

第 2 8 次東京都消費生活対策審議会

第 1 回総会

令和 6 年 8 月 2 2 日（木）

集合・オンライン併用

(午後 3 時 3 2 分 開会)

○消費生活部長 それでは、お時間になりましたので、始めさせていただきます。

都庁会議室の皆様、また、オンラインで御参加の皆様、本日はお忙しい中、御出席をいただきまして誠にありがとうございます。

本審議会の事務局を担当しております、東京都生活文化スポーツ局消費生活部長の片岡でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

初めに、私から、一言御挨拶を申し上げたいと存じます。

委員・専門員の皆様におかれましては、第 28 次東京都消費生活対策審議会委員・専門員に御就任いただきまして、誠にありがとうございます。

今年度は、令和 5 年度から令和 9 年度までの 5 年間を計画期間といたします、東京都消費生活基本計画の 2 年目になります。

本日の総会では、昨年度の取組の主な実績や、今年度の取組予定を御報告させていただくとともに、現基本計画策定後の消費社会の動向・趨勢等を踏まえまして、次期計画改定を見据えた取組についても御説明させていただきます。

引き続き、都民の消費生活の安全・安心を確保する施策を着実に推進してまいりますとともに、都民一人一人に日々の消費行動を通じて、より豊かな消費生活の形成に参画していただけるような取組を検討、実施してまいります。

委員の皆様には、幅広い視点から御意見、御提案を頂戴したいと考えております。

東京都の消費生活に関する政策を推進していく上で、委員の皆様のお力添えを心からお願い申し上げまして、甚だ簡単ではございますが、私からの御挨拶とさせていただきます。本日はどうぞよろしくお願いいたします。

では、次に、事務局より本日の出席状況と定足数の確認をお願いします。

○企画調整課長 本日の出席状況について御報告させていただきます。ただいま御出席いただいております委員の方は 21 名、委任状を御提出いただいた委員が 2 名でございます。

東京都消費生活対策審議会運営要綱第 6 に定めます、委員総数の半数以上の出席という総会開催に必要な定足数に達しておりますことを御報告申し上げます。

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等に掲載し、公表させていただきますことを御了承願います。

○消費生活部長 それでは、ただいまから第 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、どうぞよろしくお願い申し上げます。

資料の確認をさせていただきます。

○企画調整課長 会場の皆様は、お手元のタブレットから御覧ください。

最初に次第がございます。続けて、資料 1 委員、専門員名簿、資料 2 幹事・書記名簿、資料 3 東京都消費者教育推進協議会名簿（案）、資料 4 東京都消費生活基本計画令和 5 年度の主な実績、資料 5 東京都消費生活基本計画令和 6 年度の取組予定、資料 6

多摩消費生活センターの機能強化について、資料7 令和6年度都の消費生活行政における取組について、以上でございます。

その他、参考資料といたしまして、「東京都消費生活基本計画」具体的施策取組状況調査票、「東京都消費生活基本計画」。こちらは机上配付でございます。

資料の確認は以上でございます。不足等がございましたら、お知らせください。

○消費生活部長 よろしいでしょうか。

続きまして、委員及び専門員の方々を御紹介申し上げます。

○企画調整課長 「資料1 委員・専門員名簿」を御覧ください。

皆様におかれましては、お名前をお呼びいたしますので、呼ばれましたら、マイクをオンにしてお話いただき、御紹介が終わりましたら、再びマイクはオフにさせていただきますようお願いいたします。

名簿順にお呼び申し上げます。

ファッション・ジャーナリスト、一般社団法人日本エシカル推進協議会会長、生駒芳子委員。

○生駒委員 生駒芳子と申します。どうぞよろしくお願いいたします。

○企画調整課長 東京大学大学院法学政治学研究科教授、沖野眞巳委員は欠席でございます。

東京家政学院大学現代生活学部教授、小野由美子委員。

○小野委員 小野でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

○企画調整課長 慶應義塾大学大学院法務研究科教授、鹿野菜穂子委員。

○鹿野委員 鹿野と申します。どうぞよろしくお願いいたします。

○企画調整課長 山梨大学大学院総合研究部教育学域教授、山梨大学教育学部附属小学校校長、神山久美委員。

○神山委員 神山でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

○企画調整課長 明治大学法学部専任教授、川地宏行委員。

○川地委員 川地でございます。よろしくお願いします。

○企画調整課長 国立研究開発法人産業技術総合研究所主任研究員、北村光司委員は御欠席でございます。

東京都公立高等学校長協会副会長、造作聡美委員。

○造作委員 造作でございます。よろしくお願いいたします。

○企画調整課長 明治学院大学法学部消費情報環境法学科教授、角田真理子委員。

○角田委員 角田でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

○企画調整課長 弁護士、平澤慎一委員。

○平澤委員 平澤です。よろしくお願いします。

○企画調整課長 弁護士、藤田裕委員。

○藤田委員 藤田裕といいます。今回初めて参加させていただきます。よろしくお願いし

ます。

○企画調整課長 一般財団法人東京私立中学高等学校協会総務部長、松谷茂委員。

○松谷委員 松谷でございます。よろしくお願いいたします。

○企画調整課長 主婦連合会副会長、柿本章子委員。

○柿本委員 柿本と申します。本日はどうぞよろしくお願いいたします。

○企画調整課長 東京消費者団体連絡センター事務局長、小浦道子委員。

○小浦委員 小浦でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

○企画調整課長 特定非営利活動法人東京都地域婦人団体連盟理事、高須光代委員。

○高須委員 高須でございます。今年初めて参加させていただきます。どうぞよろしくお願いいたします。

○企画調整課長 公益社団法人全国消費生活相談員協会専務理事、坪田郁子委員。

○坪田委員 坪田でございます。よろしくお願いいたします。

○企画調整課長 公益社団法人消費者関連専門家会議専務理事、齊木茂人委員。

○齊木委員 齊木でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

○企画調整課長 東京商工会議所理事・事務局長、湊元良明委員。

○湊元委員 湊元でございます。よろしくお願いいたします。

○企画調整課長 一般社団法人E Cネットワーク理事、原田由里委員。

○原田委員 原田由里でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

○企画調整課長 日本チェーンストア協会専務理事、牧野剛委員。

○牧野委員 牧野でございます。よろしくお願いいたします。

○企画調整課長 東京都議会議員 鈴木純委員。

○鈴木委員 はい。よろしくお願いいたします。

○企画調整課長 東京都議会議員 平けいしょう委員。

○平委員 平です。よろしくお願いいたします。

○企画調整課長 東京都議会議員 大松あきら委員。

○大松委員 大松でございます。よろしくお願いいたします。

○企画調整課長 原純子委員は遅れてオンライン参加ということでございます。東京都議会議員、宮瀬英治委員。

○宮瀬委員 はい。よろしくお願いいたします。

○企画調整課長 東京都金融広報委員会事務局長、岡崎竜子専門員。

○岡崎専門員 岡崎です。よろしくお願いいたします。

○企画調整課長 東京都民生児童委員連合会常任協議員、藤沢行男専門員。

藤沢専門員は後ほどまた改めてご紹介させていただこうと思います。

公益財団法人東京都私学財団事務局長、山根勉専門員。

○山根専門員 山根でございます。よろしくお願いいたします。

○企画調整課長 皆様、ありがとうございます。

以上です。

○企画調整課長　なお、第２８次審議会の幹事・書記につきましては、資料２、幹事・書記名簿の配付をもって、紹介に替えさせていただきます。

○消費生活部長　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。

○坪田委員　審議会委員として長年の御経験があり、前期の会長もお務めいただきました、鹿野委員が適任と考えます。

○消費生活部長　坪田委員、ありがとうございました。

ただいま坪田委員から、鹿野委員を会長にとの推薦がございました。いかがでしょうか。

○委員　賛同いたします。

○消費生活部長　はい。ありがとうございます。鹿野委員が会長に選出されました。

鹿野会長、どうぞよろしくお願い申し上げます。会長席に御移動ください。

会長から御挨拶をいただきたく、お願い申し上げます。

○鹿野会長　ありがとうございます。会長就任に当たりまして、一言御挨拶をさせていただきたいと思います。

御存じのとおり、デジタル化や高齢化の進展等を背景にして、東京都においても、消費生活をめぐる新たな問題が山積しております。

そのような課題に対して消費者の利益保護という観点から、東京都が積極的に政策を推進するということが大変重要であると認識しております。そのためにも委員の皆様には今期も活発な御意見をいただきたいと思います。

皆様の御協力をいただき、会議を円滑に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い申し上げます。

○消費生活部長　ありがとうございます。

それでは、この後の進行は会長をお願いいたします。

○鹿野会長　それでは、議題について皆様に御議論いただく前に、第２８次消費生活対策審議会の会長代理を指名させていただきたいと思います。

審議会運営要綱第４の３に、会長に事故があるときは、あらかじめ会長の指名する委員がその職務を代理すると定められております。

私としては、第２７次の審議会において部会長をお務めいただきました平澤委員に、会長代理をお願いしたいと思っておりますが、よろしいでしょうか。

○平澤委員　はい、承知いたしました。

○鹿野会長　ありがとうございます。

それでは、平澤委員、会長代理席がこちらに用意されておりますので、こちらに御移動をお願いいたします。

それでは、平澤会長代理から、一言御挨拶を頂戴したいと思います。よろしくお願いい

たします。

○平澤会長代理 今、会長代理に指名されました弁護士の平澤です。よろしくお願いします。

この審議会で消費者問題についてのいろいろな意見を交わして、東京都の施策に反映させていけるかということかと思っています。リアル参加が半分以上ぐらいですので、直接お話もできますし、WEBでも参加していただいて、議論ができればいいかと思っています。円滑な審議が図れるように、会長ともども頑張りますので委員の皆様に御協力いただきたいと思っています。よろしくお願いします。

○鹿野会長 ありがとうございます。

続きまして、前回第27次の審議会でも設置しておりました「東京都消費者教育推進協議会」の設置について、お諮りします。消費者教育推進法に基づく、消費者教育推進地域協議会として、引き続き本審議会に設置したいと思いますが、御賛同いただけますでしょうか。

ありがとうございます。

それでは、御賛同いただきましたので、次に、協議会で審議をお願いする委員及び部会長の選任をいたしたいと思います。

委員及び部会長につきましては、審議会運営要綱第7の1項及び2項により、会長が指名することになっております。

事務局から、先ほど資料の御案内がありましたが、その資料3に、東京都消費者教育推進協議会委員名簿（案）がございます。そこで、そちらについて改めて読み上げをお願いしたいと思います。

○企画調整課長 生駒芳子委員、小野由美子委員、神山久美委員、坪田郁子委員、湊元良明委員、平澤慎一委員、岡崎竜子専門員、藤沢行男専門員、山根勉専門員、以上でございます。

○鹿野会長 ありがとうございます。

こちらの（案）のとおり、指名させていただきたいと思いますが、よろしいでしょうか。

御賛同ありがとうございます。

それでは、先生方にはよろしくお願いいたします。

次に、部会長でございますが、従来から都が進めるべき消費者教育に関する審議に御尽力いただいてきました平澤委員に、第27次から引き続き部会長をお願いしたいと考えております。よろしいでしょうか。

平澤委員、御承諾いただけますでしょうか。

○平澤会長代理 はい。

○鹿野会長 ありがとうございます。

それでは、平澤委員、よろしくお願いいたします。

改めまして、ただいまから議題の審議に入りたいと思います。本日は議題が三つございます。

第１は、東京都消費生活基本計画の進捗状況等についてでございます。

続きまして、第２は、第２７次答申「多摩消費生活センター機能強化」に基づく取組状況についてでございます。

そして、第３は、令和６年度 都の消費生活行政における取組についてでございます。

それでは、早速ですが、まず、議題（１）について、事務局から説明をしていただき、意見交換を行いたいと思います。

それでは、事務局からお願いします。

○企画調整課長 議題（１）は資料４及び資料５に基づき、一括して説明させていただきますので、恐れ入りますが、１５分程度お時間をいただきたく、お願いをいたします。

資料４を御覧ください。現行計画に基づく令和５年度の主な取組実績をまとめた資料です。

資料は計画を体系的に推進していくために設定した五つの政策分野ごとにまとめています。計画の政策分野については、机上に置かせていただいた基本計画の３３ページに記載がございますので、御参照ください。

はじめに、政策１、消費者被害の未然防止と拡大防止に関する実績概要です。

都民への情報発信の基本ツールの一つである「東京くらしWEB」では、消費者被害情報や消費生活相談FAQなど、総合的な消費生活情報を提供しています。X（旧Twitter）などのSNSでも、最新の注意喚起情報などを発信しています。

また、例えばマッチングアプリをきっかけとした消費者被害や、いわゆる悪質ホストクラブ等での高額請求など、社会情勢変化の中で、我が国の消費者トラブルについても機動的に注意喚起を実施しました。

さらに学生向けメルマガの配信、世代別などターゲットを絞った集中的な悪質商法被害防止キャンペーンの実施など、対象となる消費者に応じて、内容や手法を工夫し、より届きやすい注意喚起や情報発信を行いました。

次に、先ほどの資料で触れましたが、社会情勢、話題性を捉えた有用性の高い情報発信の一例をご紹介します。動画やチラシを作成するとともに、様々な媒体機会を通じて注意喚起を行いました。

こちらは資料４①－参考１は、マッチングアプリをきっかけとした消費者被害への注意喚起の動画とチラシ。

次のページの参考２は、悪質ホストクラブ等での高額な請求等に関するトラブルへの注意喚起のチラシです。

次に、高齢者の見守りによる消費者被害の防止と早期発見についてです。次のページの資料になります。

こちらの政策１、消費者被害の未然防止と拡大防止に関するものとなります。区市町村

において、介護事業者など、高齢者福祉部門を中心に構築されているネットワークに消費者被害防止の視点を取り入れて機能するよう、都がチェックシートの作成、活用の促進やアウトリーチなどを行い、高齢者の消費者被害防止のための区市町村の取組を支援してきました。

資料の上部に記載がございますとおり、これまでの取組の結果、令和５年度末までに、全ての区市町村で消費生活部門と福祉部門が具体的な連携体制を確保するなどの見守りネットワークが構築されました。

都内の消費生活センターに寄せられる相談のうち、約３割が高齢者の消費者被害であることや、高齢化社会の進展を踏まえ、今後は消費者安全法に基づく消費者安全確保地域協議会の設置促進に向けて、区市町村の支援を継続してまいります。

次に、政策２、不適正な取引行為等の排除と健全な市場の形成に関する取組実績です。悪質事業者に対する取り締まりとして、令和５年度は、消費者宅を訪問し、貴金属等を強引に買い取る訪問購入事業者や、瓦が壊れていると嘘を告げて、屋根工事等を勧誘する住宅リフォーム事業者等に対して業務停止命令を行うなど、不適正な取引行為に対し、迅速な処分、指導を行いました。

また、悪質事業者通報サイトをホームページ上に開設し、都民からの通報を基に、処分、指導及び注意喚起を行いました。通報に基づく処分、指導等の件数は、スライド右下に記載のとおりとなりました。

政策２に対する取組として、資料上部、インターネット広告の監視についてです。インターネット通信販売では消費者が入手できる情報がインターネット上の情報に限定され、表示内容によっては誤認を招きやすい傾向があります。そのため、これまでもインターネット上の広告、表示についての監視を行い、景品表示法に違反するおそれがある広告、表示について事業者への指導を行ってきました。

令和５年度は、年間１万６，０００件の広告監視を行い、１５６件の指導を行いました。令和５年７月には、東京デジタルＣＡＴＳの取組として、ＳＮＳ等に表示される不当なインターネット上の広告への対応力を強化するため、高い専門性を備えた助言員チームを導入するとともに、事業者、都民への情報発信なども実施しています。

資料下部には、事業者向けコンプライアンス講習会の実施状況を記載しております。法令・違反事例等の解説、業界団体の参考事例など、事業者の法令遵守意識を高めるための講習会でありまして、ＷＥＢ配信で実施をいたしました。

政策３、消費生活の安全・安心の確保に関する取組実績で、商品・サービスの利用に伴う被害、危険を防止するため、相談情報やアンケート等から情報を収集し、調査、分析を行っています。

調査、分析の結果については、本人への注意喚起など、情報提供を行うとともに、必要がある場合には、事業者に対する措置を取るほか、国への提案要求を行っています。

令和５年度の取組の一例ですが、カセットこんろの安全性に関する調査を行い、調査結

果を国や事業者に情報提供するとともに、動画等を作成して、消費者に注意喚起を行いました。

また、商品等による被害の防止を目的として、消費者団体、事業者団体、学識経験者が安全について協議し、都民の安全な消費生活の確保を図ることを目的とした商品等安全対策協議会、こちらの協議会では自転車用ヘルメットの着用と安全な使用をテーマに協議し、その提言を受けて、情報提供や注意喚起等を行いました。

政策４、消費者教育の推進と持続可能な商品の普及に関する取組実績です。令和４年度の成年年齢の引下げへの対応に力を入れて事業を実施しています。

この資料は、学校における消費者教育の推進についてまとめています。消費生活部門と学校教育部門のより強固な連携を構築し、学校現場に消費者教育を普及させるため、消費生活総合センターでは、令和２年度に高等学校担当、令和４年度に中学校担当の消費者教育コーディネーターを配置し、令和５年度からは特別支援学校等でもコーディネートを推進しています。

こちらは、若者向けの消費者被害防止啓発事業の取組実績です。令和５年度も若者が被害に遭いやすい消費者トラブルをテーマにして、ＣＭシナリオ、動画を公募しました。優秀賞に選ばれた作品は映像化し、ホームページやＹｏｕＴｕｂｅでの公開、街頭ビジョンでの放映、関連イベントの実施なども行いました。応募総数は７，０７９件となりました。都内の公立、私立の高等学校に働きかけを行い、家庭科や社会科の授業に取り入れてもらったことなど、消費者教育コーディネーターの地道な活動もあり、生徒たちからの活発な応募につながったと考えております。

消費者教育の一環として、若者に限らず、全ての世代を対象に実施した各種講座や出前寄席の実施状況です。こちらも政策４の取組となります。

講座の種別としては、身近で話題性のある例を取り上げ、参加者が講座や実験を通じて、消費者問題について知識を得る啓発講座や、消費者問題について体系的に学ぶことにより、地域や職場などで消費者教育の推進について、中心的な役割を果たすことができる人材を育成する消費者問題マスター講座など、複数の講座種別で実施をしています。

令和５年度の各講座別の回数及び受講者数は、資料に記載のとおりとなっております。

政策４に位置づけています、消費者教育教材の作成です。成年年齢引下げに伴い、１８歳、１９歳の若者を狙った消費者被害の防止を目的にした若者向けの読本、高齢者に多い三つの契約トラブル事例を通して、消費者が自分自身でトラブルの原因に気づき、トラブルに遭わないポイントや、対応策を考える高齢者向けのＤＶＤを作成しています。

また、消費者団体との協働事業では、サステナブルな消費行動や、ライフスタイルへ人々の意識や関心が高まっていることを踏まえた内容で実施しました。

計量検定所では、取引や証明に使用され、一般消費者の日常生活でも広く使用されている計量器や、計量制度に関する普及啓発事業を実施しました。

政策４、消費者教育の推進と持続可能な消費の普及では、エシカル消費の理解の促進に

も力を入れています。人や社会、環境に配慮した消費行動であるエシカル消費の理念を広く都民に普及啓発するための取組を進めています。

令和4年度から企業、団体とネットワークを構築し、エシカル消費を日常にするための社会的ムーブメントを創出するプロジェクトであるT O K Y Oエシカルを立ち上げ、エシカル消費の実践につながる情報発信や、パートナー企業、団体との協働事業を実施しています。令和6年7月末時点で、約230の企業、団体が参画しています。

また、令和5年度には、イオンリテールと連携したT O K Y Oエシカルのロゴマーク入りマイバスケットの販売や、子供から大人まで楽しみながらエシカル消費を体験できるイベント、エシカルマルシェの開催、子供を対象としたワークショップなどを実施しました。

最後に、政策5、消費者被害の救済に関する実績です。相談件数の状況ですが、スライド上部の表のとおり、令和4年度に都内のセンターで受け付けた相談が合計で13万件を超え、令和5年度のほぼ同水準となります。

世代別に見ると、高齢者からの相談件数は約4万3,000件となり、増加傾向にあります。また、若者からの相談は約1万6,000件で、成年年齢が引き下げられた令和4年度と比較すると減少していますが、成年年齢引下げ前の令和3年度の相談件数を上回っています。

スライドに記載はありませんが、東京都消費生活総合センターでは、相談内容の複雑化、高度化に対応するため、10の専門分野グループによる相談対応や、弁護士、建築士などの専門家からの助言を得て、解決につなげる消費生活相談アドバイザーの活用を行っています。

相談を受けるに当たっては、通常の電話受付、来所受付のほか、若者への対応の強化策として、チャットボットサービスを導入したほか、心のケアが必要な相談者への対応強化等のため、精神保健福祉士による消費生活相談カウンセラーを活用しています。

また、外国人からの相談に対応するため三者間通話や、聴覚障害者など、電話による相談がしづらい方へのメール相談等の対応も行っています。

さらに相談受付状況に基づき、消費者に対する注意喚起を行うとともに、事故や製品不具合に関する相談に対し、原因究明テストなども実施をしています。

スライド下部に、消費者被害回復のための取組について記載しました。消費生活センターに寄せられた相談に基づき、都民の消費生活に著しい影響を及ぼし、または及ぼすおそれがある紛争について、東京都消費者被害救済委員会において、あっせんや調停を行うことで、速やかな解決を図っています。近年の消費者被害救済委員会における紛争解決の実績としては表のとおりとなっています。

資料4の説明は以上です。

引き続き、令和6年度の主な取組について、資料5に基づき説明します。

まず初めに、令和5年度の消費生活相談概要について、改めて説明します。令和5年度の都内の消費生活相談は約13万件で、中でも高齢者の割合が33.5%を占め、若者の

割合が12.6%となっています。

相談の特徴として、インターネット通販の相談件数は約3万6,000件で、全相談の27.8%を占め、美容医療の相談、医療脱毛の解約トラブルなどが増加しています。

また、害虫駆除サービス等の緊急時レスキュー関連の相談が増加傾向にあるほか、給湯器の交換に関する相談は激増し、屋根修理に関する相談が高止まりしている状況です。

都の消費生活総合センターの相談部門では、専門分野グループ体制を設けて、情報の分析や問題点の整理、検討を行っています。また、専門家の助言を受けて、相談業務の質のさらなる向上に努めています。引き続き、消費生活総合センターでは、センター・オブ・センターズとして、区市町村の消費生活センターを支援し、施策の一層の推進に取り組んで、令和6年度の相談概要にある状況を踏まえ、現計画の政策分野ごとに各種取組を進めてまいります。

次のページに移りまして、改めての御案内となりますが、基本計画に定めた五つの政策分野です。

令和6年度の消費生活相談状況に応じた消費者被害の防止や、商品安全対策等にしっかりと取り組んでまいります。

あわせて、現在の社会情勢を受けて実施する取組や、昨年度から既に工夫を加えるなどして実施する取組のうち、本資料上に下線を引きました取組について、次のページの5の資料で説明いたします。

政策1、消費者被害の未然防止と拡大防止に関する取組として、高齢者の相談割合が高い状況を踏まえた取組を着実に実施しつつ、昨年秋以降に、社会問題化している悪質ホストクラブ等による高額請求トラブル防止対策を実施します。悪質なホストクラブについては、高額な売掛金によるトラブルや、現在は様々な手口による被害が報告されています。

また、いわゆるコンセプトカフェと呼ばれる業態での高額請求被害も報道されるようになっていきます。

今年度は、注意喚起動画を作成し、歌舞伎町の街頭ビジョンでの放映や、ターゲティング広告を実施いたします。

政策4、消費者教育の推進と持続可能な消費の普及に関する取組のうち、消費者教育コーディネーターの活用促進についてです。

高等学校、中学校に続き、令和5年度から特別支援学校等でもコーディネートを推進していますが、コーディネートの推進では、様々な教育コンテンツを紹介するとともに、学校向けの出前講座の提案を実施しています。

また、今年度からは、大学等と連携した若者への消費者教育を強化するため、新たに大学等を対象とした消費者教育コーディネーターを配置し、大学等と連携した若者への消費者教育を強化していきます。

成年年齢である18歳を迎える高校生などの消費者被害防止のため、今年度もCMシナリオ・動画を公募し、優秀作品を動画化するコンテストイベントの実施をいたします。若

者に人気のあるタレントやインフルエンサーを活用するとともに、主要なテレビ局で放送するなど、プロモーションに力を入れて実施をいたします。

政策４のうち、持続可能な消費の普及に関連する取組として、引き続きエシカル消費の普及啓発事業を実施します。令和６年度もパートナー企業の連携強化を図り、カンファレンス、エシカル消費を体験するマルシェの開催や、中高生を対象としたワークショップ等を実施します。

スライド下部のスケジュールに記載のとおり、年間を通じた取組を展開するとともに、パートナー企業と都民が一斉集中的に啓発の取組を実施、情報発信することで、行動変容の機運を加速させます。

なお、基本計画の８３ページ以降に、庁内各局の取組を具体的施策として掲載してあります。これら各局の令和５年度の取組状況及び成果、令和６年度の取組予定を参考資料１にまとめてありますので、適宜御参照ください。

今後も都内消費生活センターで引き受けている相談状況を踏まえた対応を図るとともに、計画に位置づけている庁内各局の取組を推進するなど、消費者被害の防止や不適正な取引行為の排除とともに、製品事故の防止など、商品安全対策の着実な実施に向けて、引き続き都全体で取り組んでまいります。

議題（１）の説明は以上です。

○鹿野会長 御説明ありがとうございました。

それでは、ただいまの説明につきまして、御意見、御質問がありましたら御発言をお願いしたいと思います。議題が多くございますので、１６時半、あるいは３５分頃をめどに、次の議題に入りたいと思います。

時間の制約により御発言できなかった点などがありました場合には、最後に、時間がある限りでまたまとめてお願いしたいと考えておりますので、御協力をお願いします。

それから、オンラインで御参加の委員の皆様におかれましては、カメラをオフにさせていただいて結構でございます。ただし、御発言の希望がある場合には、挙手ボタンをオンにいただければ、私のほうで指名させていただきます。指名がありましたら、カメラとマイクをオンにして御発言をいただきたいと思います。よろしいでしょうか。

それでは、御質問、御意見等をお願いしたいと思います。いかがでしょうか。

原田委員、お願いします。

○原田委員 御説明ありがとうございました。

昨年度の御報告をいただきまして、ありがとうございます。資料４の④のところですが、東京デジタルＣＡＴＳというのを昨年設立いたしまして、それで、私もそのメンバーとして参加をさせていただいております。

このデジタルＣＡＴＳは非常に高度な任務を任されておりまして、この景品表示法に基づく措置命令に関しましても、非常に考え方がすごく斬新というか、先進的な考え方を取り入れて、思い切ったやり方をしたということで、非常に悪質なアフィリエイトにメスを

入れたということに関しましては、非常に評価、手前みそで申し訳ありませんけれども、非常に私は評価を、思っていたよりいいかもというふうに思っております。

特にこの措置が行われた通信販売事業者さんに関しましては、ちょうどタイムリー的に紅麴の問題で、機能性食品の問題が結構取り上げられていて、まさにそれが国に認められたということを平気で抜かしているような事業者で、そういった点では、非常に画期的な措置をしたかなというふうに思っております、本年度も続いておりますので、この広告に関しましては、引き続き不適正な取引行為、これについては引き続き取り締まっていただきたい、と強く願っています。

非常に悪質なアフィリエイト広告というのは、いまだに引き続き行われておりますし、儲け話なんかでも問題になりましたように、SNS等の広告というのは決して事前審査が全てされているものが出てくるわけではありませんので、引き続き悪質な広告が出やすいプラットフォームであるというところは言えると思ひまして、そういった事業者さんを積極的に取り締まるという姿勢を見せることで抑止力につながるというような点では、非常にこれからも期待をしておりますので、ぜひ引き続きよろしくお願いいたします。

○鹿野会長 ありがとうございます。東京デジタルCATSについて、非常に画期的な取組であり、悪質な広告への対応として大変効果的である、とても評価しているし今後も期待しているというコメントですね。ありがとうございます。

それでは、事務局からよろしくお願いいたします。

○取引指導課長 取引指導課長の森永でございます。実は今回の資料におきましても、資料4の④、政策2、不適正な取引行為等の排除と健全な市場の形成、(1)不適正な取引行為等の排除。こちらの説明をしております。

改めまして、本当に東京デジタルCATSに関しましては、我々も非常に高い、素晴らしい御意見などを賜りながら、鋭意対応しているところでございます。ぜひ今後もこの機会を活用して、鋭意整理を進めてまいりたいと考えている次第でございます。

以上でございます。

○鹿野会長 ありがとうございました。

原田委員もコメントをいただきまして、ありがとうございます。

ほかにいかがでしょうか。

○平澤会長代理 二つございます。

一つは、資料4の⑥、あるいは資料5の④の消費者教育コーディネーターで、今年度、令和5年度でも実施し、引き続き6年度も継続するというところで、非常に重要な制度だと思っておりますので、非常に期待しており、よろしくお願いいたしますということになりますが、今年度の取組ということで、資料5の④には、都教委との連携強化を図り、校長会等で組織的な周知を行うほか、高校や中学校を初め、特別支援学校等への働きかけも推進というようなことが書いてあります。

これは5年度に比べて、件数とか、やはり人数とか拡大の予定があるのかということの

確認と、それから、4年度からされているのかと思いますけれども、課題とか、その辺りをお聞かせいただければなというのが一つです。

それから、もう一つは、消費者教育に関わることですけれども、金融経済教育というのが、今年の4月に、金融経済教育推進機構（J－F L E C）というのができて、8月から本格始動しています。

この金融経済教育というものは、従来、消費者教育と連携してやる、あるいは消費者教育を基盤として、お金の勉強をするということだったと思うんですけれども、それが金融経済教育という国の施策として広がっていくことについては、投資偏重とか、そういうところに行かないように十分注意すべきではないかというふうに思っているところです。

今日頂いた資料の中には、その金融経済教育の話というのは特に出てきていなくて、この参考資料のほうの具体的施策を見ると、これは何ページなのか分からないですけれども、4－2－18というところに金融リテラシーの向上というのがあります。

この4－2－18は、局は生活文化スポーツ局ではなくて、スタートアップ・国際金融都市戦略室でやることになっているようですけれども、今の消費者教育との関係で、金融経済教育というのをどのように位置づけるのか。非常に大きな動きだと思っていて、消費者教育的な視点がないと、資産形成のスキルの獲得というような教育になってしまうんじゃないかという懸念を持っています。その辺りについての取組とか、あるいはこのスタートアップ戦略、その辺りを一度教えていただきたいと思いました。

○鹿野会長 今、平澤委員から2点、一つ目が消費者教育コーディネーターの活用と題された資料の、主に5の④に関する御質問と、それから、二つ目は金融経済教育に関する御質問がありました。

事務局でお答えいただけますか。お願いします。

○活動推進課長 消費生活総合センターの活動推進課長の岸です。

まず、消費者教育コーディネーターのこれまでの実績等ですけれども、着実にその実績も増えてきております。昨年につきましては、広報活動が27件、個別相談が53件、また、学校コーディネートが29件、調査分析が5件となっております。内容の充実とともに、対象を拡大していくという形で取り組んでいます。

また、現在の課題ですけれども、各学校の要望に、より具体的に寄り添う形で、先生方の教育実績、また、あるいは教育内容の希望等、学校の個々の状況に応じて、どれだけ具体的に応えられるかということ、考えながら進めております。この制度を導入したときから、問題意識を持っておりますので、今後も引き続き、これらの課題に対して着実に進めていきたいと思っております。

そして、大学についてですけれども、今年度から新たに大学等向けの消費者教育コーディネーターを設置して、おおむね100校ほどを目標に、活動を推進しているところです。

大学だけではなく、専修学校も含めて、まずは、各学校への訪問と、各学校に対して、消費者教育についての意義、内容等を御説明するとともに、併せてオリエンテーション、

さらには講義の中での取扱いについて説明しています。こちらでも教育コーディネーターが学校のニーズに合う形で設計していきたいというふうに考えています。

また、学校によっては、学園祭での出店を通して、講義以外の場でも消費者教育・啓発をしています。

それと、金融経済教育についてですけれども、先ほど御指摘がありましたスタートアップ・国際金融戦略室と連携を取りながら進めており、相互に情報交換をしています。

それぞれの立場で、各大学に対して取組をしていますけれども、大学を訪問する際には、金融関係の消費者教育について、大学側が興味を示したならば、私どもからスタートアップ・国際金融都市戦略室に橋渡しをするというような形を取っています。

○鹿野会長 平澤委員より何かございますか。

○平澤会長代理 ありがとうございます。消費者教育コーディネーターについては、引き続き主体となってやっていっていただきたいということ、金融経済教育については、むしろ学校の中に入ってくる動きがあると、今までやってきた消費者教育とは規模も全然違う形で進んでくると思います。

どういう展開になるのかよく分からないし、J-FLECのほうも模索しながら進めていくようなので、ぜひその辺りは注意していただければなと思います。

○鹿野会長 よろしく願いいたします。

ほかに御質問、御意見はございますか。

藤田委員、お願いします。

○藤田委員 ありがとうございます。

今回初めて参加させていただいておりますが、ちょっと1点、私は弁護士の立場から質問させていただきます。

資料4②で、高齢者の見守りによる消費者被害の防止と早期発見というふうなところがございまして、実は私は、弁護士会のほうでは、この見守りネットワークの構築について積極的に取り組んでおり、自治体のほうに働きかけをしながら、この消費者安全確保地域協議会の設置について要望していたりしているところです。ですが、なかなか消費者安全確保地域協議会の設置が進んでいないというのが現状かなという認識を持っているので、少し質問させていただければと思っております。

私が各自治体のほうに働きかけをすると、大体高齢者の福祉課のほうに案内されて、福祉課のほうでは、見守りネットワークは構築されていると。いわゆる高齢者の方が単身独居の生活をする中で、不利益がないかというところの見守りはできているんだけれども、消費者被害に関する見守りはできているのかというところになると、その連携が取れていないのかなという認識を持っております。

問題点としては、恐らく福祉課と消費生活センターの連携がなかなかうまくいっていないというところがあるのかなと認識しているところではあるんですけれども、そういう問題点、消費者安全確保地域協議会の一番のメリットは、高齢者などの個人情報共有でき

るところですね。

あと、その被害に対して早急に、迅速に対応できるということが本来の趣旨だろうとは思ってはいるんですけども、それがなかなか進んでいないという認識を私は持っているものですから、東京都のほうで、この消費者安全確保地域協議会の設置について、どのような積極的な取組をしているのかというところについて教えていただければと思います。よろしくお願いします。

○鹿野会長 では、事務局のほうから、消費者安全確保地域協議会の設置に関する取組等について、さらなる御説明をお願いします。

○活動推進課長 活動推進課長の岸でございます。

引き続き私から御説明いたします。委員から御指摘のありました問題点については十分に認識していきまして、先般、区及び市町村の消費生活センター所長の会議においても、議題として取り上げさせていただきました。

その中で議論としてありましたのは、やはりなかなか協議会を設置することができないという状況がございましたので、既に協議会を設置している団体から、その団体で設置した経緯、また、設置した後のメリットなどを説明していただきました。各区市町が導入しやすいように、都として支援を行っているところです。

多くの団体においては、協議会設置に至らなくても、見守りネットワークの組織、会議があるので、それで十分だという認識があります。一方、新たに協議会を設置することによって、先生からもお話があったように、問題が起きた場合に迅速に対応できるというメリットは大きいという団体の意見もありました。そういうメリットを十分に認識していただくということが大事だと思っています。

都としましては、引き続き団体に対してはアウトリーチをかけながら、積極的に協議会設置の支援を進めていきたいというふうに思っています。

○鹿野会長 ありがとうございます。藤田委員から何かございますか。

○藤田委員 ありがとうございます。1番のポイントはやはり先ほど言いましたように、個人情報の取扱いが、例外として個人情報が伝えやすくなるというところがあって、ただ、そこに対しての理解、福祉部の方は、本人さんの名前を、〇〇さんという形で伏せてしまっていて、個人情報に対する意識がとても強いです。そこに対して、理解を求めていくことがまず必要なのかなというところがあるわけです。

あと、福祉関係の方、すごくよくやっていらっしゃって、熱心なんですけれども、ほかとの連携というところがなかなか意識がないところは難しいのかなというところのお話は体感しているところもあって、なので、消費生活センターとの連携というところを、ある程度制度設計を、モデルケースなどをつくった上で、提示をし、こういうメリットがあるんだということで、モデルケースとして提示しながら説明していくということが重要かなと思っています。

おっしゃるとおりで、メリットのある提言を具体的に示して、希望がある場合というと

ころを超えた形で推進していただけると、いわゆる高齢者の被害、消費者被害というのは今3割という数字が出ておりましたけれども、現場感覚からすると、非常に重篤な状態にあるかなと。

やっぱり消費生活センターのほうのあっせんでむげにされた場合について、弁護士が対応せざるを得ないんですが、やはり高齢者の方というところで記憶がない場合があるんですね。ないしは本当にだまされてしまっている。本当に業者のいいようにやられてしまっているという実態があります。

そういうことに対して、やはり未然の防止というところで、消費者被害に対する見守りという視点から、皆さんのほうで見守っていくという視点がとても重要だと思いますので、何とぞ今年度、東京都のほうでも積極的に取り組んでいただければと思いますので、弁護士会のほうでも積極的に取り組んでおりますので、何とぞよろしくお願いしたいということで、あえて意見を加えさせていただきました。

○鹿野会長 ありがとうございます。

予定した時間がもう来ているのですが、議題1について、このタイミングでぜひという方がいらっしゃいましたら…はい、生駒委員、お願いします。

○生駒委員 以前、消費者委員会に参加していたものですから、消費者トラブルの未然防止というのがすごく重要だと感じておりまして、そのことをすごく強調された報告であったことがすごく納得がいくというか、いい点を突かれているなと思いました。

ただ、一つだけ、とりわけエシカル消費に関して言いますと、若い方はものすごく反応が良いと思います。エシカルへの反応は、ジェネレーションによってかなり違うと感じています。昨日も23歳の女性に会いまして、彼女はオーガニック口紅を思いついて、自分でスタートアップ企業として開発されています。自分で理想的なものを考えたら作ってしまうという世代、10代、20代、これからは期待できると思うんです。ですので、ぜひ、エシカル消費の推進というものを、トラブルの未然防止だけではなくて、スタートアップですとか起業において、エシカル消費を推進する可能性も追求していきたいと思います。そういったことを推進していくようなプログラムもあるとよいかなと思いました。

啓発映像でトラブルに関して、動画の募集というのはされているのですが、それはすごく分かりやすいと思いますが、一方で、これと同じような動画プログラムで、そういった世代の方々にポジティブにエシカル消費を推進していく事業や活動をフィーチャーするのも良いかと思います。望ましい活動を後押しするといったプロジェクトも、今後はあるとよいかなと思いました。すみません。意見です。

○鹿野会長 ありがとうございます。被害の未然防止はとても大切であるということではありますけれども、エシカル消費などポジティブな活動を後押しするような取組があるとよいということでした。先ほど資料でエシカルキャンペーン等については御説明いただいたのですが、今のコメントについて、何か、事務局のほうでつけ加えることがございましたらお願いいたします。

○消費者情報総括担当課長 ありがとうございます。消費生活部でエシカル消費を担当しております、鈴木と申します。コメントありがとうございました。委員御指摘のとおり、いろんなところでいろんなジェネレーションがエシカル消費について取り組んでいるというところは承知しております。T O K Y Oエシカルとしては消費者に向けて、いろいろな動きをとらえて、広く発信という形でエシカル消費の普及啓発を図ってまいります。よろしくお願いいたします。

○鹿野会長 それでは齊木委員。時間もございますので、ひとまずは、あと齊木委員お一人ということでお願いします。

○齊木委員 A C A Pの齊木と申します。エシカルに関してお伝えします。私と生駒委員はエシカル甲子園の審査員になっております。昨年の最優秀賞は麗澤高校でした。本日はA C A Pの東京例会があり、受賞された麗澤高校の学生方3名に登壇していただき、エシカルを取組事例をお話しいただいております。事業者約100名に対して、フェアトレードのコーヒーを題材にして、普及に向けた新たな仕組みを展開していく取組をプレゼンしていただいております。まさにこれは事業展開とエシカルを結びつけていることになります。すばらしい取組で私も感動しましたが、審査・発表の場だけで終わることがなく、事業者の中でこのような活動を取り入れていく場が必要だと感じています。事業者や事業者団体を活用した産学連携の取組を支援していただきたくお願いいたします。

○鹿野会長 事務局のほうで、何かございますか。

○消費者情報総括担当課長 コメントありがとうございます。そういったところに、我々もウオッチしていきながら、支援させていただける部分はしっかりやらせていただきたいと思います。よろしくお願いいたします。

○鹿野会長 齊木委員、御意見ありがとうございます。

それでは、次に移らせていただきたいと思います。議題2について、事務局より御説明をお願いします。

○企画調整課長 こちら資料6に基づき説明をさせていただきます。資料を御覧ください。

多摩消費生活センターでは、コロナ禍を経て、講座や団体活動のハイブリッド化の需要ですとか、持続可能な開発目標の達成に向けた取組の重要性が高まるなど、利用者ニーズの変化への対応が課題となっております。

そうした中で、令和5年度中に施設を移転する必要が生じまして、これを機に多摩消費生活センターの機能強化について、当審議会に諮問がございました。

こちらは、令和5年1月31日に当審議会が行った答申の概要でございます。スライド下部に多摩消費生活センターの三つの機能である、学習の場の提供、消費者教育、市町村支援について、それぞれ今後の方向性をまとめています。

学習の場の提供では、今後の方向性として、通信環境の整備やウェブを活用した施設予約など、施設の環境整備や機能強化による利便性の向上が必要とされました。

消費者教育では、今後の方向性として、収録環境の整備、食育やエシカル消費の推進な

ど多摩地域、多摩センターの特色を生かした情報発信・教育が必要とされました。

市町村支援では、市町村との共催講座を通じたノウハウの共有、市町村の広報物を収集し、市町村の取組を横断的に提供するなど、センター機能の発揮による点から面への拡大が必要とされました。

本年3月、立川市柴崎町から立川市曙町に拠点を移し、多摩消費生活センターはリニューアルオープンをいたしました。移転記念式典の様子、及び所在地はこちらに記載のとおりでございます。

答申を踏まえた取組となります。学習の場の提供機能を強化するため、交流コーナーも多摩産材を使用した開放型のスペースにリニューアルし、エシカルコーナーも設けました。高い安全性と利便性を特徴とするオープンローミングWi-Fiが利用できる通信環境を整えました。

続いて図書資料室でのオンラインでのレファレンスを行うとともに、教室、学習室等もオンライン予約システムが稼働しています。

これらの取組を通じて、施設の環境整備や機能強化による利便性の向上を進めてまいります。

消費者教育機能を強化するため、いつでも視聴できるオンデマンド形式で、地産地消の食育講座の実施に取り組んでいます。また、消費者団体と共同で実施する消費者月間事業の充実を図り、多摩地域、多摩センターの特色を生かした情報発信、教育を進めてまいります。

市町村支援機能を強化するため、市町村の共催講座で、都が保有するノウハウ、経験を双方と共有したり、複数自治体による合同開催などで効果的なコーディネートを行っています。

また、市町村と連携して登録団体の募集を行うとともに、センターが中心となって団体間の交流を促すなど、センター機能の発揮による点から面への拡大を進めてまいります。

議題2の説明は、以上でございます。

○鹿野会長 ありがとうございます。

それでは、ただいまの説明につきまして、御意見、御質問がありましたら、御発言をお願いします。大変恐縮なのですが、少し時間が押しておりまして、本件についての意見交換は15分程度とさせていただく予定でございます。いかがでしょうか。

坪田委員、お願いします。

○坪田委員 坪田でございます。御説明ありがとうございました。

私は、これには非常に期待しているところがございまして、東京都というのは、今の日本の代表といいますか、顔のような思いもあるわけですが、一方ローカルであるということで、やはり多摩地域も非常に大事にしていきたいと思っています。

3月にオープンしたということですが、そろそろ半年ぐらいになるのでしょうか。どういった状況で今機能しているか、また広報周知されているかというところを少し教えてい

ただきたいと思います。多摩というところは、狭いですが、産業もありまして、多摩地域に行きますと、多摩で取れたものも結構売っておりまして、これが本当の身近な地元のエシカル商品になるのかなと感じています。ですので、エシカルなものをどこで買えばいいかが分からないということがよく言われていますけれども、あちこちにそういったものが出ていますと、多摩を知ることとともにエシカルを知ることになると思います。できるところもなかなか限りはあるとは思いますが、一層、市町との連携に対して、都がいわゆるコーディネーターといいますか、そういったことを進めていただければと思っています。

この開館、オープンしてからの今までの状況を、少し教えていただければと思います。よろしくお願いいたします。

○鹿野会長 それでは、事務局からお願いいたします。

○活動推進課長 まず、移転前の同期間の比較ということで、移転前の４月から７月と今年の４月から７月の稼働状況ですが、若干増えているというような状況になります。ただ、コロナ明けということもあり、ようやく集合型での会議ができたという団体が複数あった状況になります。一方、移転後の場所が、駐車場や、自転車の駐輪場が十分でないということもあり、そういった環境の変化もあって、利用者数は伸び悩んでいるというところもあるのかなというふうに思っています。

全体の利用状況にういて、コロナ前の４年間の平均稼働率と比べると、各施設とも減少しています。その要因としましては、やはり消費者団体が現状としては減少していることもあり、これらに対して当センターとしては、消費者団体の育成等を行っていききたいというふうに考えています。

また、主催講座等につきましては、今年度はライブ、録画配信だけでなく、配信方法の工夫や、多摩地域だけにとどまらず、２３区の都民も参加しやすい工夫により、多摩の講座等にも参加していただけるような努力をしているところです。

引き続きこのような取組により、多摩センターの意義等も発揮したいと思います。

市町村との連携事業につきましては、これまでも各事業のサポート支援を多摩センターで行ってきたところです。今後につきましても、市町村からの問合せ、相談には、きめ細かな対応をしていくのと同時に、また、講師謝金についても、補助金による支援をしていきたいと考えています。

○鹿野会長 ありがとうございます。坪田委員、何かございますか。

○坪田委員 御説明ありがとうございます。多摩地域、立川基地の跡など今、若い方もかなり住んでいると聞いておりますので、ぜひよろしくお願いいたします。

安全で使いやすい通信環境が整備されると、これを契機に新しい消費者団体の活動が生まれることを期待しております。ただ消費者団体と一般に力が弱いといいますか、個人的なつながりが多く、組織力がないということがありますので、ぜひセンターの活性化とともに、消費者団体への支援を併せてお願いしたいと思います。よろしくお願いいたします。

○鹿野会長 ありがとうございます。御要望ということで、ぜひそれも踏まえて、御協力いただきたいと思います。

オンラインで柿本委員からお手が挙がっていますので、それでは、柿本委員、お願いします。

○柿本委員 主婦連合会の柿本でございます。御説明ありがとうございます。私も通信環境の整備というところに大変期待をしております。先ほどデジタル化、高齢化の進展と、全体的な説明がございましたけれども、消費者団体だけに頼るのではなく、通信環境の整備を進めることを通して、より多くの市民、都民に働きかけていただけるような工夫をしていただきたいと思います。

資料6の⑤のところで、オンデマンドの説明がございましたけれども、講座数、それから受講者数、視聴回数など、もう少し伸ばしていただけるような工夫をお願いしたいです。私どもが見たいと思ったときに時間を選ばずに、参加できる講座というのは、非常に大切であり重要だと考えております。よろしくお願いいたします。

○鹿野会長 御要望ということでしたが、事務局のほうで何かございますか。はい、お願いします。

○活動推進課長 今委員から御指摘ありましたように、消費者団体等の支援というのはなかなか難しいところもありますので、我々としては、各市のセンターと協力をしながら、その消費者団体の協力というのは引き続き行いたいと考えていますことが1点、それと、地域のまちおこし事業の説明会を活用して、多摩センターの施設利用等を説明し、地域の中で活動している消費者団体等に対して、PR等を行っている状況です。引き続きこれらの活動を通じまして、消費者団体に対するPRを続けていきたいと思っています。また、団体の育成等も継続していきたいと思っています。

○鹿野会長 ありがとうございます。よろしくお願いいたします。

時間が押していますが、もうおひと方、もしあれば。

○小浦委員 すみません。小浦です。よろしいでしょうか。

多摩の消費生活センター移転に関しては、話し合いに参加させていただいておりました。立川駅のそばで会場を見つけていただいて、本当にありがたいです。

利用させていただきましたけれども、多摩産材を利用して気持ちよく過ごせる場になっておりますし、学習室もとても使いやすくなっていました。それから、プロジェクターを最新式のものをに入れていただいており、大変使い勝手がよかったです。

資料の中でも消費者団体という団体にこだわらず、グループでも利用できるとか、そういうところも少し幅広めに活用度、対象を広げていただきながら、もっともっと使ってもらいたいなというふうに思っております。これからもよろしくお願いいたします。

○鹿野会長 ありがとうございます。

私も今いただいた御意見、あるいは感想と同じような話を聞いたことがございます。新しい多摩の消費生活センターは、使ってみると非常に使いやすかったと、特にWi-Fi

等の環境も含めて、非常に使いやすくなっているという御感想を聞いたことがあります。ただ、今の御意見にもありましたように、せっかくそのような場ができたのですから。ぜひ広報といひましようか、多くの方々に使っていただけるようにぜひ、今後とも取り組んでいただければと思います。

それでは恐縮ですが、時間の関係で、次の議題3に移らせていただきたいと思います。

事務局から議題の3について御説明をお願いします。

○企画調整課長 令和6年度を取組、あるいは先ほどの議事で各委員の皆様からいただきました御意見を踏まえまして、令和6年度を取組、それから多摩センターの今後について、御意見を踏まえまして、事業を進めてまいります。

さて、現行の基本計画なんです、令和5年度から9年度の5か年を計画期間としておりまして、今年度は2年目に当たります。計画策定に当たり、第27次の審議会で御審議をいただき、答申をいただいてから既に2年半が経過しています。この間、デジタル化の進展等により、様々なサービスが提供され、利便性が高まり、豊かになっていく一方、新たな消費者被害の発生など、消費生活行政として取り組まなければならない課題も次々に出てきていると考えております。

そこで、現行制度の施策の実施と並行して、次期計画改定を見据えた検討と、そのための材料収集を行っていきたいというふうに考えております。

資料の7になります。審議会への諮問案件に相当するものではございませんけれども、東京都が消費生活行政分野において、今年度から来年度にかけて実施したいと考えている取組です。より効果的なものとなるよう、本日は技術的な御助言も含めて、委員の皆様から御意見等を頂戴できればと思います。

資料に戻ります。近年の消費社会の主な動きとして、成年年齢引下げのほか、コロナ禍の影響とDX化の進展などにより、コミュニケーションや取引の非対面化が浸透し、消費者と事業者の関係性に変化が生じました。スマートフォンの普及により、子供から高齢者まで、インターネットを通じて様々なサービスを手軽に利用できるようになったことなどからも、消費者の姿はより広がり、これまでイメージされてきたものと変わってきたというふうに考えております。

消費者は、世界に向けて自ら発信、行動できるツールを得て、個人間取引や副業も手軽にできるようになりましたし、事業者や商品の評価を発信することができるようになり、事業所が供給する商品やサービスの受け手にとどまらない存在となりました。

一方で、デジタル化の進展に伴い、取引やコミュニケーションが多様化、複雑化、グローバル化し、消費者がトラブルに遭う可能性も高まっています。高齢者、障害者、外国人など、こうした社会環境の変化への対応が難しい消費者に対する配慮も必要であると考えています。

また、いわゆるフリマサイトやマッチングアプリなどの新しいサービスの利用や、悪質事業者等からの勧誘などをきっかけとして、消費者自らが意図せず加害者になってしまう

こともあります。消費者が意図せず加害者になってしまうという点では、カスタマーハラスメント問題もその一例ということができ、消費者の意識が問われる場面も多様化しています。

さらに、SDGsの達成に向けて、今後の私たちの行動が未来の日本や世界の在り方を左右するとも言われており、今後ますます消費社会の一員としての消費者の行動が期待されているというふうに思います。

資料の下部、下の部分にコンシューマーシップという言葉に記載してあります。これは、消費者が日々の消費生活を送る上での指針や、よりどころといったものを考えていくきっかけとして、例えばですけれども、スポーツマンシップ、あるいはリーダーシップといった言葉に倣って仮称として考えてみたものです。

コンシューマーシップという言葉が、どういった意味を持つものになるかということよりも、例えば、消費者市民社会への参画というのはどのような考え方で、具体的にどのように行動することなど、どうすればより多くの人に実践してもらえるのか、そうしたことを考えることを目的として、このコンシューマーシップという言葉テーマにして、これから消費者の声を聴いてみたいと思います。

次のページに移ります。資料7の②は、今説明した「声を聴く」、その手法についての資料です。ただいま申し上げたテーマで、大学生たちからその考えを聴く場を設けたいと考えています。コンシューマーシップミーティングと称して、日ごろから消費者教育などについて学んでいる学生の自由な意見、アイデアを聞かせてもらい、今後の消費生活行政における取組の参考となるような提案をしてもらいたいと思います。

消費者被害の防止という消費生活行政の使命についてもきちんと念頭に置きつつ、これからの社会の担い手となる学生から、現在の消費社会が抱える問題や、未来の可能性についての実感や希望を聞かせてもらい、理想と現実のギャップを埋めるためにどのようなことができるのかなど、率直な意見を聞いてみたいと考えています。

同時に、この場が今後の消費社会のリーダーとなる世代への働きかけの第一歩となることを目指しています。

ミーティングの成果については、本審議会や消費者教育推進協議会でも報告させていただくとともに、参加した学生による成果発表の場の設定や、関連する都の事業への参加等を検討していきます。

最後に、資料の下段にあります消費生活調査員調査についてです。

都は事業者の市場ルールの厳守状況調査や市場監視、消費者を取り巻く環境や課題の把握等を都民との協働によって実施をしています。都の300人の消費生活調査員により、小売店舗等における商品についての表示等の調査を実施し、調査結果を事業者指導等に活用しているほか、都を必要と判断したテーマによるテーマ調査を実施しています。

今年度のテーマ調査の一つとして、消費者が事業者に意見を伝えることに関して調査を行います。この調査を通じて、消費者意識の現状を把握し、次期計画改定の方向性を定め

る上での一つの資料としていきたいと考えております。

説明は以上です。

○鹿野会長 ありがとうございます。それではただいまの御説明につきまして、御意見、御質問がありましたら、挙手をお願いいたします。この議題3につきまして、意見交換の時間として20分程度を予定しております。いかがでしょうか。

齊木委員、お願いします。

齊木委員の次に、原田委員という順でお願いします。

○齊木委員 2点ほどございます。1点目は、カスタマーハラスメントについてです。昨年度の審議会において、私からはカスタマーハラスメントに関する問題を消費者啓発の一環として取り上げていただきたいとお願いしました。今回、今後の課題ということで、認識され、記述されていることに感謝申し上げます。

今、事業者はカスタマーハラスメント被害を受けない対策を取り始めています。一方でカスタマーハラスメントという言葉がひとり歩きし、消費者の方が萎縮してしまうことを非常に危惧している次第です。

消費者教育や消費者啓発の中で正しくカスタマーハラスメントを理解していただく投げかけが非常に大事だと考えております。消費者には消費者の権利があり、意見を言う権利があるということが前提となっています。意見や苦情を冷静に、丁寧に伝えていくことが大事なことだと考えております。

もう1点はコンシューマーシップの議論、推進の中で大学や高校と事業者との連携を進めるべきだと考えています。現在、ACAPでは、立正大学、大東文化大学と年間を通じた連携講座を実施、継続しています。消費者問題の一環として、消費者の声を活用する事例であったり、仕組みであったりとか、消費者市民社会につながる事業者の消費者志向経営の在り方を、実務的に伝えていきます。学生からの反応もよく、展開が広がることを支援していただきたいと思います。

○鹿野会長 ありがとうございます。

御意見ということでございましたが、事務局からまとめてお答えいただくということでよろしいですか。

○齊木委員 はい。

○鹿野会長 それでは、続きまして、原田委員、お願いします。

○原田委員 御説明ありがとうございます。私、1点だけ述べさせていただきます。すみません。

一つは、我々ECネットワークでございまして、デジタルというネットの専門でしかないんですけども、デジタルやネットの世界というのは、もう正直言いまして、皆様御承知のとおり、もうAIとかが出てきまして、フェイクニュースとかが当たり前の世の中なので、例えば、皆様のところのくらしWEBみたいな、ああいったところでいろいろ新しい情報発信をされたり、SNSで発信されたりと、非常に重要なことだと私は思っております。

まして、単に発信していて何も意味がないわけではなくて、非常に正確な情報をそこに取りに行けるという用意をしておいていただくということが非常に重要だと思っています。

なので、何かその、よく何というかSNSというのはバズればいいみたいな考え方をするところもあるんですけども、別にバズる必要はなくて、そこに正しい情報があるということがものすごく重要だと。何で、そんなに重要なのかと言いますと、御存じのとおり今、AIのほうで例えば、チャットGPTみたいなものが普通に我々一般の人たちも使えるようになっていまして、特に若い人たちなんかは積極的に使っていると思います。私もチャットGPTとかよく使うんですけども、消費者問題に関しましては、こと、うそばっかりなんですね。なので、全然、質問で、例えば、通信販売でクーリング・オフしたいんだけどといういやらしい質問をすると、平気で消費者契約法でクーリング・オフができますという回答をチャットGPTがしてくれちゃうんですね。

こういうことをうのみにしてしまうと、非常に危険であります。うその情報というか、AIだって決して正しいわけではない。そして質問の方法によって、全然回答が変わる。ということになると、やはり正しい情報にたどり着いて、正しい情報を取得すると、そういうようなことが必要になっていく。AIが出てくることによって、さらに必要な情報が、必要な方法で取得できるような方法が必要と、その中にはこういったくらしWEBとかをこうやって運用、これからも充実して運用していただきたいというのが一つ。

それともう一つは、今AIというお話もしましたが、先ほどのデジタルCATSもそうなんですけれども、ネットの世界、デジタルの社会に関しましては、もう圧倒的に事業者と消費者に格差があるというふうに思っております。事業者側のほうは、もう悪質な事業者であれば、いろいろな方法を取って、詐欺的に悪質な事業者、もしくはもう詐欺みたいにフィッシングとか、情報を盗み取るとそういうことが当たり前の世界になっていて、消費者がどんなに自分を守ろうとしても、もうネットを使わないというわけにはいかないので、そうすると圧倒的な格差が生じてしまっている。

そうすると例えば、ここで議題をひっくり返して申し訳ないんですけども、ことにデジタル分野に関しましては、消費者教育に限界があるというふうに私は思っております。なので、いくら消費者啓発で底上げをしたところで、どんどん新しい手法が出てきていたら、残念ながらネット関連のトラブルというのは減らないというような結果になってしまいう。ということになりますと、やはり消費者教育は充実させていくと。それは正しい情報にアクセスするために、消費者教育としてさらに充実させていくとともに、やはり国のほうの委員会とかでも話をしているんですけども、つまり消費者からとかもこういったデジタル技術を応用したAIとかを使った消費者保護のツールとかを使えるような、そういった方法を考えていくと。つまり、消費者教育で底上げするには、あまりに技術的な格差があるので、消費者教育だけではなくて、それを補うような方法というのを消費者教育の中に組み込んでいくと、こういうようなことも、ここネット関連だけで申し訳ないんですけども、考えられるのかなというふうに思っておるので、今後の参考にしていただければ

と思います。

以上です。

○鹿野会長 ありがとうございます。

ただいま齊木委員と原田委員から貴重な御意見をいただきました。あと、オンラインで小野委員と、それから神山委員からお手が挙がっていますので、そちらで御発言いただいた後に、もしありましたら、事務局からお答えいただきたいと思います。

それでは、小野委員、お願いします。

○小野委員 小野でございます。声はお届けできていますでしょうか。大丈夫でしょうか。

○鹿野会長 大丈夫です。お願いします。

○小野委員 御説明をいただきまして、ありがとうございます。

まずは、御提案の段階かと思いますが、資料1枚目の下にございますコンシューマーシップについて、その意味されるものというのを確認させていただきたいと思いました。と申しますのは、ある程度の議論を経てから提案したほうが、何を問われているのか、意見をいただく場合にもいいのかなと思っております。例えば、コンシューマーシップについて、現時点では、どのような日本語を想定されているかお尋ねしたいと思います。と申しますのは、消費者教育の体系イメージマップなどでは、重点領域の一つに消費者市民社会の構築というのがございまして、その中で消費者市民のコンシューマーシティズンシップとか、消費者市民社会をコンシューマーシティズンソサイエティといっていますので、私自身もなじみがあるんですけども、それらとは何が違うのか、あるいは同じところもあるのかお尋ねしてみたいなと思いました。

それから、資料の2枚目でございます。若者とのコミュニケーションについて素晴らしいと思う一方で、消費者の意見を反映させるという消費者の権利の行使を、成年年齢に達するその前後の高校生も、大学生だけではなくて、意見を聞かせていただく対象とするのに適しているのではないかと思います。といいますのは、18歳で成人になる前の高校2年生までに家庭科などで消費者教育を受けるというようなことに今なっておりますので、その一環として協力をいただくということである、無理なく、そして意見を言っていたく方にとっても、生徒にとっても、メリットもあるのではないかなと思った次第です。

以上でございます。

○鹿野会長 ありがとうございます。2点目は御意見だと思いますが、1点目は、この後の御議論にも関わるかもしれませんので、御質問として、まず事務局からお答えいただきたいと思います。いかがでしょうか。

○企画調整課長 1点目、御質問いただきました件。もちろんコンシューマーシップという言葉は今回仮称として提案させていただきました。例えば、何々シップという言葉には、よりよいものを実現しようとする心構えですとか、必要な能力、技能に加えて、自分の考えや意思をしっかりと持つことなども含まれているということで、我々ちょっと事務局の中で様々議論をして、この言葉を考えてみました。

この何々シップを消費者という存在に置き換えたときに、どんなものになるのかを考えてみようという企画です。このコンシューマーシップをテーマにして、意見を聞いていただいた結果、当該社会に向けて提案するキャッチフレーズのようなものになることもある程度は期待していますけれども、現時点では言葉を作り出すことを目的としているものではありません。御指摘ありましたように、例えば、その消費者市民社会ですとか、コンシューマーシティズンシップという言葉や概念が既にございます。それと全く異なるものを東京都として新たに作り出していこうというような、そういう欲深い企画ではございませんで、学生同士が、中身を検討する過程とその過程で出てくるアイデアなど、消費者被害の防止も含めて、より豊かな消費生活を実現していくための、ポジティブな行動、具体的な行動例、彼らが日常的にどんな消費活動、あるいは被害防止対策として行動しているのか、そういった好事例を集めたり、そういったことも考えております。

したがって、繰り返しになりますが、コンシューマーシップ、あくまでもテーマを設定し、議論を活性化するための一つの言葉というふうに私たちも仮にしておりますので、彼ら学生たちが考える、何というのですか、スマートな、あるいは、スマートでリスクヘッジ可能な消費活動、行動は何なのか、考えを聞いていきたいということが趣旨でございます。

それから、高校生を対象にという御提案がありました。当然ながら、大学生だけでなく、例えばですけれども、高齢者しかり、あるいは子育て世代しかり、高校生しかり、様々な広い世代に同じことができていくことができれば、我々としても将来的に非常にこう、有用な検討資料データ、アイデアが蓄積できると思っております。

高校生についても、例えば、平日に集まってもらいますとか、夕方以降集まってもらいあるいは、長期休業中に集まってもらい、運営上が可能であれば、高校生も対象にした形で意見を聞く機会を設ける、そんなことも大学生の後に検討をしていきたいというふうに考えてございます。

○鹿野会長 ありがとうございます。主に質問についてお答えいただきましたが、小野委員よろしいですか。

○小野委員 そうしますと、ごめんなさい。日本語訳としてはまだ、ちょっとこれからということ、それから、心構えとか、それからベストプラクティスを積み上げていく、そのきっかけにしたいというような内容かなと受け止めました。御説明ありがとうございます。

○鹿野会長 ありがとうございます。

それでは、神山委員、お願いします。

○神山委員 今の小野先生のご質問の1点目と同じとなりますが、私も非常に引っかかりましたので、発言させていただきます。

北欧からのコンシューマーシティズンシップ教育という言葉、私ども消費者教育の専門家が馴染んで使っております。消費者教育推進法によって消費者市民社会への参画とい

う言葉も、定着をしてきました。消費者市民、コンシューマーシティズンシップという言葉を使った方が、一般的に受け入れられると思います。

私は、家庭科の教員養成をしておりますけれども、家庭科の教科書の一部には消費者市民という言葉も掲載され始めています。東京都がコンシューマーシップと使いますと、ほかの自治体にも大きな影響を与えると思います。課長のご回答では、シップという言葉は、よりよいものを実現しようとする心構えなどという御説明がありましたが、シップは接尾辞で、職とか、身分とか、あるべき状態という意味となります。コンシューマーシップよりは市民をつけたコンシューマーシティズンシップのほうがよいと思いました。

今御説明があり、今は仮になっておりますけれども、もう一度御再考いただいて、また御議論いただいたほうがいい言葉なのかなというふうに思いました。

以上となります。

○鹿野会長 ありがとうございます。御意見ということで、事務局から何か、ございますか。よろしいですか。それでは、平澤委員、お願いします。

○平澤会長代理 平澤です。私も同じような話になってしまいますけれども、やはりコンシューマーシップという概念を新たにつくる意味が、どこにあるのか考えなきゃいけないと思いました。この今のお話は、消費者問題と消費者問題の課題について消費者側からスポットライトを当てて、どういう行動をすべきかという話をしているんですね。消費者が望ましい行動とか、消費者の役割というこの意義ですけれども、それは誰にとって何が望ましいのか、やはり事業者と消費者の格差というのは、どのような形になっても構造的には必ずあるわけで、その中で消費者が何かこういう役割、責任とまでは言わないかもしれないけど、役割を持って何かをすべき、こうあるべきだということを提案するとか、そういうことがありうべきなのかなというふうに感じています。消費者の責任という言葉がありますが、それは消費者の権利の表裏一体のものとしてはあるわけで、自己責任ではない。そして、そのときに一番重要なのは、批判的思考ということですね。カスハラの話も出てきて、消費者が意見を言うときにも、一定の節度が必要ではないかということはあると思うんですけれども、先ほど、萎縮してしまうのではという懸念をＡＣＡＰの方が発言されたときすごくいいなと思いました。そういうようないろんな微妙な部分があるので、これについて、コンシューマーシップという言葉を考えて上で、どこに結びつけるのかについては慎重に考えてほしいと思いました。

○鹿野会長 ありがとうございます。御意見いただきましたが、ほかに御意見等ございますか。

生駒委員、お願いします。

○生駒委員 意見が重なりますので、簡単にお伝えします。何人かの委員が既におっしゃったことですが、情報を広めよう、もっと伝えようとするときに、言葉が乱立してしまうと焦点がぼけてしまうというか、伝わりにくくなってしまうというのは、正直お聞きして思うことです。しかも片仮名で、コンシューマーは同じ部分で、シップも重なっています

から、既存のコンシューマーシティズンシップというのが既に存在して、いろいろなところでもし使われているのであれば、どちらかに統一していかれたほうがいいのかと思います。これは意見です。

○鹿野会長 ありがとうございます。ほかに、よろしいでしょうか。

それでは、議題3について、先ほどの齊木委員、原田委員からの御意見等も含め、複数の委員から御意見等をいただきましたので、事務局からコメント等、お答えをいただければと思います。お願いします。

○企画調整課長 齊木委員、原田委員からの御意見に関してですけれども、東京都は、カスタマーハラスメントの防止に向けて、条例制定の過程にあることは、齊木委員からのお話もありまして、皆様御存じかと思います。カスタマーハラスメントといいますと、あまり言葉がひとり歩きしてしまうのが最も怖いんですけれども、苦情ですとか、クレーム自体、これは本来、決して悪いことではなくて、サービスの改善や商品の安全性の向上につながるものでございます。こちら先ほど御意見の中にもありました消費者と事業者の間には情報量の、あるいは情報力、それから先ほど原田委員からからもありましたけれども、情報力それから、交渉力の格差ということもありますけれども、我々の消費者行政の立場から、決して萎縮することなく、自分が体験した商品やサービスに何か問題があれば、それをどういうふうに上手に事業者伝えていくのか。こういうことも当然必要だと思ひまして、これを先ほどの資料の2枚目のほうの調査員調査をきっかけとして少し材料を集めて、それを提案なり、カスタマーハラスメント防止の取組をしている所管部とも情報共有しながら、防止とそれから消費者の権利の維持、擁護、これを何とかセットで発信できるように進めてまいりたいというふうに考えています。

それから、原田委員から御意見いただきました、消費者教育では限界があるといいますが、ネット情報、あるいは現行の取扱いについては、教育を補う方法でというようなお話もございました。例えば、今すぐにはお諮りができないところがあるんですけれども、おっしゃるとおり次から次へとネット社会の広がりによって、次から次へと悪質な情報ですとか、手法が出てきており、犯罪に近いところもありますので、所管部と情報共有、連携しながら対策を考えたり、また、この審議会なり、消費者教育推進協議会で御意見いただきながら適切に対応できればというふうに思っております。

齊木委員の御意見の中にございました、あるいは、皆様から御指摘いただきました今回の取組については、コンシューマーシティズンシップというのが、ある意味、既に広がっているといえますか、既定の言葉であるということで、新しい言葉を使うことによって混乱が生じるということであれば、その辺はそのとおりだと思います。一旦持ち帰って検討したいと思います。

ただ、繰り返し申し上げますが、改めてコンシューマーシティズンシップと違うものを欲深く我々が何か出そうとしているということではないのです。例えば、好事例ですとか、模範的な事例みたいなものが出てくれば、それをぜひ広めていきたいというふうに考えて

おりますし、一方で、そういった形での提案みたいなことが、もちろん消費者に負担をかけてしまうようなこともあるので、そういうことをするつもりはありません。今実際、消費者教育を受けてきたこの高校生なり、大学生の世代が、コンシューマーシティズンシップならコンシューマーシティズンシップとして、それをどういうふうに捉えて、自ら紹介し行動しようとしているのか、そういうことをぜひ意見として聞かせていただきたいというふうに思っています。

多数の御意見いただきましたことは、まだまだ企画に練り直すべきところがあるということなのかなと思っておりますので、引き続き検討して実施をしてまいりたいと思います。

それから最後に、本来的に、消費者被害の防止、不適正な取引行為の排除、それから商品安全対策、これは消費者行政の一丁目一番地にあることに変わりはありませんので、先ほど申し上げたとおり、計画に定めた施策を庁内各局と連携しながら実施をし、引き続きしっかりと取り組んでまいりたいと思います。

○鹿野会長 ありがとうございます。予定の時間が迫っておりますが、全体として、御発言があれば。

坪田委員、お願いします。

○坪田委員 すみません。今、最後におっしゃっていただいたとおり、消費者行政、消費者問題、非常に幅広く、考えることはたくさんありますが、今被害に遭っている方がいらっしゃる、今子供で、事故に遭って重篤な状況になっている方がいらっしゃるという現実があります。ぜひまず、悪質巧妙化する手口に関しましては、警察などと連携してしっかりと厳正に対処していただきたいと重ねてお願いしたいと思います。

また、若い方は情報を求めています、その情報がなかなか正しいところに伝わらない。輸入された非常に危険なおもちゃとか、製品とかもありますので、セーフティグッズフェアなどをやっていらっしゃるということですが、ぜひこれはもっと広めていただきたいと思いますし、それこそ多摩地区でもこういったことをどんどん広めていただきたいと思います。お願いでございます。以上です。

○鹿野会長 小浦委員、お願いいたします。

○小浦委員 すみません。時間のないところで。今日、これだけは言いたくて来たんですけど、資料7の5-①-IIにありますように、消費生活相談のデジタル化のことに触れてあるんだと思うんですけども、東京都は、消費生活相談、アドバイザリーボードに参加されていると書いてあります。私どもが行っている区市町村の消費者行政調査の自由記入欄には、区市町村でも、相談事業のデジタル化をしなくてはいけない。ただ、情報がないので、どうしていいかが分からないという回答が去年からずっと続いています。東京都におかれまして、情報が何かありましたらぜひ、速やかに区市町村へお伝えいただき、今こまめでいいんだよとか、具体的にパソコンを買うとか、通信のほうで安全なセキュリティーを進めるとか、そういった何か御助言があれば、とても助かるだろうと思っておりますので、ぜひそのところよろしくお願いいたします。

○鹿野会長 ありがとうございます。

ほかはいかがでしょうか。オンラインも含めて、本日、これだけは発言しなければということがございましたら、ぜひ、お願いします。

それでは、事務局からお願いします。

○相談課長 すみません。相談課長の高村です。小浦委員ありがとうございます。消費者庁が今進めておりますパイオネットの刷新というところにつきましては、なかなかちょっと遅々として進まないというところもあるんですが、先月１７日、区市町の皆さんにウェブ上で集まっていただきまして、今できること、やっていただきたいことということについて説明したところでございます。もう既に予算取りとかなければならないのに、これもあるんで、そういった今押さえなければならぬところというものに特化して説明会を今後開かせていただきたいと思いますと思っておりますので、よろしくお願いいたします。

○鹿野会長 それでは、本日の御議論は以上とさせていただきますと思います。

本日、皆様から大変貴重な御意見等をいただきまして、ありがとうございました。時間もありませんので、これを繰り返してまとめるということはしませんけれども、東京都におかれましては、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いうふうに思います。

それから、本日最後のほうに出てきたコンシューマーシップという言葉についても、中身も含めて御意見をいただきました。事務局からは、本日の御意見を踏まえてまた御検討いただけるということでございましたので、ぜひお願いしたいと思います。

それから、今、平澤委員からもありましたように、一方で、教育を進めることはとても大切だし、消費者自身の取組を積極的に促すというところもとても大切ですけれども、やはり、権利の主体としての消費者というところを中心に置く必要があると私も思います。ともすると、消費者の自己責任が強調される方向で、あるいはそういう誤解を招くようなところが強調されるようなことになってはならないと思います。特に、原田委員がおっしゃったように、デジタル化の進展で生成ＡＩなどの技術が進んできた今日においては、消費者が、教育を受けて気をつけても太刀打ちできないような事態も生じております。もちろん教育は大切で、教育によって対応できる部分も少なくないと思いますが、そうではない部分もあるというところも踏まえて、今後、東京都におかれましても、施策を講じていただければと思います。

それでは、本日の議事は以上となります。

最後に、事務局から連絡事項があればお願いします。

○企画調整課長 冒頭、名簿の読み上げに不手際がございまして、大変申し訳ございませんでした。おわび申し上げます。

まずは１点御報告でございます。御参加が遅れていらした東京都議会議員の原純子委員が１６時過ぎに参加されたことを御報告申し上げます。

最後に、事務局から３点お伝えいたします。

まず１点目ですが、本審議会の部会でございます消費者教育推進協議会の開催についてです。来年２月中に開催をし、消費者教育施策の進捗状況の報告等を行わせていただきたいと思います。日程については改めて委員の皆様と連絡の上、調整をさせていただきます。

２点目ですが、現在、国におきまして、食品表示法及び内閣府令に基づく加工食品の表示ルールの見直しに向けた検討が行われています。これを踏まえまして、都が東京都消費生活条例第１６条に基づき指定している品目について、どのように対応していくか、食品表示の所管部局と情報共有をしております。内容が整いましたらご報告をさせていただきます。

最後に、東京都消費生活条例の逐条解説についてです。逐条解説は、消費生活や暮らしに関する都のホームページ、東京くらしＷＥＢに掲載し広く公開をしております。平成２７年以降、条例に改正がなかったことから、逐条解説の改訂を行っておりませんが、この間、逐条解説の中で引用している法令の改正がございましたため、その内容の反映等を中心とした改訂を行います。

条例、条文の解釈の変更を伴うものではございませんので、事務局において改訂し、後日、改訂版を皆様に御案内させていただきます。

事務局からは以上です。

○鹿野会長　ありがとうございました。

以上をもちまして、本日は閉会とさせていただきます。長時間にわたりまして御議論いただきありがとうございました。

午後５時３４分閉会