

第24次東京都消費生活対策審議会  
第3回総会

平成29年2月3日（金）  
都庁第二本庁舎31階 特別会議室27

午前10時00分開会

○消費生活部長 皆さん、おはようございます。

本日は、御出席いただきまして、ありがとうございます。

私は、事務局を務めております消費生活部長の三木と申します。どうぞよろしくお願ひいたします。

議事に入ります前に、本日の出席状況について御報告させていただきます。一部おくれたの御出席と連絡をいただいている委員の方もいらっしゃいますが、ただいま、御出席いただいております委員の方は21名、委任状が4通でございます。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会に必要な定足数に達しておりますことを御報告申し上げます。

なお、本審議会は原則公開とし、総会の内容は、都のホームページなどに掲載し、公表させていただきますことを御了承願ひます。

それでは、後藤会長、よろしくお願ひいたします。

○後藤会長 ただいまから、「第24次東京都消費生活対策審議会」第3回総会を開会させていただきます。

初めに、事務局から本日の資料確認をお願ひいたします。

○企画調整課長 企画調整課長の赤羽でございます。よろしくお願ひいたします。

それでは、資料の確認をさせていただきます。

お手元の会議次第をおめくりいただきまして、資料1が審議会委員名簿でございます。

資料2が、審議会の幹事・書記名簿でございます。

資料3が、本審議会の答申案でございます。

資料4が、答申案の概要となっております。

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（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、これらを机上にお配りしておりますので、不足している資料等がございましたらどうぞお知らせいただければと思います。

以上でございます。

○後藤会長 それでは、ただいまから議事に入りたいと思います。

まず、事務局からこれまでの審議の経過について、御説明願ひます。

○消費生活部長 これまでの審議の経過でございますが、昨年5月の第1回総会におきま

して知事から諮問を受け、野澤委員を部会長とする検討部会と越山委員を部会長とする消費者教育推進協議会を設置し、御審議をいただいております。

部会での検討結果を踏まえまして、11月には第2回総会を開催し、「中間のまとめ」を取りまとめていただきました。

その後、この「中間のまとめ」に対して広く都民の皆様からの意見を募集いたしました。

ここで寄せられた都民意見を踏まえて、さらに部会で審議を重ね作成していただきましたのが、お手元の資料3「東京都消費生活基本計画及び東京都消費者教育推進計画の改定について答申（案）」でございます。

以上が、これまでの審議経過でございます。

○後藤会長 本日の審議の進め方ですが、まず、部会で取りまとめていただいた答申案について報告をしていただきます。

その後、答申案につきまして意見交換を行って、知事に答申する内容を決定したいと思います。

これまでの審議を踏まえまして、充実した意見交換ができればと考えておりますので、皆様の御協力をお願いいたします。

それでは、部会でまとめていただいた答申案について、検討部会の部会長であります野澤委員より報告を受けたいと思います。

野澤委員、よろしく願いいたします。

○野澤会長代理 中間のまとめに対する意見募集の後、先月1月10日に検討部会と消費者教育推進協議会の合同部会を開催して、答申案への都民意見の反映について審議いたしました。

ここに、答申案を取りまとめましたので、御報告申し上げます。

都民意見の募集結果と答申案への反映の具体的内容につきましては、事務局より説明いたします。

お願いします。

○企画調整課長 それでは、資料3、答申案に基づきまして、この中間のまとめに係る都民意見の募集結果を御説明させていただきます。

資料3の32ページをお開きください。

まず、「1 意見募集の概要」でございますが、周知方法は、東京都公式ホームページ、生活文化局ウェブサイト（東京くらしWEB）に募集要領等を掲載いたしましたほか、ツ

イッターにおきまして意見募集の呼びかけをしております。募集期間、意見提出方法につきましては、記載のとおりでございます。

「2 集計結果」でございますが、受付件数といたしましては29件でございます。意見提出者数は35件、こちらは連名でいただいたものがございますので、このような件数の相違になっております。提出主体の内訳等は、記載のとおりでございます。意見の総数でございますが、項目別に75件、これをそれぞれ項目別に記載したものが表のとおりになっております。

33ページの「3 主な意見」でございます。

こちらは、なるべく多くの御意見を掲載しておりますが、代表的な御意見、同じ御主張のものは趣旨をまとめて記載しております。各章、また、第5章につきましては、政策の柱ごとにそれぞれ審議会としての「意見に対する考え方」をまとめております。

概要を御説明させていただきます。

まず、33ページの「(1) 全体」は、答申全体に係るお考え、この報告書をもとに計画を立案してほしいとか、今後の政策を進めるに当たり賛成するといった御意見でございます。

「(2) 消費生活の現状に対する基本認識」につきましては、第2章に「5 国における消費者行政等の動向」という項目がございますので、そこに平成28年4月に消費者庁におきまして消費者志向経営の取組促進に関する検討会報告書の追記が必要という御意見でございます。これにつきましては、14ページの中ほどに「(3) 消費者行政関連会議での検討」の欄に、ウといたしまして、消費者志向経営の取組促進に関する検討会の趣旨及び報告書の概要を追記いたしました。

34ページにお戻りいただきまして、第4章、「(3) 3つの視点」に関する御意見として3点いただいております。

視点1につきましては、消費者が主権者として行動を選択できるようにするための解決や救済などの手段の必要性や、的確な情報を消費者に提供できるような取組の強化、人材と予算の確保等の御意見でございます。

2点目のグローバル社会に関しましては、新たな通信技術は高齢者が取り残されがちである点とか、外国人の消費者問題が発生する。このような視点を導入することに賛同するという御意見でございます。

視点3につきましては、適切な相談や事案解決のためには人や窓口適切につなげてい

く仕組みづくりが必要であること、また、キーパーソンとなる人や仕組みづくりを福祉サイドと連携して構築する必要があるという答申を踏まえて、都が計画を改定する際の具体的な取組についての御意見でございましたので、「意見に対する考え方」といたしましては、その旨を記載しております。以下も、都が計画改定の際の参考となるような御意見につきましては、同様の表記をしております。

第5章の「(4) 政策の柱」でございますが、政策1の消費者被害の未然防止拡大防止に関しましては、左側の番号で申しますと、10から12番に関しましては、注意喚起や情報発信、相談窓口の周知の重要性などについての御意見でございます。また、13から15に関しましては、見守りネットワークの取組を進める上でのさまざまな具体的な御意見をいただいたところでございます。

36ページの16から26番に関しましては、勧誘を希望しない消費者の意思の伝え方と事業者の取組、本文でいいますと、19ページの「例えば」というところからの表記になりますが、こちらにつきましては、いわゆる訪問販売お断りステッカーについての問題点を指摘する御意見、また、反対に不意打ち性の強い勧誘に関する規制の必要性に関する御意見などを多数いただいたところでございます。

特に38ページの26番に関しましては、訪問販売お断りステッカーに法的効果を与えることを念頭に置いているのであれば、具体的な施策の例として例示すべきと考えるという御意見でございます。

これら政策1の御意見に関しましては、38ページの「意見に対する考え方」といたしまして、消費者被害を防止するための注意喚起・情報発信につきましては、効果的な手法で行う必要があることを答申の中で提言している点、また、消費者被害の未然防止・拡大防止には、消費者自身が消費者トラブルについて気軽に相談できる相談窓口の周知も欠かせない点につきましては、趣旨が盛り込まれているという御説明をしております。

また、高齢者の消費者被害防止対策に関しましては、高齢者等の消費者被害を防止する見守りネットワーク構築のほか、高齢者に多い消費者被害について何らかの対策の検討が必要であると考えている点を記載しております。

また、勧誘を希望しない消費者等の取組などの検討につきましては、いわゆる訪問販売お断りステッカーに法的効果を与えることを特に前提としたものではなく、選択肢の一つとして都において幅広く検討することを望むものであるという旨を記載したところでございます。

次に、39ページの政策2、不適正な取引行為等の排除と健全な市場の形成でございます。この27から32に関しましては、不適正な取引行為を行う事業者への取組の強化に関する御意見と特商法改正に関する規制の強化について問題点として指摘する御意見がございました。

また、33から35に関しましては、コンプライアンスの取組への支援に関する御意見でございます。

これらの「意見に対する考え方」といたしまして、答申の趣旨に沿った内容の説明を記載しております。健全な市場の形成に向けた事業者のコンプライアンス意識の向上につきましては、事業者みずからの取組が重要であるとの御趣旨については盛り込まれております。また、事業者のコンプライアンス意識を向上し、消費者の利益を確保するために、都が事業者や事業者団体と連携して積極的に取り組む事業者への支援を行っていくことを提言しているところでございます。

次の政策3、消費生活の安全・安心の確保でございますが、こちらでは、事業者・事業者団体との連携とか、事故情報などの周知に関する御意見がございました。

これに関しまして「意見に対する考え方」でございますが、商品・サービスに起因する事故について、対象となる消費者に応じて効果的に注意喚起・情報発信を行っていくことは、政策1の18ページに記載しておりますので、この商品・サービスの安全対策と消費者への注意喚起・情報発信を適切に行っていくことを都に期待するということが記載しております。

政策4の消費者教育の推進と持続可能な消費の普及でございますが、こちらにつきましては、ライフステージに応じた消費者教育の必要性に関する御意見と、また、特に成年年齢引き下げを懸念した若年層からの消費者教育に関する具体的な御意見を多くいただいたところでございます。

この「意見に対する考え方」といたしましては、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は本文に盛り込まれていること、また、成年年齢引き下げに伴う若年層に対する消費者教育の充実の必要性についても本文の中で提言しているということでございます。

また、49番で具体的な修文の御意見をいただいております。この「成年年齢に達するまでの若年層への消費者教育を充実していく必要がある」といったところに、修文案といたしまして、「健全な金銭感覚の涵養を通じた消費者意識の啓発など」という文言を挿入し

たほうがいいのではないかという御意見でございました。この理由といたしましては、若年層の消費者トラブルは金銭に絡む事例が目立つというところで、健全な金銭感覚を通じた消費者意識の啓発による予防策が重要であるという御意見でございます。

これにつきましては、「意見に対する考え方」の3行目でございますが、健全な金銭感覚の涵養を通じた消費者意識の啓発だけではなく、契約のルールを理解ですとか、悪質事業者の手口の把握など、必要な消費者教育の内容はさまざまなものが考えられると部会等の議論でなっておりましたので、原文のままとなっております。

その他、消費者教育における多様な主体との連携につきましては、都では、これまでも、地域や職場等における消費者教育の中心的な役割を果たす人材育成を目的といたしまして、「消費者問題マスター講座」や学習教材などを弁護士などと連携して行っております。今後も引き続き弁護士等を初めとする必要な主体と連携していくことについては、大変重要であると考えておまして、本文で提言していることを記載しております。

また、WEB版消費者教育読本では、買い物の疑似体験など、消費者問題を理解できる内容のものも作成しておまして、引き続き消費者教育の充実を都に期待するというものであります。

政策5の消費者被害の救済の充実につきましては、相談体制の充実、外国人や障害を持つ方への対応、また、被害の救済についてさまざまな具体的な御意見をいただいたところでございます。

「意見に対する考え方」といたしましては、45ページにありますけれども、消費生活相談で受け付けた相談内容は、トラブル解決のほか、いろいろ消費者被害の未然防止・拡大防止に役立つと考えております。都では、これまでも相談傾向を分析した年報の発行やテーマ別分析を行っている状況でございます。

また、消費者被害の状況を踏まえまして、必要に応じて国等への法令改正の働きかけを行っている状況でございます。

これを受けまして、消費生活相談は消費生活行政の根幹であるため、相談体制の充実策について、都における検討を期待するということを記載しております。

最後に、「(5) その他」でございますが、御意見の内容は、地域協議会について、よりよい活用方法を検討すべき時期であるという御意見でございます。

消費生活に関しましては、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消費者安全法に基づく消費者安全確保地域協議会の2つの地域協議会がございますが、いずれ

の協議会も都内で設置している市町村はまだ少ない状況でございますので、設置に向けた課題の整理は必要であると考えておりました。御意見の内容は施策の検討の際の参考になるものと考えておりますという記載でございます。

以上でございます。

○野澤会長代理 ただいまの事務局からの説明のとおり、今回も、都民の皆様からたくさんの御意見を頂戴しました。

部会では、いただいた意見の答申案への反映について議論いたしまして、これまでの部会、総会での審議内容も踏まえて答申案をまとめました。

部会で委員から出た意見としては、成年年齢引き下げに関して、消費者教育の充実が必要である。中でも、都民の意見、これは43ページの51番ですけれども、体験型教育が重要ではないかという意見が部会でも多く出ました。

今回の意見募集では、ごらんとおり、持続可能な消費の普及に関する意見が1件もありませんでした。それだけ持続可能な消費という考え方が普及していないのではないかという意見がありました。また、見守りネットワークに関連して、消費者安全確保地域協議会や、見守りネットワークにおける消費者生活部門と福祉部門の連携の記載について、基本計画での記載の充実を望む意見などが部会ではありました。

このような部会での審議を経まして、答申案を取りまとめましたことを御報告申し上げます。

部会からの報告は以上です。

○後藤会長 ありがとうございます。

ただいまの報告を受けまして、意見交換に入りたいと思います。

先ほども申し上げましたけれども、本日、答申の内容を決定したいと思いますので、円滑な会議運営に御協力をお願いいたします。

それでは、都民意見の答申案への反映などについて、御意見、御感想などがありましたらお出してください。

上村委員、よろしく申し上げます。

○上村委員 都民の意見から、49番あるいは50、51あたりで「金銭感覚」という言葉が出てきているかと思います。前回の総会でも、「家計管理」、「生活設計」という言葉を盛り込んでどうかという発言をさせていただいたかと思いますがけれども、個別の契約の知識だけではなくて、自分の暮らしがその後どうなっていくのか、どのような暮らしをし



たいのかを考えるとときには、やはり金銭管理に基づく家計管理力、生活設計力、金融リテラシーというものが需要ではないかと思うのですが、その辺のところを何か御議論がありましたら、経緯を教えてくださいたいと思います。

○後藤会長 お願いします。

○野澤会長代理 どうもありがとうございます。

その点については、部会でも大変議論になりましたというか、意見交換がありまして、やはり金銭感覚の涵養が全ての消費者教育の中での最初のファーストステップではないかということで、これをやはり入れるべきではないかという議論もございました。

部会の中で検討した結果、この基本計画は基本計画として、今回の答申案はこのままにして、そこだけを抜き出すということにはしません、ただ、また具体的な計画を策定していく上ではそこを大事にしようという議論になりました。

あとは、事務局から何かございますか。特にないですか。

○企画調整課長 はい。特にございません。

○野澤会長代理 そういうことです。

○後藤会長 上村委員、いかがですか。

大澤専門員、お願いいたします。

○大澤専門員 東京都金融広報委員会の大澤でございます。

部会でも、このあたりは非常に活発な議論がありました。消費者トラブルを大きく分けると、1つは健康に関する被害です。もう1つは、契約のルールその他もろもろありますけれども、結局、根っこのところは金融、お金のトラブルに行きつくであろうところになりました。今回の答申では、先ほど部会長からありましたように、抽象的な表現にしているということなのですが、これからその具体的な計画をつくる中で、家計管理、金銭教育、こういったものを検討していこうというお話になった経緯がございます。

以上でございます。

○後藤会長 よろしいでしょうか。

○上村委員 はい。

○後藤会長 それでは、ほかにはございますでしょうか。

飛田委員、よろしく申し上げます。

○飛田委員 政策3、ページでいいますと41ページの41番の御意見について、ここでは具体的にLPガス事業者の存在も忘れてほしくないという言葉が入っているのですけれ

ども、その最後の行の「公共施設での日頃からの利用がなければ、いざという時には間に合わない」という災害時のエネルギー問題については、L P ガスのほかに、灯油とか、ガソリン等、そういう業界でも、日常的に公共機関、施設等との提携をしておく必要があるということを考えているようでございます。

この辺については、何か御議論がありましたでしょうか。

○後藤会長 事務局からよろしく願いいたします。

○企画調整課長 震災時等に対応するための応急物資等に関しましては、いろいろ東京都でも各担当部署が協定を結んでおりますので、計画の策定の際に具体的にしていきたいと思っております。

○飛田委員 お願いします。

○後藤会長 飛田委員、よろしいでしょうか。

○飛田委員 1つだけもしつけ加えるとすれば、こういうエネルギーの業者の中には、大変不安定で、公共の調達等も加えて生業が成り立っているというところもあるようでございます。また、倒産するところが多いので、いざというときに、例えば、最近、ガソリンスタンドが全国的に減っているわけですがけれども、そういう状況になってきますと間に合わないという声がありますので、ぜひそういう全体を見通した上で施策を講じていただければと思っております。

○企画調整課長 ありがとうございます。

東京都が協定を結ぶ場合には、個別の店舗等ではなく、その大もとの事業者団体や協同組合等と結ぶ場合が多くなっております。そのご協力いただける内容はその業界団体等と詰めていくという手法をとっておりますので、ご指摘のあたりも注意しながら進めていきたいと思っております。

○後藤会長 よろしいでしょうか。

○飛田委員 はい。

○後藤会長 それでは、ほかの問題で何かございますでしょうか。よろしく願いいたします。

木村委員、どうぞ。

○木村委員 25ページの「(2) 持続可能な消費の普及」というところで御意見がなかったという話だったのですけれども、それはこの答申案を改めて見ると、都民にとって、持続可能な消費という言葉が身近に感じられないからではないかと思えます。実は自分の生

活の中で自然に行っているけれども、それを持続可能な消費としては意識してやっていない、そういうところで、もう少し消費者目線に立って、これは本当はエシカルなのですよ、本当は倫理的消費なのですよ、持続可能な消費なのですよと消費者が意識できるような政策をしていただければと思います。具体的に言うと、私たちは、例えば、環境のためにエコバッグを普及したりとか、マイ箸を持つとか、いろいろなことをしてきましたけれども、そういうことが実は持続可能な消費だということが、なかなか意識として結びついていない。それを具体的に消費者の中にどうやって意識させていくかということが重要だということを、意見がないというところで感じました。

持続可能とか倫理的と言うと、何かすごく難しい感じがするのです。ですから、その辺も含めて今後の施策をしていただくときには、もう少し身近に、私たちの生活に取り入れたいといった期待を込めたようなものにしていただければという感想を持ちました。

以上です。

○後藤会長 ありがとうございます。

事務局、何かございますでしょうか。

○企画調整課長 ありがとうございます。

部会の中でもやはり「エシカル」という言葉の浸透や意味の理解が課題などのご意見が出されております。ただ、ほかに的確に言いあらわす言葉がないというのが現状でございます。消費者庁でもネーミングの募集を全体にかけて、「思いやり消費」とか、いろいろ御意見が出ておりますが、消費者庁としても1つには決めずに、エシカル消費を普及させていくときには、いろいろな場面があるので、その場面に応じた使い方をしてほしいというコメントをつけての公表でございました。部会の中でもこれをどうやって浸透していくかというのはいろいろ御意見をいただいておりますので、今後、計画策定の際には、そういう点にも配慮しながら、いかに消費者の御理解をいただくか、また、それを行動につなげていけるかということを感じたいと思っております。

○後藤会長 木村委員、よろしく申し上げます。

○木村委員 ありがとうございます。

ただ、今、「エシカル」という言葉もだんだん普及してまいりましたので、余りいろいろな言葉が出てしまうとかわって混乱してしまうと思います。その点も踏まえて、本文の中に書いてありますが、環境にやさしいとか、わかりやすい形にしていいただければと思います。

○後藤会長 ありがとうございます。

それでは、ほかに何かございますでしょうか。

里吉委員、よろしくお願いいたします。

○里吉委員 今の教育のところですけども、私も、先ほど持続可能な消費、エシカルのことについて余り意見がなかったということで御心配の声があったということを知ったのですが、そういう意味では、これから全体に広げていくのは大事なのですが、やはり消費者教育といったときに、学校との連携がすごく大事だと思うのですが、皆さんも御存じだと思いますが、今、小学校、中学校、高校は大変忙しく、そして、いろいろな科目があり、大変苦勞しながらそういう時間を、金融教育もそうですし、いろいろないわゆる科目以外の時間をとるのがすごく大変な現状なのです。

ただ、その中でも学習指導要領で今度は持続可能な教育ということで、たしか来年度の予算に、教育庁、東京都の教育でもこの予算が入っているので、東京都はこれまで消費者教育も全国をリードしてきたところですので、ぜひこれを具体化する意味では、こちらからいろいろな発信を教育の分野にもしていただきたいと思いますというのですが、そのことについて何か具体的な議論とかがもしあればお伺いしておきたいのです。

○後藤会長 それでは、野澤部会長、お願いします。

○野澤会長代理 部会の中でもその点は議論がありまして、やはり教育が大事だろうということになりました。確かに、今おっしゃったように、時間が大変だというのはそのとおりで、みんな認識しているのですが、東京都でも教育に今後力を入れていくということで、今回、越山部会長を中心にまた教育に関してもまとめていただきました。今後、具体的な計画の中でやっていきたいと思っています。

○後藤会長 都で補うことがあれば、よろしくお願いいたします。

○大澤専門員 東京都金融広報委員会の大澤でございます。

これも、今、部会長からありましたように、部会でも非常に活発な議論が展開されました。次期学習指導要領につきましては、昨年12月21日に中教審から答申が出ておりますので、近々、次期学習指導要領の本体が公表されるかと思えます。答申を読む限り、幾つかのキーワードがございます。例えば、1つには、アクティブ・ラーニング、先ほどもありましたけれども、体験型、対話型の学習。それから、社会に開かれた教育課程という文言もキーワードとしてございます。

例えば、私どもでも、ゲストティーチャーとして、金融広報の専門家を前出授業に派遣

し、学校にお邪魔して授業を展開しているという形での連携をしております。ですので、学習指導要領の次期のものに基づきまして、こうした外部の知見を取り入れながら教育を展開していくこともできるのではないかという議論が部会でもなされました。

また、先生方は非常にお忙しいというのは全くそのとおりという議論があったのですが、例えば、科目ごとの壁が厚いという御意見を現場の先生方からよく伺います。しかしながら、例えば、金融教育という視点から見ますと、社会科はもとより、家庭科とか、あるいは複利計算などは数学でもできるわけですので、こういった教科の壁を乗り越えるような、横串を通すような授業の工夫、こういったものができるのではないかということも議論いたしました。

これらについても、具体的な計画の中でこれから議論していこうと考えております。

○後藤会長 よろしくお願ひします。

○消費生活部長 倫理的消費につきましては、国の研究会にも私はメンバーで出ておまして、いろいろアンケートなどを国のほうでもやっております。全体的に数値的なデータでいったところの注目は現状そんなに高いわけではないのですが、だからこそやりがいがあるのだという意見も出ておまして、そういった中でこの消費者教育の重要性は盛んに言われております。私どもも、この分野と、後で出てくるかもしれませんが、民法の成年年齢引き下げ、この2つはこの5年間を見たときに特に消費者教育では非常に重要だと思っておりますので、庁内連携をしっかりとって対応していきたいと思っております。

○後藤会長 どうもありがとうございました。

消費者教育につきましては、今、御意見がたくさん出ておりますので、ほかにまだ御意見があるかもありません。ございましたら、お出してください。

飛田委員、よろしくお願ひします。

○飛田委員 持続可能な消費の普及のほうに力点を置いたことになるかと思ひますけれども、例えば、事業者さん、レストランに行ったときに、食堂でも、御飯の量が大変多い場合がございます。また、マスコミでも一部むちゃくちゃな大食いの方といひましょうか、本当に見苦しいような映像をよく見るわけですが、あれはもうやめてもらいたいと思ひていひます。

私も、レストランに入ったときに、うっかりして御飯を少な目にしてくださいと言ひのを忘れてしまうことがあるのですが、そうしますと、私の世代ですと、御飯粒を残してはいけなひという祖母の代ぐらひからの言ひ伝えもございひますので、これは自分が残しては

いけないのではないかと思ってしまうのです。レストランの方々、事業者の方々に食品ロスについてももう少し踏み込んでいただいて、あるところでは大盛りにしたら幾らプラスで、引いた場合には少し安くするというメニューもございますので、そういう事業者さんの御協力も得て、消費を選択できるような普及体制、消費者教育にもつながるような工夫が必要でしょう。そういうことを何とか多くの業界の方、例えば、ここには井上委員も来ておられまして、井上委員は、今、生団連という組織にも所属されておられまして、そこにはいろいろ食品提供の事業者も入っておられますし、そういう方々の御協力を得て進めていただきたいと思っております。高齢になって余り食べられない方は小さいものを選びたいという方もありますし、自分で袋を持ってきて持ち帰る方もあるのです。どうぞこのロスの問題についてぜひ御検討いただきたいと思っております。

○後藤会長 佐藤委員、よろしく申し上げます。

井上委員はその後でよろしく取組をお願いいたします。

○佐藤委員 私は昨年ACAPの専務理事に就任しました。賀詞交歓会など会員様との飲食を伴う会合があるのですが、「料理が少なかった」等の不満のほかに「パーティーの食事がたくさん残っていた、これは考え物だ」とった声もアンケートで寄せられることがあります。「持ち帰りの器を持ってくればよかった」等の声が聞こえることもあります。企業等で働く我々も、一步職場を離れれば消費者です。食品ロスなどの課題をこういった場でも考える必要を感じたりしています。あるパーティーで、進行役が最後に、「残さずにきちんと食べて帰ってくださいね」というコメントをしたのには感心しました。「無理に食わすのかい?」という声もありましたが、主催者側、料理を注文するほうも、7掛けか6掛けかわかりませんが、そのあたりのことを考えなくてはいけないのだろうな、と感じます。

行政の懇親でも「今日は残っているものがないよう、きちんと食べてくださいね」という最後のご挨拶を耳にしたことがあります。いろいろな場面で消費者課題に留意し、注意喚起しあうということの重要性を最近強く感じます。

感想めいた発言で申し訳ありません。

○後藤会長 どうもありがとうございました。

井上委員、よろしく申し上げます。

○井上委員 飛田委員からボールが飛んできたので発言させていただきますが、まさに事業者と消費者の協働というのが非常に大事だろう。私は、チェーンストア協会、先ほどの生団連、両方に携わっておるのですけれども、そう思います。

その前に、ここに「消費者志向経営」とありますが、チェーンストア協会などにおりますと、これは当たり前のことで、今さら言われなくても、お客様のほうを向いて経営するのは当たり前の話でして、むしろ、今、我々として考えなくてはいけないのは、この消費者志向、CSの先をどうするのかということです。

私は勝手に2つのESと言っているのですけれども、1つは完全な造語で、EnvironmentのEです。Environment Satisfaction、こういう言葉があるわけではないのですが、ここに書いてあるレジ袋削減だとか、そういうことについて、消費者の利便ということと環境ということ、事業者だ消費者だということではなくて、お互いにCSとESを両立させるためにどうしていくのかというのは協働作業になります。レジ袋削減のところについてさらに言うと、東京都さんで最近レジ袋ゼロという話も出てきているのですけれども、行政のリーダーシップというのも間違いなく必要だろうと思います。もう一つのESが、今、感情労働ということも出てきますが、Employee Satisfactionです。この人手不足の中で、このCSとESをどう両立させていくのか。

これも事業者だ消費者だということではなくて、特にサービス業でいいますと、まさにコマンドは上司よりもお客様から来ることが多いわけですから、この消費者と事業者が一緒になって、そここのところの解決、それから、先ほど飛田委員から言われたような食品ロスもそうです。やはり一緒になって考えていく。

恐らく、社会の中でも、何割かわかりませんが、日本の社会の中で、9割あるいは95%以上は、普通の消費者と普通の事業者がこの対話の中でやっていくといい世界。残りのごく一部の悪質業者に対して、これはなかなか難しいのですが、私の感覚からすると、そこを新たな法律をつくってどうしたこうしたということになりますと、恐らくそういう悪い事業者というのは、舌を出して別のところでやる。その結果、残った法令で苦しむのは普通の消費者であり、普通の事業者でありということになってしまいますので、これもなかなか難しいのですけれども、それこそ詐欺とか、あるいは脅迫、あるいはストーカー防止条例、こういった根本的なところで取り締まること以外、幾ら構成要件をたてつけても、恐らく悪いところはそれをすり抜けてまた別のことを考えるというだけで、いたちごっこになってしまう。もちろんその上で消費者教育というのも大事だという感じを持っています。

最初に戻りまして、事業者と消費者、これからは対立ではなくて、一緒になって考えて

いく時代ではないかと思えます。

○後藤会長 どうもありがとうございました。

末吉委員、よろしくお願いします。

○末吉委員 先ほど木村委員がおっしゃっていた、消費者にとって何がエシカル消費なのかわかりやすいようにもっと具体的に説明していく必要があるというご意見、私も同感いたします。

消費者庁でもエシカルの日本語表記のアンケートをとりましたけれども、多かったのが「思いやり消費者」や「お互い様消費」、あとは「未来消費」というのもありました。場面場面でどうやって使い分けるかという、例えば、「未来消費」は若者に向けて教育をするときに使っていくとか、「お互い様」、「思いやり」は地方や高齢者にむけて使うと割とわかりやすいのではないかと、そういった話がありました。

ただ、私としても、「エシカル」という言葉が使われ始めて浸透しつつある中で、使い続けていくことで定着するのではないかと思えますので、「エシカル消費」、「倫理的消費」という言葉は、ほかの言葉を使うよりは、使い続けていくのが重要ではないかと思えます。

消費者教育の中では、やはり教科を超えて「エシカル」というキーワードを横串に教育をしていくことができるのではないかと思えます。そもそもエシカル消費がなぜ必要かというと、世界が抱える問題、貧困問題、人権問題、気候変動、さまざまにありますけれども、エシカル消費はそれらの問題を解決する一つの有効な手段になります。地球市民として我々一人一人として、そういった世界が抱える問題を身近なところで変えていくことができることをわかってもらうということが大事だと思いますので、「エシカル」という言葉を使いながら、教育の中でも伝えていければと思います。

○後藤会長 どうもありがとうございました。

佐藤委員、その後、上村委員、よろしくお願いします。

○佐藤委員 エシカルという表現がよいのか、何がよいのかわかりませんが、いろいろなところで「エシカル」という言葉が使われ始めていることは非常によいことと思っております。

かつて山手線を「E電」、東京ドームを「ビッグエッグ」と称したりしていましたが、結局、呼び慣れた名称に落ちつくみたいなのがあります。ということは、名称を提言し、いろいろ議論したことが良かったのかと。いろいろな場面で「エシカル」という言葉がよいのかどうか、他の呼称がないだろうかと議論されていることは良いことかもしれません。



それから、いろいろな科目を横断的に、という話があったので思い出したのですが、自分の学生時代で印象に残っているのが、実は授業の本体ではなく、先生が授業の始まる前に余談的に話された話題や最近の時事のエピソードだったという記憶があります。大人になっても、あの先生は数学の先生だったのに何であるな社会の出来事をわかりやすく話してくださったかな？と思い出したりすることがありますが、色んな科目の先生が、そういう消費者問題や消費者関連の話題を盛り込み、学生に提供していくというのも、立派な消費者教育かもしれないと思います。そういう話題を提供できる先生が育成されていけば良いな、という気持ちはしております。

○後藤会長 ありがとうございます。

それでは、上村委員、よろしくお願いします。

○上村委員 食品ロスの話に戻るのですが、消費者庁で食品ロスの削減の情報交換会というのをやりましたときに非常に印象的だったのが、松本市の人がいらっしやって、3回会議をやったときに3回とも「3010運動」と連呼されたのです。それはどういうことかというと、宴会が始まってから30分間はちゃんと御飯を食べましょう。万歳をして宴会が終わる10分前はちゃんとまた食事は食べましょう。お酒を飲んで情報を交換するだけではなくて、ちゃんと食べるという時間を宴会の中に入れましょうというのを松本はやっていますと「3010運動」と連呼されたのですけれども、とにかく事業者も消費者も一緒になって、そういう食品ロスを削減する運動を松本では「3010運動」というキャッチコピーでやっていますというのを連呼されましたら、その後、いろいろなところの日本全国の条例として3010運動とか3010条例というのができていって、食品ロスを減らしましょうという活動に広がっていているのですけれども、東京都もぜひできればそういうキャッチコピーになるようなものをお考えいただいて、東京都はエシカル消費あるいは食品ロス削減にこんな活動をしていますよと、一言で言えるようなものをお考えいただけるとありがたいというのがまず1つでございます。

その食品ロス削減のときに言われたのが、先ほどから言われている消費者と事業者が対立的にやっていくのではなくて、食品ロスを削減するというのは、事業者にとっても費用を削減したいし、自治体にとっても食品ロスが出るとそれを処理するために税金が使われるし、誰にとっても食品ロスは出したいものではない。

ところが、今までの慣行で出してしまうような慣行になってしまっている。それを変えられるのは誰かということ、基本は消費者なのだと。消費者が、きちんと賞味期限が近いあ

るいは消費期限が近いようなところからちゃんと消費をしていくような、そういう心がけ、消費行動をとらなければ、今、消費者志向の経営をやっている事業者は動きようがない。

つまり、悪いのは消費者ではないですかというのを一言誰が言うかという話のときに、生協さんが実はそこの中に入っているから、悪いのは消費者ですねと、私たちは事業者も消費者もやっているから両方言えるのですけれども、これは消費者の行動を変えなければ事業者は動けないのですという一言を言われたことによって、非常に動きやすくなったというのがあります。

消費者と事業者が両方で話し合いをして、今までの慣行で出されているようなロス、あるいはいろいろな問題点を変えていくことができる時期なのかなと思います。

以上です。

○後藤会長 どうもありがとうございました。

柿野委員、よろしくをお願いします。

○柿野委員 また消費者教育の話に戻ってしまいますが、先ほど教科横断的という意見が何名かの委員から出てきたかと思います。

昨年末の中教審の答申でも、アクティブ・ラーニングという学び方に加えて各学校におけるカリキュラム・マネジメントという考え方が出てきていまして、学習の基盤となる資質能力や現代的な諸課題に対応して求められる資質・能力を身に付けるためにさまざまな教科等で学んでいる内容から学びを構成していくという考え方が、大きな流れとして出てきています。

そういった流れを受けてか、最近では例えば、徳島県で教育振興基本計画の中にこの消費者教育が柱の一つとして位置付けられて、全県的な展開を行ったり、兵庫県姫路市でも教育振興基本計画の中に消費者教育が位置付けられ、学校園における消費者教育の指導事例集を集めた消費者教育指針を教育長のトップダウンのもと作成しているという事例が出てきています。このようにまだ点ではありますが、このように学校全体として教科横断的に進めていくための体制が整うような動きも出てきているので、ぜひ東京都でも、学校全体で進めていく、教科横断的に進めていくといったときに、そういった面の検討もぜひ教育庁と一緒に進めていただけたらと思います。

また、現在でも食育推進の場面で、各学校で年間を通じてどういった食育の内容を取り組んでいくのかを明確にするために、全体の計画表のようなものをつくっている学校が多いのですけれども、例えば、消費者教育で、年間を通じてこの学校の児童生徒にどうい

力を身につけていくかを明確にし、教科の学習の中でどのような関連性があるのか、というところを各先生で共有していただきながら、そういったカリキュラム・マネジメントというところにつなげていただけたらと思います。

以上です。

○後藤会長 原田委員、よろしくお願いします。

○原田委員 ありがとうございます。

全然違う話になってしまっていて恐縮なのですが、例えば、「(3) 3つの視点」の2つ目の情報通信技術の進化やグローバル社会への対応のところ、中長期的期間、東京に滞在する外国人もふえるので、外国人の消費者問題の対応が求められるというお話に対して、都民の方の御意見として、8番のところに、グローバル化社会の中でそういう対応をする視点を導入することに賛同すると。また、消費者被害の救済の充実というところの26ページのところにも、下のほうに外国人の増加に伴いということで、こういった外国人への対応に対しても、例えば、55番の都民の御回答に関しまして、専門性の高い御相談を今も受けているところを、また外国人対応をするということに大変評価をします。おおむね外国人対応に対しまして好意的な都民の考え方がこの2つから見えたのですが、確かにこのとおりで、外国人が、日本、特に東京にたくさんこれからもオリンピックとかで来られるということで、これが一時的滞在もしくは長期間滞在なのか、それとも東京に在住されていらっしゃるのかということでも対応も変わってくるのかと思うのですが、我々は5年ほど、今、国民生活センターにあるのですが、越境消費者センターという、要は越境取引に関するトラブルの相談窓口がございまして、それは越境ということで、日本の消費者が外国の事業者の取引をしてトラブルになったものと、あとは紛争解決機関と幾つも提携しまして、そちらの提携先の国の外国人の方が、日本の事業者と取引をして消費者被害に遭ったと。それに対する相談窓口という形で活動しておりまして、我々もそれに設立当初からかかわらせていただいているのですが、そういった窓口とか、国際的な紛争解決機関とか、そういうものを逆に言ったら活用して、例えば、在住であれば、外国語対応とかでいいと思うのですが、例えば、一時滞在でこちらに来たときに、消費者トラブルになってしまったと。相談窓口として、一時的対応で済むものならいいのですが、例えば、長期間の込み入った内容だとか、だけれども、もう国に帰ってしまうというレベルの話だったら、そういう紛争解決機関と提携するとか、グローバル化に合わせてせっかくいろいろな紛争解決機関も多様化していますので、そういったところとも連携したりと

か情報交換とかをして、この外国人対応というところを今後進めていっていただきたいという意見でございます。

ありがとうございます。

○後藤会長 どうもありがとうございました。

ただいまの原田委員の御意見に関しては、都で、現状はこうだとか、あるいは施策でこういう可能性があるとか、何かございましたら、コメントをいただけるとありがたいのですけれども。

○相談課長 東京都消費生活総合センターでございますが、外国人相談につきましては、現在は事前予約によって通訳を派遣していただいて対応しておりますが、これに加えまして、新たに、通訳、相談者、相談員の3者がこの電話回線がつながる状況で会話できる仕組みを、平成29年4月から導入予定でございます。そのような形で、外国人の方からの相談対応を図っていきたいと思っております。

○原田委員 ありがとうございます。

○後藤会長 どうもありがとうございました。

ほかにもございますでしょうか。

河上委員、よろしく申し上げます。

○河上委員 全体には、非常によくできた報告書だと思いますので、基本的に賛成なのですけれども、3つほど申し上げたいことがあります。

1つは、先ほどの食品ロスの問題ですけれども、消費者の意識改革が大事だということはおっしゃるとおりなのですが、この間も見ていて、恵方巻きのコンビニでの販売の話がマスコミでもございました。上から100本のノルマを販売店に課す。若いアルバイトの子が、学校まで行って友達に予約をとって売らないといけない。そうでなければ自分の家で買って帰って、20本近く家族で食べたというかわいそうな話をしていました。もちろん上の方はそれは知らない、そんなことはしていないとおっしゃるのだけれども、販売のシステムの中で結局食べられないものを捨ててしまうという形にならざるを得ないような事態もあるようです。消費者が買う買わないとか、それを全部食べるのかという話とは別に、この販売システムの中でそういう問題が起きているというのは意識して良いことだと思います。コンビニ弁当などもそうなのだろうと思うのですが、問題を考えていくと、ただ単に消費者だけの意識改革だけではなくて、販売網の中での事業者自身の意識改革も含めて、エシカル消費はやっていかないといけない問題なのではないかということが1点ご

ざいました。

もう一つ、成年年齢引き下げ対応の問題ですけれども、実は内閣府の消費者委員会で、1月10日に、後藤座長にも随分尽力していただいたのですが、報告書をまとめまして、包括的な形で、消費者教育の問題は結構大きく扱っておりますけれども、制度整備の問題なども議論させていただきましたので、ぜひこの都の計画の中で実現していく上で参考にいただければありがたいというのが第2点目です。

第3点目ですけれども、これは実は余り議論が進んでいないのですが、御承知のように、ヨーロッパなどでは、脆弱な消費者、弱い消費者の問題というのが非常に盛んに議論されていて、特に子供についての議論が注目されます。不当な広告についての監視は都でもやっているというお話だったのですが、最近のヨーロッパでもよく言われているのは、子供に対する攻撃的な広告について、もっと何か手を打つ必要はないのかという話でございます。

子供というのは、例えば、自分の好きなヒーローやアイドル、スターとか、格好のいい人、それがテレビの中での主人公と実在の人物の区別がつかないことが多くて、その人が推薦しているときには、これは推薦をしているのはスポンサーの営業、広告なのだということがわからないのです。結局、自分の好きなヒーローが自分に対してこれを持つといいと言ってくれたことを信じて、お母さんにおねだりをする。家庭での子供の立場もかつて以上に強くなっているため、親はそれに従う。そういうふうには、精神的に未熟な子供に対して攻撃的な広告をすること自体も禁止している国もあるぐらいなのです。日本では今まで余り考えたことはなかったことかもしれませんが、子供の感受性とか精神状態を前提として攻撃的な広告をすることについて一定の歯どめをかけていく必要は、これからはあるのではないかという気がいたします。これはまだ今回の中でどうこうということではないのですけれども、不当広告に対する監視・監督というテーマの中で頭の隅に置いておいていただいて、今後の課題の一つにいただければありがたいと思います。

○後藤会長 どうもありがとうございました。

飛田委員、よろしく申し上げます。

○飛田委員 ただいまの河上委員の発言を伺いまして、私どもも、随分昔のことになるのですが、「子供向けコマーシャルの留意事項」という今の「放送基準」の中の最後のほうに出てくるものがあるのですが、子どものためのテレビCM連絡会というものを国際児童年のときに立ち上げまして、消費者運動で成立させたのです。例えば、子供にふさわしくな

いようなものを子供の見ている番組内とか視聴時間帯で放映しないようにとか、アルコールとか、たばことか、今、たばこは追放されましたけれども、また、タイイン (tie-in) というのですが、アイドル、番組の主人公がその後ですぐに商品を宣伝して、子供には判別がつかない、大好きなアイドルの勧めているものとか、そういう手法などもやめてほしい。それから、子供を演技者として人権を侵害するような活用の仕方はしてはいけないのではないかということをお断りしていたのです。

当時少しは改善されたかもしれないのですが、最近余りにも広告の量も多いですし、この量の問題は少し考えていただけませんかとお役所の方とか、民放連の方々にもお会いしたときに申し上げてはいるのです。

当時、テレビ、ビデオを録画して、いっぱい見てカウントして調査した経験から、現在の状況は明らかに国際水準から逸脱していると思うのです。民放連の会長も、私も多いと思ったので調べてみたが、多分18%以内におさまっていると思いますということをつい最近おっしゃっておられましたが、恐らくステーションブレイクといって番組と番組の間に入る広告をカウントされていないのではないかと思います。それは事実関係を調べなければ何とも言えないことですが、広告の量と質、これは、オリンピックが来るからということだけではなくて、我が国の文化水準が問われるようなことではないかと思います。1人ずつと怒りを胸に秘めておまして、最近、やはりこれは言わなければいけないと思って、また、勇気を振り起こしてお会いする方に申し上げているのですが、ぜひ教育する中に、情報に対するリテラシー、テレビのCMだけではないのです。雑誌にもいろいろな雑誌があるようで、最近、何だか安い1,000円以内のものに相当な料金のかかる景品が各雑誌の中についてきたりして、たまたま出版物の方にお会いしたときに、あれはおかしくないのですかと言ったら、我々はあれを入れさせられているのですよと言って、被害者みたいな言い方をされる。出版元との関係があるみたいなのですね。出版物も含めて、中に入っている景品でつろうとするもの、それから、ゲーム攻略本みたいなものがありまして、人気キャラクター、ポケモンとか、そういうキャラクターの種類が、その雑誌を買うと提供される場合があるのです。これはどこの国にもある傾向もあるかもしれませんが、我が国は特別キャラクターものがたくさん出ております。とにかく商業量と質、それから、雑誌、スマホのゲームなどで子供たちの人権が侵されていないか、押しつけられ、おかしい低俗な文化の中で埋没してしまうようなことがあっては、将来も懸念されるわけです。

消費者教育の中で御検討いただきたいし、規制もしっかり行っていただきたいと思っております。

以上です。

○後藤会長 どうもありがとうございました。

種々の御意見をいただきましたが、里吉委員よろしくお願ひします。

○里吉委員 1点だけ。都民の皆さんからの意見の54番、44ページのところに、相談員の方は大変苦勞されているけれども、非常勤職員で大変厳しい、相談員の待遇改善に取り組んでほしいというお話があって、ここは政策5のところいろいろな意見がありまして、今、特にここが解決しなければいけない問題だと私も考えているので、注目して54番を読ませていただいたのですが、それに対する意見として、全体をまとめてですけれども、都の意見として、消費生活相談は消費生活行政の根幹であるため、相談体制の充実策について、都における検討を期待しますということで、これは答申ですからここでとどまっているのですが、ここでどういう御議論があったのかだけ最後にお聞かせいただければと思ひまして、発言しました。

よろしくお願ひします。

○後藤会長 どうもありがとうございました。

どういう御意見があったのかという御質問なのですが、事務局、よろしくお願ひいたします。

○企画調整課長 相談員に関しましては、消費生活センターで第一線を支える職員でございまして、東京都の相談、消費者被害の状況のアンテナ機能ということもございまして、そういったところで充実が必要という御意見がいろいろありました。東京都といたしまして本年度から取り組んでいるところでございまして、過度な要求をされる消費者が増えておまして、そのような方々に対応する相談員の疲弊感というものは否定できない状況がございまして、そのような状況に対応するために、カウンセラーを配置するし、相談員や、また、そのような消費者に対応するといったところの充実を図っているところは御説明をさせていただきます。今後は、今年度の状況を見ながらいろいろ検討してまいりたいと思っております。

○後藤会長 よろしいでしょうか。

あとお1人、今、手を挙げておられます。申しわけありませんが、手短によろしくお願ひいたします。

○木村委員 先ほど、河上委員から子供たちへの広告という件で、飛田委員からは雑誌とか番組とかについてのお話でしたが、プラス ネットということで、スマートフォンを子どもたちも利用者の低年齢化で利用していますので、ネット広告に関しても規制を考えていただきたいと思います。現在、かなり無法地帯に近いものがありますし、フィルタリングもされていない利用者が多いと思いますので、その辺のところも含めて消費者教育など、いろいろな対応をお願いしたいと思います。

以上です。

○後藤会長 どうもありがとうございました。

たくさんの有益な御意見をお出しいただきまして、ありがとうございました。具体的な施策の段階でこのような注意をしてほしいという御意見、あるいは、将来にかかわる課題というものが多かったと思います。具体的なこの答申案のこの部分を修正するという御意見はなかったと思いますので、答申案につきましては、部会で作成していただきました原案のとおり決定・承認とさせていただきたいと思いますが、いかがでしょうか。

(「異議なし」と声あり)

○後藤会長 どうもありがとうございます。

ここで答申の手交について、事務局から説明をお願いいたします。

○消費生活部長 御審議をいただきまして、まことにありがとうございました。

本日決定をいただきました答申の内容につきましては、来週2月7日に後藤会長から小池知事に答申書を直接手交いただく予定となっております。

後藤会長、どうぞよろしくをお願いいたします。

事務局からは以上です。

○後藤会長 それでは、どうしてもまだ言い足りなかったという御意見があれば、ここでお出してください。

よろしいでしょうか。

それでは、当審議会を代表して、私から知事に御報告させていただきたいと思います。

皆さん、貴重な御意見をありがとうございました。

いただいた御意見について、計画改定の参考としていただければと思います。

閉会の時間が近づいてまいりましたので、中嶋局長から御挨拶をいただきたいと思えます。よろしくをお願いいたします。

○生活文化局長 生活文化局長、中嶋でございます。



本日は、大変お忙しいところを御出席いただきまして、まことにありがとうございます。  
また、実に活発な御議論をいただきまして、重ねて御礼申し上げます。

総会の閉会に当たりまして、一言御挨拶を申し上げます。

本日の総会では、「東京都消費生活基本計画及び東京都消費者教育推進計画の改定について」答申案を御審議いただきました。

5月の諮問からこの間、後藤会長、野澤部会長、越山部会長、部会委員の皆様を初め、委員、専門委員の皆様方には、熱心に御議論いただきましたこと、重ねて厚く御礼申し上げます。

本日、総会で決定いただきました答申には、基本計画と消費者教育推進計画の改定に当たって、2つの計画を一体的に改定することや、計画全体を貫く3つの視点を新たに設定すること、「消費者被害の未然防止と拡大防止」をはじめとする5つの政策の柱に基づいて計画を推進していくことなど、計画改定の方向性が示されております。

後日、正式に、後藤会長から知事に御答申をいただきますが、答申を受けまして、具体的な施策の検討など、計画の改定に向けた検討を都として進めてまいります。

さて、東京都では、昨年12月に、「都民ファーストでつくる『新しい東京』～2020年に向けた実行プラン～」を策定いたしました。プランでは、「新しい東京」をつくるため、「セーフ シティ」、「ダイバーシティ」、「スマート シティ」の3つのシティの実現を目指しております。消費生活行政におきましては、この3つのシティ全てに係るものでございまして、都民の消費生活の安全・安心を守る「セーフ シティ」、外国人や障害者への対応といった「ダイバーシティ」、また、本日御議論いただきました「持続可能な消費の普及」を通じた「スマート シティ」の実現に向けて全力を傾けてまいります。

委員の皆様方におかれまして、今後とも、日ごろ携わっておられます現場のお立場から、また、それぞれの専門のお立場から東京都の消費生活行政に対する御意見、御提案を賜りますとともに、さらなる御指導のほど、よろしく願いいたします。

本日は、まことにありがとうございました。

○後藤会長 どうもありがとうございました。

議事は以上になります。

委員の皆様の御協力により答申をまとめることができました。長期間にわたり、熱心に御審議いただきまして、ありがとうございました。

これにて、第3回総会を閉会いたします。

午前 11 時 11 分閉会