うほか、大学の新生向けの出前講座にも取り組んでお

ります。

成人一般向けとしましては、大規模講座あるいは実験実習講座など幅広く消費生活講座を開催しているほか、高齢者向けにつきましては、関東甲信越ブロックの共同キャンペーンや出前講座あるいはお笑いによる出前寄席に加えまして、高齢者見守り人材向けの出前講座も推進しているという状況でございます。

2点目の「多様な主体との連携」の取組については、アクションプログラムに基づきまして、事業者・事業者団体、大学、民間ADR機関など、これまで連携の機会が少なかった主体との連携を特に強化し、消費者教育の充実を図ってまいりました。平成28年4月以降は新たに連携する団体、平成29年度までの目標数20団体と定めまして、これに対する働きかけに加えまして、これまで連携実績のある団体などに対して継続的な連携や従来の連携とは異なる事業での連携を働きかけるなど、多様な主体との連携強化を図りながら、さらに効果的な消費者教育の実施に取り組んでおります。

3点目の「消費者教育の担い手の育成」におきましては、消費者問題について、地域や職場で中心的な役割を果たすことができる人材の育成を目的として、消費者問題マスター講座を開催しております。

また、消費者問題のほか、食育や金融経済教育などの関連分野を含めた幅広いテーマを設定し、授業で役立つ具体的な手法や内容を取り入れた学校教員向け講座を開催してございます。この講座では、事業者団体あるいは民間ADR機関が作成した消費者教育教材を展示するとともに、各団体・機関が実施する出前事業に関する情報も提供しており、ここでも多様な主体との連携の効果を生かして担い手の育成に努めている次第でございます。

4点目「区市町村への支援」についてでございますが、多摩消費生活センターでは、多摩地区の市町村との共催により消費生活講座を開催し、講師の費用を都が負担するとともに、必要に応じて講座企画に関する情報提供などの支援を行ってございます。

また、自前の出前講座を実施している区市町村がテーマ、日程、対象者などの調整が困難な場合には、東京都消費者啓発員を派遣しまして、講座の実施を支援しているところでございます。

このほか、先ほどの消費者問題マスター講座では「区市町村優先枠」を設けまして、区市町村を通じて申し込みのあった受講生を、一般の方より優先して受け入れております。

さらに消費者教育推進地域協議会の設置支援としましては、設置方法の提案、連携先の候補となる機関や消費者教育モデル事業の成果である他の区市町村の連携事例等の紹介な

ど、区市町村の支援に努めているところでございます。

以上の取組状況を踏まえまして、次期計画の策定に向けた課題・検討すべき事項として、事務局で3点を挙げさせていただいております。

1点目「多様な主体との連携による更なる取組の推進」につきましては、もともとの取組の趣旨でございますけれども、消費者教育は、環境教育、食育、金融経済教育などとも関連が深く、対象領域が大変広がっております。また、対象も子供から社会人まで幅広い年代に行うことが求められているため、行政だけで対応していくには限界があり、消費者教育を効果的に推進していくためには、それぞれの主体が得意としている分野のノウハウを有効に活用していく必要がございます。

今後も、引き続き多様な主体に対し継続的な連携を働きかけるとともに、対象となる世代あるいは取り扱うテーマに応じた連携によるさらなる取組を検討していく必要があると考えてございます。

2点目は「消費者教育教材の活用促進」でございます。消費者教育の推進のため、これまでライフステージに応じた消費者教育教材の充実を図ってまいりました。特に、WEB版消費者教育読本などにつきましては、消費者教育推進団体から表彰も受けるなどの評価を受けております。

しかし、これまでに作成したWEB教材等につきましては、閲覧環境の変化や社会環境の変化などにより、一部の端末で閲覧ができなくなったり、あるいは時代背景が古くなってきているものも出てきてございます。

例えば、ITの話でいいますとFlashという技術で作られたアニメがあるのですが、Flashは普及しているタブレットで動かないという実態もございます。

また、法改正があったために、そのままではなかなか使い勝手が悪いものが出てきているのですが、ホームページのアクセスはかなりあるので、実際ニーズはまだあるといった状況がございます。

また、スマートフォンではなくて、ガラケーと呼ばれるような旧来型の携帯電話が素材に上っていたりということもございますので、そういったことも踏まえて、今後、作成した教材のさらなる活用推進を図るとともに、新たな教材の作成とあわせて、作成した教材を長く有効活用できるような取組を検討していく必要があると考えてございます。既存資産のメンテナンスを計画的に行っていくというイメージで捉えていただけたらと思います。

最後に「区市町村への支援」の項目でも触れましたけれども「消費者教育推進地域協議

会の設置支援」についてでございます。平成28年7月末現在、都内で消費者教育推進地域協議会を設置している区市町村は4区にとどまっております。地域における消費者教育を推進していくために、引き続き区市町村における消費者教育推進地域協議会の設置に向けて支援策を検討していく必要があると考えております。

続きまして、資料6-1をご覧ください。「ライフステージ別消費者教育取組状況図」でございます。これは、現行の消費者教育推進計画策定時に都が実施しているさまざまな取組を消費者の世代別に整理した一覧を時点修正したものでございます。

3年前の大もとの表は、今、皆様のお手元にあります、現行推進計画の冊子の中でちょうど25ページの後ろに、こういう形でとじ込みで入っております。それと比較していただくとおわかりいただけるのですけれども、今、資料6-1の色つきのほうで見ていただくとよろしいのですけれども、ちょうど表の上段のところに凡例が載っています。赤色帯が「WEB広報」、黄色が「DVD」、以下「冊子・リーフレット」「WEB読本」「講座」「イベント」となっております。3年前と比べてみますと、ちょうど資料6-1の中ほどで薄ダイダイ色というのでしょうか桜色というのでしょうかこちらの色の帯であらわしている商品等の安全、事故防止にかかわる「冊子・リーフレット」、さらにその下の部分で浅黄色の帯であらわしております学校教育教材が中心となる「WEB読本」、黄色の帯であらわしております啓発用「DVD」を中心に、この3年間で20個近いコンテンツをふやしてきておまして、充実を図ってきているところでございます。後ほど、御審議の際には、適宜ここを御参照いただければ幸いです。

説明は以上でございます。よろしくお願いたします。

○越山部会長 ありがとうございます。

続いて、消費者教育に関連して、第1回総会で各委員から出された意見の御紹介をお願いします。

○企画調整課長 それでは、もう一度参考資料の黄色いファイルを1枚おめくりいただきまして、政策4のところでは消費者教育の全般にかかわる御意見について御紹介をさせていただきます。

まず、4-2でございますが、こちらは区市町村も消費者教育推進計画を策定するに当たり東京都が支援をするという方向性を持つべきではないかという御意見です。

4-3は、多様な主体が連携して教育を推進していくために、コーディネーターが必要であろう。また、コーディネーターや区市町村で消費者教育を推進していく上での人材が



十分に存在しているのか、また体制が十分か検討が必要であろうという御意見でございます。

次ページの「3/4」の項番4-7でございますが、こちらは新しいメディア媒体がどんどんバージョンが変わって新しくなっているということで、現在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したいという御意見でございます。

項番4-9は、各事業者団体もかなりいろいろな資料をつくっているもので、そういったものを行政との連携によって活用してもらいたいという御意見でございます。

その下の4-10が、企業でも消費者教育をしっかりとやろうという動きが起こっているということで、この消費者教育も、事業者や事業者団体も有効に使っていただければありがたい。そういうことを計画に含めていただきたいという御意見でございます。

4-16でございますが、いろいろなところでいろいろなコンテンツがつけられているけれども、なかなか他機関で使うには支障がある場合があるので、そういうようなところがどんどん使えるような仕組みをつくっていくことが大事ではないかという御意見でございます。

以上です。

○越山部会長 ありがとうございます。

ただいまの消費者教育について多様な主体との連携や消費者教育教材の活用促進、区市町村における消費者教育推進地域協議会の設置支援などの課題・検討すべき事項が示されております。

消費者教育については、都と区市町村でそれぞれ行っていることもあり、都として区市町村の消費者教育をどう支援していくかということが検討の中心になるかと思われま

す。委員の皆様の中では、実際に消費者教育にかかわっておられる委員の方もおられますので、消費者教育の現状なども含めて御意見等をお伺いできれば幸いです。いかがでしょうか。

お願いします。

○柿野委員 消費者教育ということで発言させていただきます。

今回、資料6、資料6-1で東京都の取組をまとめてくださっていますが、全国の他の自治体と比較してみても、東京都はやはり充実していると改めて感じました。ただ、今回ここで私が感じたことは、資料6-1で消費者庁「消費者教育の体系イメージマップ」に

基づいた内容の整理をしていただいている訳ですが、「小学生期」「中学生期」「高校生期」で示された、いわゆる「学校における消費者教育の充実」という観点から、一層踏み込んだ施策を行うべきではないかという点です。特に、東京都に暮らす子供たち一人一人がしっかりと消費者教育を受ける機会が確保されているかどうかという点から施策を再検討することが必要だと思います。消費者教育を受ける権利は消費者基本法の中で私たちが持つ権利の一つとしてうたわれているわけですが、一人一人が消費者として必要な学習を受けることができているのか、学校における消費者教育が十分に行われているのか、という点から検討が必要です。

また、以前も申し上げたのですけれども、いろいろな教育内容と連携していくということで、「多様な主体との連携による更なる取組の推進」が検討すべき課題にあります。例えば、今、お話しさせていただいている学校の場でそれをどうやって具体的に広げていくのか、多様な主体を交通整理し、機会を充実させるコーディネーターの役割が必要だと思います。特に学校とのつなぎ役となる「消費者教育コーディネーター」を東京都で今後検討していくことが必要ではないかと考えています。

これは全国的に見ましても、都道府県レベルに設置されているケースもありますし、政令市で設置されているケースもありますが、例えば、最近見られる事例は、校長先生を退職された60歳を少し過ぎた方が、いろいろな先生方のネットワークをお持ちであるため、その役割を担っているというものです。名称はいろいろなのですけれども、そういった方が消費生活センターに消費者教育コーディネーターとして配属されて、これまでのネットワークを活かしながら学校での消費者教育の機会を充実していくという方向を持って動いている自治体が増えてきています。

この動きは、消費者教育の推進に関する法律の基本方針の中に、コーディネーターが位置づけられているため全国で検討が進められていますし、(独)国民生活センターでも、今年から消費者教育コーディネーター研修を行い、いろいろな自治体でそれを広げていってほしいという方向性を持って進めております。東京都の区市町村では、現在までに消費者教育推進地域協議会が思うように設置されていないという状況がありますが、これは区市町村には負担が大きいという状況もあるのではないかと思います。学校との連携を深めていく一つのチャンネルとして、東京都にはもちろんですが、区市町村が消費者教育コーディネーターの設置できるような支援を行うことが非常にいいのではないかと感じております。

最後にもう1点、教員講座について申し上げます。東京都では夏休みに教員講座を充実させたくさんの先生方にお越しいただいておりますけれども、東京都全体から見ればそこに出てこられる先生は本当に一握りの先生でありまして、家庭科、社会科を中心に消費者教育を熱心におられる先生に限られているのではないかと思います。例えば小学校では、いろいろな教科の中で消費者教育の取組を行うことができるわけですが、そういった先生方の研修の機会を教育委員会等の研修において一層充実させていくという方向性が必要ではないかと感じています。

ちなみに先週、世田谷区教育委員会が主催する小中学校家庭科の研修会に行かせていただきました。教科研修と課題研修の合同研修という形でしたので、家庭科に加えて他教科の先生も合わせて100名近い先生がそこに来てくださいました。そういった形でいろいろな先生方が、消費者教育の理解を深めていただくと、決して新たな教育課題ではなく、今、やっている教育活動の中に消費者の自立につながる内容がたくさん含まれているのだということに気づいていただけたと思うのです。今申し上げてきたことは、全て東京都が行うというよりも、区市町村の消費者行政や教育委員会の支援という方向性で、東京都の教育委員会とともに進めていただければと思います。

以上です。

○越山部会長 ありがとうございます。

非常にいい意見だと思います。

まず、本件については、資料6の中には消費者問題マスター講座やコンシューマー・エイドのように、消費者教育に関する専門的な部分を勉強して消費者教育の普及に努める人をどんどんふやしていきましょうとか、有効に活用しましょうというキーワードがあります。今のお話のように消費者教育自身というものは、やはりちゃんと体系的にコーディネーターがついて、地区または学年等を配慮しながら進めていくことも非常に重要かと思われれます。この資料の中で、今、お話があったコーディネーターというようなキーワードを入れていただくことは可能なのでしょうか。

○企画調整課長 検討させていただきます。

○越山部会長 資料6-1の上のほうにも、小中高のところに「学習指導要領に基づく消費者教育」といった網かけの箇所があります。新しくこれをどんどん推進していきましょうという背景も出てきていますし、その一つの方法として、今のようなコーディネーターというものは非常に重要なキーパーソンになるように思われれます。教育現場での普及に努

めるような流れみたいなものについて、何か御意見とか意見調整をしていただければいいのかと思ったりしております。

もう一点、今、いろいろな分野の先生方に消費者教育のことを知ってもらって、それぞれの分野から違った角度でもいいのですけれども、消費者教育というものを勉強する機会を与えていただくようなお話もあろうかと思えます。非常に積極的ないいお話だと思うのですけれども、このような方法もぜひ推進といいますか御検討いただければいいかなと思っております。

本件については特にここで御回答いただかなくても結構ですけれども、それに近いような御活動をやられたりしておられますか。

○活動推進課長 センター活動推進課長から申し上げます。

体系的というよりは、これまで私どもが教育教材を作成するに当たって、いろいろ御協力をいただいてきた学校の先生方とのつながりの中で、例えば、先週になりますけれども東京都公民科・社会科教育研究会の方々の8月の例会をセンターでやっていただいて、その中で私どもでおつくりしたDVDの模擬授業みたいなものを実際にやっていただく中で、そういった成果を発表していただくような場をつくり、いわば教員の皆さんとのネットワークともいべきものを、今、つくりつつあるということを御報告させていただきたい。

その場では、先生方は細かい法律的なお話はなかなか難しいということもあって、洞澤先生にお話をさせていただいたりという取組はしてきておりますので、御紹介だけさせていただきます。

○越山部会長 ありがとうございます。

ぜひ、どんどん進展していけばいいと思ったりします。

ほかには、何かございますでしょうか。

小林委員、どうぞ。

○小林委員 「多様な主体との連携」というのが書いてございますけれども、こちらが非常に重要と思っております。

私ども東京商工会議所では、23区を管轄にしておりまして、会員事業所が7万7,000社ぐらいあります。事業者に対する教育という視点は当然あるかと思うのですが一方でそこに働いている方、成人一般であるとか高齢者というところをターゲットにしまして、従業員教育にもつなげていくべきではないかと思っております。そういう意味で、商工会議所や商工会等の経済団体と連携していただくのもいいのかなと思いました。

また、特に産学官金労という形で、金融機関との連携も非常に重要ではないかと思っております。特に金融機関には若者も来ますし、成人と、もちろん高齢者の方も来ますので、大銀行だけではなく、信組、信金あたりとも提携していただくと、かなり効果があるのではないかと思います。

以上であります。

○越山部会長 まさにそうです。

契約の話というのは契約トラブルの問題にもつながりますので、小さな子供のころから非常に重要なテーマで、前回もその件に関連する御意見を非常に多くいただきました。その関係で金融関係、経済関係の消費者教育のプログラムの推進も結構図られているかと思えます。

本件について、何かございますか。

ほかは、何かございますでしょうか。

お願いします。

○丸山委員 ちょっと細かな話になるのですが、資料6-1でDVD教材がかなり充実しているということを改めて確認いたしました。ビジュアルで内容を把握できるものなので大変よいコンテンツだと思うのですが、実は私も授業でDVD教材を使っているのですが、なかなかDVDを実際に入手するという手間がかかっていたりしております。最近ではYouTubeのような動画投稿サイトも充実してきておりますので、実際には知的財産管理の話であるとか政策コストの話であるとか、乗り越えなくてはいけない壁は多いのではないかと思います。単にメディアでDVDとして教材を提供するだけではなく、インターネット上でアクセスしやすいようなものをふやすことによって、例えば学校での授業で利用されるとか、関心がある消費者の積極的なアクセスが期待できるということがあるのではないかと感じました。

○越山部会長 これも非常にいい意見ですね。

今は、どんどんICT事業化が進んでおりますので、小学校、中学校、大学もそうなのですけれども、アナログ回線からデジタル回線を使った媒体で授業だとか勉強をする機会がどんどんふえていますので、そういう流れにうまく乗ったほうがいいかと思ったりもいたしております。

ほかは、何かございますでしょうか。

お願いします。

○活動推進課長 申しわけございません。活動推進課長でございます。

今の御指摘で一言だけお知らせをさせていただきたいのが、DVDの作成もそれぞれ学校教育に関係しますと、学校の種別でどこをターゲットでつくっていくかということが一つ問題になってきて、その場合に、例えば高等学校がターゲットになっていれば、都内の高等学校さんには全てDVDをお配りするという形でやらせていただいていることが一つ。

新作でおつくりしたものにつきましては、1年間WEB上で見ていただけるという仕掛けまではさせていただいています。ただ、著作権あるいは肖像権の問題で、1年を超えてというところまではまだできていないものですから、その際にいつでもお引き合いいただければ原価でDVDの複製をさせていただいている点を申し上げます。

よろしく申し上げます。

○越山部会長 そういうことですね。

ほかに、何かございますでしょうか。

お願いします。

○洞澤委員 私も、6-1の資料に関してなのですが、これだけいろいろな形での取組を東京都においてなさっておられるということなので、やはりこういうものがあるのだということができる限り広めるということが、まず一つ重要かと思えます。

かつ、DVDに関して申し上げますと、毎年、職員の方が大変苦勞なさってつくっておられるわけなのですが、こういったものをどう活用していけばいいのかという利用者に対する情報提供も非常に重要かと思えます。

とりわけ成年年齢の引き下げの問題などもあり、学生さんに対する教育というものがすごく重要になってくるのかと思っています。それとの関係で申し上げますと、先日、作成したDVDの関係でこのDVDを活用なさる教員の方を対象に講座をさせていただき、その活用法のお話をさせていただいたのですが、そういった講座を通じて、いろいろな制約の関係でDVDではお伝えしきれなかったことをお伝えすることができました。そうすることによって、より使うポイントのようなものを知っていただくという機会があったことが非常によかったと思うのです。

先ほど、教員に対する研修の充実というお話もあったかと思えますけれども、DVDを作成した側からのお話などを、教員の方なり、今後コーディネーターという言葉が入るかわかりませんが、そういった現場で消費者教育を担う方々に伝えていく場も必要なかと思いました。

以上です。

○越山部会長 いい意見です。

ほかに、何かございますでしょうか。

お願いします。

○阿部委員 ライフステージに関してという形にはなっていくのですが、今、先生がおっしゃったように成人の問題ということがあって、私もコンシューマー・エイドという形で、ほとんどライフステージのところへ講座に行っているという状況なのです。先ほど家庭科の先生にというところで御説明があったので、それはすごく前向きでいい取組だと思うのですが、指導要綱の部分であったりとか、東京都消費者教育基本計画の中の5ページの先生たちが各小中学校、高校もたしかそうだったと思うのですが、どのような取組をすればいいかわからないとか、指導者や講師となる人材の情報がわからないというところで、家庭科の先生との個別のコンタクトがあると続くのだけれども、その方が異動になってしまうとそこの部分はまたすっぱり抜けてしまって、次の家庭科の先生にうまくつなげないという、始まるのだけれども終わって切れてしまって、また始まるのだけれどもという形で、なかなかうまく持続ができていかない。

いろいろな団体の方がいらっしゃいますというところも情報提供いただいていますし、そういったことをお伝えするけれども、それをどう指導要綱に入れられるかというところもすごく問題であるということも伺ったこともあるので、先ほどお話のあったような、コーディネーターの方がどこまで踏み込めて学校教育の中に入っていけるかということは非常に重要かと思っています。

成人の問題はどうなっていくかわかりませんが、こちらに書いてありますように大学の新生生に向かって講座をいたしまして、ほとんどの生徒が成人まで2年間あってというところになるものが、今度ぼんと高校を卒業したらという事態になるかもしれないというところで、34年までにというところでどうなのかというところもありますが、高校生における消費者教育は重要なのではないかというところは思っております。

○越山部会長 そのとおりです。

ほかは、何かございますでしょうか。

よろしいですか。

この資料6-1は現状でのライフステージごとの取組状況で、マトリックスになって非常に盛りだくさんのお話があるのですが、この中の上から2番目のところに、持続

可能な消費の実践という非常に大きなテーマですし、また新しい視点でどんどん推進または促進していかなければいけないものです。今回の検討部会並びに協議会の中での大きなテーマの一つとして、この持続可能な消費の実施に関連するような大きなテーマでもあります。これから本日の最後のテーマとして、この持続可能な消費についての政策課題について検討に入りたいと思います。

本日の審議の最後のテーマで「持続可能な消費の普及」について、事務局から説明を受けた上で審議に入りたいと思います。

事務局は、お願いいたします。

○企画調整課長 資料に基づきまして御説明をさせていただきます。

資料6-2「持続可能な消費」をご覧ください。ここでは、まず持続可能な消費に関する世の中の流れというものを御説明しております。

1987年に環境と開発に関する世界委員会で「持続可能な開発」という言葉が訴えられております。その後、東京都の消費生活条例の前文におきましては事業者、消費者及び行政が、それぞれ社会の一員として「健康で安全かつ豊かな生活を子孫に引き継ぐ」という持続可能な社会の構築を目指すことを明記しているところでございます。

続きまして「第一次環境基本計画（平成6（1994）年12月16日閣議決定）」におきましては、現在の大量生産・大量消費・大量廃棄等の社会経済活動や生活様式のあり方を問い直し、生産と消費のパターンを持続可能なものに変えていく必要があるということで、環境負荷の少ない製品の利用や適正なりサイクル、使用済み製品の再利用、回収・再利用の促進といったものがうたわれております。

続きまして「ESD（Education for Sustainable Development：持続可能な開発のための教育）」。こちらでは環境、貧困、人権、平和、開発といった現代社会の課題をみずからの問題として捉え、身近なところから取組、それによって持続可能な社会を創造していくことを目指す学習や活動ということで、自分のそれぞれの課題の解決につながる新たな価値観や行動を生み出すことということがうたわれております。これは平成14年（2002）年の国連決議により採択されておきまして、2005年から2014年までを「国連持続可能な開発のための教育の10年」とされております。

その後、最近になります。消費者教育推進法が平成24年12月に成立いたしまして、「消費者市民社会」の概念というものが明記されたところでございます。



中段に行きまして「持続可能な開発目標（SDGs）」ということで2015年9月に「国連持続可能な開発サミット」が開催されまして、「我々の世界を変革する持続可能な開発のためのアジェンダ」が採択されております。その中で、この目標の一つとして「目標12 持続可能な生産消費形態を確保する」ということが掲げられております。

また、いろいろお話に出ておりますが「東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会 持続可能性に配慮した調達コード基本原則」というものが本年1月に定められておりまして、原材料の調達・製造・流通・使用・廃棄に至るまでのライフサイクル社会を通じて環境負荷の最小化を図るとともに、人権・労働等社会問題などへも配慮した物品・サービス等を調達するとされております。

また、あわせて消費者庁におきましては「倫理的消費」（エシカル消費）ということで検討が始まっておりまして、平成27年5月から、倫理的消費の内容やその必要性についての検討を、2年間かけて行うということで『倫理的消費』調査研究会が設置、開催されております。現在、消費者庁におきましては、倫理的消費（エシカル消費）の言いかえ案を一般から募集しております。

これらの状況を踏まえまして、今後、都が普及すべき「持続可能な消費」ということをございですが、これまでの取組により環境的なもの、エコ（eco）に関してはかなり行動が深まっているように思っておりますので、「エコ（eco）からエシカル（ethical）へ」ということで、持続可能な消費というのは従来の環境にやさしい商品・サービスを選択するということから、環境への配慮だけではなく、被災地の復興や開発途上国の労働者の生活改善等の社会的課題に配慮した商品サービスを選択することや、食品やエネルギーロスの削減等に配慮した消費行動など、持続可能な社会の実現に貢献する消費行動全てを包含するものというように広がってきております。

ここで「東京都が普及すべき『持続可能な消費』」ということになりますが、それぞれの施策において地球温暖化ですとか天然資源の減少、生物多様性の確保などの環境問題、またいろいろな人権問題、被災地の復興支援、地産地消といったような、社会的課題の解決につながる消費を持続可能な社会の実現に貢献する消費行動全てといたします。持続可能な消費の普及に当たりましては、商品・サービスがどのようにつくられているのか、自分の消費行動はどのように社会に影響、貢献しているかなど、消費者に意識してもらう必要があるのではないかと考えておりまして、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持続可能な消費の普及策について検討が必要であると考えております。

続いて、第1回の総会で、持続可能な消費に関しまして御意見をいただいておりますのでご紹介いたします。黄色いファイルの2ページをお開きいただければと思います。

4-1ですけれども、消費者教育の内容というものが、今まで消費者被害の防止ということに力点が置かれていたけれども、この持続可能な消費の普及ということが位置づけられていることは大変素晴らしいという意見でございます。

4-4になりますけれども、エシカルというのは賛同する。それを進めるためには、児童労働の実態などいろいろな情報の開示をしていただ、それを消費者団体等がいろいろなところに発信していきたいという御意見。

4-5は、消費者が持続可能な商品を選べるための、適正なわかりやすい具体的な表示が必要であるという御意見。

4-6でございますが、持続可能な商品を選択ということでは、どのような経路を経て手元に届いたかというトレーサビリティが重要であるという御意見でございます。

4-8になりますけれども、日本の大消費地として、食品の3割が捨てられているという状況、食品ロスを出さない取組というものが必要であろうという御意見でございます。

4-12になりますけれども、倫理的消費というものが大変必要だということがありますが、貧困問題、人権問題という非常に大きな問題になっていることが、環境問題と一緒に繋がっている問題だというように、包括的な広い視野から取り組んでいく必要があるという御意見でございます。

4-13でございますが、大量生産、大量消費の時代の仕組みやシステムを変えるには3つの要素があり、一つは自治体や法律、もう一つは企業、事業者、それから大変大事なものは消費者であるということで、この3つがうまくスパイラルを生み出していることが重要であるという御意見でございます。

4-14でございますが、消費者が倫理的消費をしていきたいという発言をしていけば、企業も当然変わっていく。また、企業が変われば法律も動いていくという御意見でございます。

次のページになりますけれども、エシカルという言葉は外来語で、これまで活動してきた者にとってはわかりにくい概念というように思うということで、わかりやすい言い回しを考えてほしいという御意見でございます。

以上でございます。

○越山部会長 ありがとうございます。

資料の説明と総会での意見を両方とも御紹介いただきました。

この中にもありましたけれども、エシカルという言葉が「持続可能な消費」という大きな政策課題の中心に今の段階であるということです。この表現については、このまま浸透していくのか新しい言葉になっていくのか、これは私もよくわからないのですけれども、このような状況の中からこれを大きな政策課題の一つとして東京都は捉えているということが一つ重要な点かと思います。

資料6-2の最後のところにありましたけれども「東京都が普及すべき『持続可能な消費』」は、ここに書いてあるとおり非常に多くの重要なテーマが書いてあります。これらをどうやって普及していったらいいのか、その進め方についての方策もこれから十分検討していかなければいけない重要な点です。できれば専門の方、お詳しい方にいろいろ教えていただきながらやっていかざるを得ない領域かとも思ったりしております。

それでは、本件について意見交換をしたいと思うのですけれども、この資料6-2を含めて、何か補足するところ等はございますか。

どうぞ。

○末吉委員 末吉でございます。

この「持続可能な消費」について、発言をさせていただきます。

持続可能な消費の普及を東京都として取り組んでいく場合に、まず全体像ですとか具体的なビジョンをつくるのが非常に重要ではないかと思っています。そのビジョンを実現するための道筋となる戦略または具体的なアクションプランとなる戦術を組み立てていくことが、まず最初のことではないかと感じているのですけれども、ミッションは明確ですね。「持続可能な消費の普及」ということですが、これは裏を返せば「持続可能な消費の普及」が実現しないとスピードが遅れる、東京都が取り組んでいかななくてはそういったことが実現しないスピードが遅れるというくらいの意識を持って進めていく必要があると感じています。

ビジョンは、我々が実現したい未来の状態のことを指しますが、これはできるだけ具体的なイメージでつくる必要があると思ひまして、ミッションにある「持続可能な消費」が普及している状態が一体どういう状態なのかということを確認する必要があると思ひます。

例えば、2020年の東京オリンピック・パラリンピックの後に、東京都民のフェアトレード認知度が100%になっているですとか、もしくは東京都がフェアトレードシティ

になっているとか、あとは東京都民の全員が年間消費額の3割を「持続可能な消費」で賄っているですとか、もしくは東京都のコンビニ全店舗でフェアトレードとかエシカルにまつわるような商品が100品目以上並んでいるとか、東京都にある企業が持っている工場を全部開示して消費者が見学に行けるようになっていたりとか、それぐらい具体的でイメージしやすいビジョンをつくる必要があるのではないかと感じています。

このビジョンをどうやったら効率的に実現しているかという視点からいけば、例えば数ある社会課題、環境問題、人権問題、復興支援、地産地消、障害者の雇用などを促進し得る消費活動の中から何を重点事項として選ぶのか、もしくは全部を平均的にやるのか、もしくは対象とする消費者は誰なのか、アプローチとして消費者を変えるのか企業に働きかけるのかもしくは法律を整備するのか、それとも合わせわざで全てやっていくのか、合わせていくのならいつのタイミングで何と何から始めていったらいいのかというような事柄を決めて、効率的にビジョンを実現していく、普及を行うということが大事であるかと。

具体的なアクションプラン、戦術については、いつ、誰と、何を、どうやって行うかのプランだと思うのですが、例えばイベント、講演会、キャンペーン、法の整備、アクションの結果もたらされる成果を具体的にイメージしながら、そういったアクションプランに落とし込んでいく必要があると思います。

今までやってこられたような講座とか、もしくは教育の中での授業というのはもちろん大前提にあるのですが、それ以外にいろいろなアクションプランが考えられると思います。東京オリンピック・パラリンピックを契機とするのであれば、最低でもロンドンオリンピックで実現したことを上回るようなアクションを行えるように、東京オリンピック・パラリンピック大会の委員会に働きかけていくですとか、委員会が定めた持続可能な調達コードがありますけれども、これに基づいてどんなことを行うのか、報道関係者などに発表してニュースで取り上げてもらうようなアクションを委員会と共同しながら進めていくということも考えられると思います。

それと連動した形で、一般消費者向けのイベントですとか講演会などをオリンピック・パラリンピックの前後に行う。特にオリンピックの後というのは影響力のある選手に協力してもらおうということもすごく重要だと思うので、オリンピック期間中に選手が選手村の中などでフェアトレードがいいな、エシカルがいいな、オーガニックがいいな、環境インパクトを抑えることはいいなと思えるような仕掛けを、我々も考えていく。私が活動してきている中でやはりエシカルは若い世代に非常に受け入れられている、親和

性が高い価値観であると思いますので、エシカル消費に興味を持っている若い世代と東京オリンピック・パラリンピックをどうやって結びつけていくかというのがポイントになるのではないかと思います。

以上です。

○越山部会長 非常にたくさん、いい具体的なお話があって参考になりました。できたら何かおまとめいただいて御提示してもいいのかなと思ったりするくらい充実した非常にいい御意見だと思います。

その御意見だとか方法論みたいなものを、意見だけにとどまらないで東京都の政策の中にしっかりと組み込んでいくということが我々に託された課題でもありますので、それをどのような形で進めていくのかということも、ぜひ今後いろいろ御提案いただければと思ったりしております。

今、御意見をいただきましたけれども、本件については、まだいろいろな角度から皆様お考えの件もあろうかと思いますので、御意見等賜ればと思います。

いかがでしょうか。どうぞ御遠慮なく。

お願いします。

○丸山委員 まとまった発言はできないのですが、「持続可能な消費」はとても重要でありつつ、その概念がやや抽象化になりかねず、どういう切り口で今後のステップを踏めばいいかわかりにくいところもあるのではないかと私は危惧しております。

そういう中で、似た概念として、これは消費者向けではなくて企業の活動ということですが、企業の社会的責任、CSRのようなものの切り口が、もしかすると「持続可能な消費」ということを考える上での何か参考になるかという印象を持ちました。

○越山部会長 今お話がありましたCSRは、企業経営の中心におくべき問題として国際的にも取組が非常に活発に行われたこともあって、どのように企業の意識改革につながっていくのかとか、国際的なレベルでどれくらい進むのかとか、非常に注目していたところでもあります。

そういう大きな流れが幾つか来ているところもあり、今のような御指摘のように、何かわかりやすいところからでも入っていける方向性も重要なのかなという気がします。

ほかに、何かございますでしょうか。どうぞ御遠慮なく。

お願いします。

○小林委員 資料にも記載がありますが、2020年のオリパラと連携していくというお

話があったのですけれども、ロンドンのときにやりましたC o m p e t e F o r（コンピート・フォー）のような形で東京都さんのほうで世界発信プロジェクトの受発注サイトを既に開設していると思います。このサイトと連携しているものがあるのだったら、このエシカル消費みたいな部分のところというのは、かなり連携できるのではないかと思います。何か進展がありましたら教えていただければと思うのです。

よろしく願いいたします。

○越山部会長 それに詳しい人は来ておられますか。

○企画調整課長 直接ではないのですけれども、その情報はこちらでもいろいろ情報収集したいと思います。

補足になりますけれども、東京都では生活文化局だけではなくて、やはりこの切り口から取り組んでいる部局はいろいろありまして、例えばですけれども、環境局などは28年3月に環境基本計画の中で資源循環や生物多様性の問題も取り組むようなことも記載されております。

また、同じ時期に出しております東京都資源循環・廃棄物処理計画という計画の中でも、やはり同じような問題意識を持って取り組んでいるような面もございますので、それをどのように消費者と結びつけていくかとか、環境だけではなくて、いろいろなもう少し幅の広いところが「持続可能な消費」ということになりますので、オリンピックの組織委員会などの検討状況等も、情報収集をしていきたいと思っております。

○小林委員 商工会議所等の経済団体では、受発注サイトについて、事業者でこういう持続可能なものをつくっていきますというような話もできると思います。かなり貢献的な、先ほど他の委員の先生方がおっしゃったようなCSRの部分も考慮したものもできると思いますので、ぜひ連携して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。

○柿野委員 3点ほど発言させていただきます。

先ほど末吉委員がおっしゃったビジョンを持って、しっかりと戦略的に進めていくという意見は大賛成です。そこのお話の中にもありましたフェアトレードタウンへの動きに注目したいと思います。今年のリオオリンピックの最中にリオデジャネイロがフェアトレードタウンとして認定されていますので、東京はどうなのだ、というところにも今後当然関心は集まってくると思います。

フェアトレードタウンは、今、世界で千幾つありましたか。

○末吉委員 1, 800以上です。

○柿野委員 1, 800以上ある。国内だと、熊本、名古屋、逗子ですね。

国内でも、そういった動きが広がっている訳です。これは、フェアトレード商品を買うということの意味はわかったけれども、それを買える場所がないという状況のときに、フェアトレードが変えるようなお店をふやしていこうという運動です。イギリスのガースタンという小さな村から発祥した運動なのですが、世田谷区でも動きだしていると聞いています。そういった動きと連動しながら、東京都もオリンピック・パラリンピックまでには、フェアトレードタウンを目指して欲しいと思います。

もう一点が、今月初めに韓国のソウル市に行ったのですけれども、ソウル市庁舎の地下1階に、おしゃれなフェアトレードショップがありました。先ほど末吉委員も若者との連動をというご指摘がありましたが、やはりそこが暗くじめじめした感じというよりは、明るくファッションブルなおしゃれな感じというところで、若者などとも連動していく発信の拠点として、例えば都庁の中にそういうお店があつて素敵なフェアトレード商品が買えたら良いと思います。ぜひご検討いただければと思います。また、区市町村の役場の一角にも、おしゃれで素敵なお店があつたらいいなと思います。

3点目ですが、私はこの問題は、持続可能な消費であるとか、倫理的（エシカル）消費といった言葉は新しいのですが、これまで消費者団体の方々が地道に活動してこられた内容そのものではないか、と思うのです。実際には東京都の消費者団体のグリーンコンシューマーの活動は大変素晴らしいと思います。これまでの活動を再評価し、活動をさらに応援していく方向性も忘れずに進めていくべきではないかと思います。

以上です。

○越山部会長 そうですね。非常にいい御指摘ですね。

ポスターやキャンペーンによる啓発も重要ですが、貼っておけばいいよとかどこそこに行けば情報があるよというだけではなくて、実際に公共機関等で、こんなにおしゃれな商品もあるのだとか、こんなに安くていい商品もあるのだとか、手にとって触りながら自分で消費行動につながるような機会をどんどんふやして行って知ってもらうことも確かに重要ですね。

非常に具体的ないいお話がありました。

ほかには、何かございますでしょうか。どうぞ御遠慮なく。

私は、大変不勉強でよくわからないのですけれども、この「東京都の普及すべき『持続

可能な消費』の中には、地球温暖化や天然資源の減少などいろいろ大きなテーマがありますが、これらを全部、完全に理解または実践につなげるのは容易ではないところがあると思います。これらの漢字の文字を見ただけで、非常に難しくて本当に可能なのかとちょっとおじけづいたりもしそうです。実際にはこれらが総合的にというか、それぞれの商品だとか製品または製造工程等の流れの中で、最も適切な情報をうまく消費者に伝えながらというようなものにつながるのかなという気はします。しかし、ここに書いてある幾つかのテーマについて、これが一般的にいう「持続可能な消費」の代名詞というか、これだけ注意しておけばいいよと言えるような内容になっているのでしょうか。もっと、足りないとか、総合的にやらなくてもできるところからやっていきたいと思いますという発想でもいいのか、そのあたりが余りにも大きなテーマにぶつかってしまったのでよくわからないので、もしこの柱の立て方なりについて、何か御意見とか御専門のコメントとかいただければ幸いですけれども、いかがでしょうか。

○末吉委員 確かに持続可能なエシカルな消費というのは、今ここに掲げられているような社会課題を全て包括するような消費の形でありまして、一つやれば全てこういった課題が改善されていくかといったらそうではありません。認証ラベルを持った商品はエシカルと言えますが、認証ラベルがなく、それがエシカルな生産過程を経て私たちのもとに届いているというものもあります。これではまだわかりにくいということで、私たちは活動している中でも、どうやったらそれをもう少しわかりやすく消費者の方に伝えられるかということが課題となっています。ですので、それはぜひまたこの場でも、皆様の御意見をいただきながら考えていきたいと思っています。

東京都として、やはりどこを中心にやっていきたいかという課題、取組をもう少しだけ具体的に決めていくという必要があるとは感じます。ただ、まだ始まりですので、まず重要なのは、東京都がこういったことに取り組んでいく、普及するという中で、先ほども申し上げましたけれども、具体的なビジョンを掲げて、それが消費者にまずは伝わるように、東京都はこういうことをやっていきたいのだということが東京都民にわかってもらえるような進め方でやっていくべきではないかと思います。

○越山部会長 急に御意見を求めてすみませんでした。

先ほどの資料6-1の「ライフステージ別消費者教育取組状況図」の2つ目の箱の「消費者市民社会の構築」の中に「持続可能な消費の実践」という区分があるのですけれども、現時点の取組状況図の中では、エシカルという言葉もそうですし、持続可能な消費活動に



つながるような教育は、どの段階でそれぞれに対してどう働きかけるべきかというようなことがちょっと見えない部分がありますね。この部分を、現在のお考えでも結構なのですが、例えばこのあたりはどう重点的に活動すべきなのかという、もしそういうコメントがございましたらお願いします。

○末吉委員 たびたび私が発言してしまっていて申しわけないのですが、例えば、小学生期の時期にも「持続可能な消費」のことを教えるのはとても重要でして、私は先日鳥取県で「子どもエシカルラボ」という講座を夏休みの間に授業を持たせてやらせていただいたのです。小学校4年生から6年生までの子供たちが、エシカル消費とは何かということ座学で学んだ後に、実際に鳥取県の企業とか工場とかスーパーなどを訪ねて、物が自分たちのところに来るまでにどうやってつくられてどんなふうに来るのだろうということを知るような授業をやったのです。これは非常に効果的だったと報告を受けておりまして、実際に子供たちにエシカル消費がどのようなものかわかったかと授業の後に聞いたら、すごくよくわかったと言ってくれたのです。これは、自分のお父さんやお母さんにも、きょう家に帰ったら説明したいとみんな言ってくれました。

本当に小学生期からエシカル消費、自分たちが将来大人になったときに使うお金がどういふところに行くかということ、自分たちの頭でしっかりと考えなくてはいけないのだということ、この時期から学ぶ必要があると思います。

もちろん中学生もそうだと思いますし、高校から大学にかけては、試験の中にフェアトレードというテーマも出てくるそうですし、教科書にもフェアトレードのことが載っています。

今後2020年に向けて恐らく授業の形態が変わると、今、聞いていて、「公共」という授業ができると。その中にフェアトレードだけではなくエシカルという概念を入れていけたらという話も聞いておりますけれども、この全ての段階においてそれぞれの視点で教えていくということは、とても重要であると思います。

○越山部会長 ありがとうございます。

ほかに、何かございますでしょうか。

お願いします。

○柿野委員 今の「ライフステージ別消費者教育取組状況図」の話なのですが、やはり消費者市民社会の構築という大きな枠の中がもう少し充実してくるといいのかなと私は思っていたのです。ここの部分の内容というのが、環境教育ですとか食育ですとか、

これまで行われている既存のいろいろな教育課題とのリンクが多くて、今、もう既にされている可能性もあると思うのです。エコ、地産地消の話ですとか、さまざまなことをされていて、それを「持続可能な消費」という観点から一度振り返ってみませんかというような学校への働きかけであったり、先ほど学校への消費者教育の充実というような観点で申し上げた先生方への研修の機会などで、そういったところを一度整理しながら進めていくということが、非常にいいのではないかと思います。

実際にこういったところを、文部科学省が消費者教育に関するもので指導者向けの手引書というものも、昨年度末初めて出しています。そういった中でも社会科、家庭科という消費者教育を扱う既存の教科でどう取り組んでいくか、という取り上げ方の他に、それ以外の教科での取組についても例示しています。

例えば中学校の英語の教科書の中には、フェアトレードの題材が使われているものもあります。それをただ読み解くだけでなく、自分の問題として考えていくと消費者教育になる、という方向性を文科省の手引書で示しているのです。いろいろな教科の中でそういった取組ができるということを、先生方に見直していただくような機会があったら、「持続可能な消費」が学校に普及するのではないかと思います。

○越山部会長　そうですね。

ほかに、なにかございますでしょうか。

ここでは、今後の5年間の消費者基本計画の新しいものを立てていく上での基本的な方針としてここでの議論があります。実際にこの方針の部分は、きょうの資料6-2の東京都が普及すべく云々という箇所がございますけれども、ここを最終的には先ほどの資料のように3-1何々、3-2何々、3-3何々というように具体的な方策や方法論みたいなものを書いていかないと、5年間の基本計画になりません。言葉だけではなくてそれぞれどういう分野でどういう活動を進めていくかということが見えるようにするということが、今後必要な作業になります。

残念ながら、何度もこの議論ができるわけではございません。今後、できるだけ効率的に本件についていろいろなところでさらに御意見をお伺いするとか、いろいろな御提案をいただくとかしながらまとめていくことになります。

ほかは、よろしいでしょうか。

ちょっと早いのですがけれども、何か本件についてもう少し具体的な御意見だとか、こういう方向性の御指摘が欲しいとかはございますか。

○企画調整課長 私どももこの新しい概念の持続可能な消費は初めてのテーマでございますし、先ほど御意見があったように、個別には、例えば地産地消や食育に関する事業は産業労働局が取組んでいるなど、庁内でかなりいろいろ取組はありますので、そういったところをもう一度整理しながら、消費者にどうやってそういうようなところを芽生えさせていくかということが、今後の取組になっていくと思いますので、また整理をいたしまして御相談をさせていただければと思っております。

○越山部会長 わかりました。

本件に対しては、こういう側面からも柱を立てておいてということが、もし最後にございましたらお願いします。

よろしいですか。

それでは、3つの大きなテーマについていろいろな御意見をいただいて、大変ありがとうございました。

3回の部会を通じて、現状に対する基本認識や5つの政策への柱について議論してきました。野澤部会長にも事前に御了解いただいておりますが、次回の部会はこれまでの議論を踏まえて中間のまとめ案について議論したいと思っておりますけれども、そのような進め方でよろしいでしょうか。

もっと議論したいところが多分おありになろうと思います。私もそうなのですが、この5カ年の基本計画の中には具体的に何をどうやっていこうかを書けない部分があるところがあります。しかし、あのときに何でもう少し具体的な政策について提案しておかなかったのかというようにならないよう、具体的な数値目標みたいなものを立ててとか、明確でわかりやすいような計画にすべきという御意見もあるのかもしれませんが、けれども、本件に関しては、きょうここまで御意見をいただいたそれぞれのテーマの中間まとめ案を事務局で作成して、一旦それで方向性を見ていただければという議論になるということになります。

そのような進め方でよろしいでしょうか。

(首肯する委員あり)

○越山部会長 ありがとうございます。

それでは、次回の部会については、中間のまとめ案について議論したいと思います。

最後に事務局から、何かございましたらお願いいたします。

○企画調整課長 ただいまお話がありましたように、次回についてでございますけれども、

次回も検討部会と消費者教育推進協議会との合同部会といたしまして、10月19日水曜日の13時30分から都庁内の会議室で開催する予定にしております。皆様方には改めて開催通知をお送りさせていただきますので、よろしくお願いいたします。

また、フラットファイルの参考資料等につきましては、前回同様でございますが、お持ち帰りなされる場合にはお手数ですが次回の部会開催時にお持ちいただければと思います。

以上です。

○越山部会長 ありがとうございます。

これでおしまいなのですが、きょう3件のテーマについていろいろお話、御意見等賜りましたけれども、全体を通してでもいいですし今後の計画の進め方についてでも結構なのだけれども、どうしても総括的に何か御意見とかございましたらお伺いできればと思うのですが、よろしいですか。

それでは、これをもちまして第3回検討部会及び第2回東京都消費者教育推進協議会の合同部会を閉会させていただければと思います。

どうも御協力ありがとうございました。

午後3時13分閉会