

第 1 回東京都消費者教育推進協議会
(第 2 5 次東京都消費生活対策審議会 部会)

平成 3 1 年 2 月 2 0 日 (水)
都庁第二本庁舎 3 1 階 特別会議室 2 7

(午後 1 時 3 1 分 開会)

○企画調整課長 開会の前にマイクの使用方法について、御説明します。御発言いただく際は、机上去ざいますマイクをお使いください。マイクの根元の中央部分に去ざいますボタンが、電源ボタンとなつております。発言の際には、ボタンを押していただきまして、赤いランプが点灯してから御発言をお願いいたします。

なお、発言が終わりましたら、もう一度ボタンを押していただきまして、赤いランプが消灯することを御確認いただければと思ひます。よろしくお願ひします。

○越山部会長 それでは、時間になりましたので、第 1 回東京都消費者教育推進協議会を開会させていただきます。

最初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 生活文化局消費生活部で企画調整課長をしております白石で去ざいます。よろしくお願ひいたします。

本日の出席状況で去ざいますが、当協議会は委員 6 名と専門員 3 名で構成されております。本日は、委員 4 名の御出席をいただきしており、委任状が 2 通去ざいます。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開会に必要な定足数に達しておりますことを御報告いたします。

なお、この協議会は東京都消費生活対策審議会運営要綱第 1 1 により、公開とさせていただきます、議事録につきましても公開する予定で去ざいますので、御了承いただければと思ひます。

次に、東京都金融広報委員会推薦の専門員の交代が去ざいましたので、新たに御就任いただきました専門員を御紹介いたします。福山泰弘専門員で去ざいます。

○福山専門員 どうぞよろしくお願ひいたします。

○企画調整課長 続きまして、本日、お配りしております資料を確認させていただきます。

次第の次に座席表が去ざいます。続きまして、資料 1 が委員名簿になります。続きまして、資料 2 が幹事・書記名簿になります。次に、具体的施策名一覧の資料が去ざいます。

続きまして、資料 3 が「東京都消費生活基本計画 平成 3 0 年度取組実績（平成 3 0 年 1 2 月末現在）」で去ざいます。

資料 4 が「東京都消費生活基本計画 平成 3 1 年度取組予定」で去ざいます。

資料 5 が「第 2 5 次東京都消費生活対策審議会スケジュール」で去ざいます。

参考資料といたしまして、参考資料①「東京都消費生活基本計画取組実績（3 0 年度）取組予定（3 1 年度）の調査票」が去ざいます。続きまして冊子になりますが、「東京都消費生活基本計画」と「都民の暮らし輝く東京 2 0 1 8 年版」が去ざいます。

このほかに、資料に関するパンフレットを置かせていただいております。

不足している資料が去ざいましたら、お知らせいただければと思ひます。よろしくお願ひします。

○越山部会長 よろしいでしょうか。

それでは、議題に入りたいと思います。本協議会において東京都消費者教育推進計画に基づく消費者教育アクションプログラムの取組報告を審議してまいりました。しかし、昨年3月から、消費生活基本計画は、消費者教育推進計画を一体的に改定しておりますので、それに係る審議の進め方につきまして、事務局のほうから説明を受けた上で、本日の議題に入っていきたいと思います。

それでは、事務局、お願いいたします。

○企画調整課長 ただいま部会長からお話ございましたように、昨年の3月に改定いたしました東京都消費生活基本計画は、消費者教育推進計画と一体的に策定しております。消費者教育に関しましては、基本計画の五つの政策の柱のうち、政策4、消費者教育の推進と持続可能な消費の普及に位置づけまして、主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進、持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進の二つの施策の方向性に基づき、取組を進めていくこととしております。

また、計画をわかりやすく都民に紹介をするため、毎年度、主な取組を世代別に取りまとめ、あわせて消費者被害や商品などによる身近な事故を防止するために注意するポイントや、トラブルに遭ったときの相談窓口など生活に役立つ情報を掲載した小冊子を作成し配布しております。本日は、計画と小冊子をお手元にお配りしております。

本日の協議会では、消費生活基本計画に基づく消費者教育に関する施策につきまして、今年度の取組実績と来年度の取組予定について、御報告させていただきます。本協議会は、消費者教育推進法に基づき設置しております。消費者教育の総合的・効果的な推進に関して、情報交換いただき、委員の皆様の見解を踏まえて、施策を推進してまいります。委員の皆様からは、消費者教育に関して専門的な立場からの御意見をいただければと存じます。よろしくお願いいたします。

○越山部会長 ただいま事務局から説明がありましたとおり、本日は消費生活基本計画の消費者教育に関する施策に関しまして、今年度の取組実績の報告、そして来年度の取組予定について、報告を受け、各委員の皆様から御意見をいただきたいと思っております。

それでは、よろしくお願いいたします。

○企画調整課長 それでは、消費生活基本計画に基づく消費者教育に関する施策について、平成30年度12月末時点の取組実績と平成31年度の取組予定につきまして、当局事業を中心に御説明をいたします。

お手元の資料3、「東京都消費生活基本計画 平成30年度取組実績」をご覧ください。

消費者教育に関する施策につきましては、主に消費生活基本計画の政策4、消費者教育の推進と持続可能な消費の普及に該当しておりますが、政策1の消費者被害の未然防止と拡大防止にも関連する施策がございます。恐れ入りますが、お手元にお配りしております「消費生活基本計画」、こちらの冊子の112ページをご覧ください。

こちらに政策4、消費者教育の推進と持続可能な消費の普及に関する施策の一覧が掲載されておりますが、こちらの施策名に記載されております施策番号と、本日お配りしてお

ります、資料3の資料番号が対応しております。

資料の3にお戻りください。こちらの資料には、政策4の施策としまして17施策、政策1の施策としまして6施策の合計23施策について、施策ごとに今年度の取組内容、回数・時期などの取組実績を取りまとめております。本日は各施策の実績報告とあわせまして、印刷物や動画などの成果物についても御紹介させていただきます。

始めに、政策4、消費者教育の推進と持続可能な消費の普及になります。

施策番号4-1-1、消費者教育推進協議会の運営につきましては、本日開催をしているところでございます。続きまして4-1-2、ライフステージに応じた消費生活の提供になりますが、今回の計画改定にあわせまして、見直しを行っております。世代により情報収集する媒体が異なることを踏まえまして、高齢者向けには紙媒体である「東京くらしねっと」を発行しております。また、若者向けにはホームページ東京くらしWEBに「サッと読める、ちょっとお耳に入りたい話」を掲載するとともに、インターネット広告も実施するなど効果的な情報提供に取り組んでいるところでございます。本日は、お手元に「東京くらしねっと」の資料をお配りしております。パンフレット類の右上に施策番号をお付けしております。「東京くらしねっと」の1・2月号の話題として、アクティブシニアが気をつけたいトラブル回避の事例を取り上げております。

続きまして、4-1-5になります。消費者教育に携わる教員への支援でございます。教員向けの消費者教育講座を毎年、学校が夏休みになる時期に実施をしております。飯田橋、立川、渋谷の各会場において、授業に役立つよう具体的な手法や内容を取り入れて実施をしております。このうち3回は、成年年齢引き下げをテーマとした拡大講座として実施をしております。また、教員向けの消費者教育情報誌「わたしは消費者」を年4回発行しております。お手元に教員講座の案内と、消費者教育情報誌「わたしは消費者」の資料をお付けしております。こちらのピンクの資料が教員のための消費者教育講座の案内になります。

右上に4-1-5と書いてあります消費者教育情報誌「わたしは消費者」につきましては、平成30年12月号の資料をお付けしております。若者の消費者被害に対応する最近の法改正及び成年年齢引き下げによる影響について取り上げております。

続きまして、4-1-6 学生・生徒向けの消費生活講座になります。学生・生徒を対象としまして、都内の学校に東京都消費者啓発員、コンシューマー・エイドを派遣する出前講座ですとか、大学の落語研究会や社会人ボランティアの協力を得て、悪質商法の手口や実態、その対応策などをわかりやすく伝える出前寄席を実施しております。また、PTAや保護者を対象とした出前講座なども、あわせて行っております。実績につきましては、こちらに記載にありますとおり、小・中・高（特別支援学校を含む）学校向けの出前講座で25回、大学等での出前講座は78回、学校への出前寄席につきましては6回、PTA、保護者を対象とした出前講座3回などがございます。

裏面に移らせていただきます。4-1-7 多種多様なテーマ・手法による消費生活講座

でございます。ただいま御説明しました出前講座・出前寄席を実施するほか、特に介護施設等高齢者が多く集まる場所におきましては、積極的に出前講座・出前寄席を実施しております。また、「衣・食・住」に関連した日常生活に役立つ知識を学ぶ「実験実習講座」や地産地消、食品ロスの削減などを学ぶ「食育講座」を実施しております。また、小学生向けをテーマとした「親子夏休み講座」を実施しております。実績としましては、出前講座は246回、1万8,121人の方に参加いただいております。出前寄席につきましては318回、2万5,995人の方に御参加いただいております。高齢者向けの出前講座につきましては77回、2,637人、出前寄席につきましては265回、2万2,618人になります。そのほかの実績につきましては、記載のとおりでございます。こちらもパンフレット等をお付けしております。学校向けの出前講座の案内のパンフレットですとか、出前寄席、それから、「食育講座」、「実験実習講座」、「親子夏休み講座」などのパンフレットをお付けしております。

続きまして4-1-8事業者等による消費者教育の促進でございます。事業者のニーズを踏まえまして、企業の社員向けの出前講座などを実施しております。新入社員向けで5回、中堅社員向けで7回の出前講座を行っているところでございます。

続きまして4-1-9事業者団体等の取組に関する情報提供でございます。教員向け講座や各種会議におきまして、事業者団体が作成した消費者教育教材や出前授業などについて、情報提供を行っております。こうした情報につきましては、ホームページ東京くらしWEBにも掲載をしております。また、消費生活総合センターの展示・交流コーナーにおいて、リーフレット等の配架やパネル展示もあわせて行っております。

続きまして4-1-10事業者団体等との連携による消費生活講座になります。東京都の金融広報委員会様と連携をいたしまして、一般都民向けに消費生活講座を実施しております。また、東京都生活協同組合連合会との協働事業といたしまして、高齢者の消費者被害防止をテーマとしたセミナーを実施しております。お手元に東京都金融広報委員会様と連携して実施をいたしました「賢い消費者のススメ～消費者被害は、こう始まる～」という講座のパンフレットをお配りしております。右上に4-1-10、記載のあるパンフレットがこちらの講座の資料になります。7月9日、会場は東京ウィメンズプラザのホールにおきまして、落語と菊地弁護士の講演の2部構成で実施をしている講座でございます。

続きまして、4-1-11区市町村における消費者教育推進の支援でございます。区市町村が実施する消費生活展等におきまして、啓発グッズの提供やパネル・着ぐるみの貸し出し、イベント集客のための広報協力を実施しております。また、消費生活行政担当職員の職務に係る知識や実務能力の向上を図るための研修なども行っております。また、消費者問題マスター講座に「区市町村優先枠」というものを設けるといった取組も行っております。広報協力、研修、マスター講座受講生の受け入れ等の実績につきましては、記載のとおりでございます。

続きまして4-1-12区市町村における消費者教育推進体制の整備等への支援ござ

います。消費者教育推進法で設置が努力義務とされております消費者教育推進協議会につきましては、区市町村の消費生活行政担当課長会において、働きかけを行っております。また、国の動向について情報提供を行うほか、消費生活総合センターにおいて、特色のある取組を行っている区市町村に対しヒアリングを行うなど、区市町村支援のための消費者教育に関する調査を今年度実施しております。実績につきましては、5区市町村ということで、千代田区・新宿区・江東区・葛飾区・八王子市で設置されております。

続きまして4-1-13地域における消費者教育の担い手の育成でございます。消費生活総合センターにおきまして、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担う人材の育成を目的とした消費者問題マスター講座を実施しております。こちらのマスター講座の資料につきましても、本日お配りをしてしております。右上に4-1-13、4-2-1と記載のある消費者問題マスター講座のパンフレットをお付けしております。

続きまして4-1-14消費者教育教材の作成でございます。小学校向けのWEB版消費者教育読本、高校生向けのDVD教材、WEB版の消費者教育読本について、実践例などを教員講座で紹介しております。また、若者向け・ミドル層向け・シニア層向けに、さまざまな悪質商法の手口などを4コマ漫画で紹介をする消費者読本「飯田橋四コマ劇場」を配布しております。なお、新しい消費者教育用教材につきましては、3月に公表予定となっております。

続きまして4-1-15消費者団体等の活動支援でございます。消費者団体・消費者グループ活動の場としまして、飯田橋の消費生活総合センター、それから多摩消費生活センターの学習室、教室の貸し出しを実施しております。また、消費者団体と協働した協働学集会なども実施しております。実績につきましては記載のとおりでございます。

続きまして4-1-16消費生活に関する図書資料室等の運営でございます。消費生活総合センター及び多摩消費生活センターの図書資料室におきまして、消費生活に関する図書ですとか、行政資料・団体資料・DVD等を収集、整備しまして、閲覧・貸し出し等を行っております。実績につきましては記載のとおりでございます。

続きまして4-1-17消費者団体との協働事業でございます。消費者問題の解決に向けまして、消費者団体と東京都による協働事業である消費者月間事業を10月の時期を中心に共催で実施をしてしております。今年度のテーマは、「もっと広げようコミュニケーションの輪」になります。参加消費者団体は28団体、延べの参加者数は3万9,376人となっております。こちらの取組につきましても、本日パンフレットをお配りしております。右上に4-1-17、4-2-1と記載のある資料でございます。こちらA4の交流フェスタの資料に記載がございますが、右下にフードドライブ、こういった取組も行っております。

続きまして、4-1-18計量に関する周知活動と教育の推進でございます。計量制度の普及啓発を図る取組としまして、11月1日の計量記念日に「都民計量のひろば」を新宿駅西口広場のイベントコーナーで開催をしてしております。また、関係機関や区市町村が主

催をいたします「消費生活展」等のイベントに参加し、計量の普及啓発なども実施しております。夏休みには、小学生向けのイベントとして、「親子はかり教室」などを実施しております。こちらの計量の日イベントですとか、夏休みに実施しました「親子はかり教室」、こちらの資料につきましても本日お配りをしております。

続きまして4-2-1、エシカル（倫理的）消費の理解の促進になります。こちらの施策は、基本計画の改定によりまして、新たに今年度から取組を開始した事業でございます。今年度は、エシカル消費の理念を広く普及啓発し理解の促進を図る取組を行っております。“ちょっと考えて、ぐっといい未来、エシカル消費”をキャッチフレーズにPR動画を作成し、さまざまな媒体を活用し配信をしております。また、ホームページ「東京暮らしWEB」にエシカル消費を紹介するページを新たに作成いたしまして、エシカル消費を知る手がかりとなる情報を掲載しております。エシカル消費の解説や身近な行動例・関連するラベル・マークを掲載しましたチラシを作成しております。このほかにも消費生活総合センター主催のシンポジウムですとか、都政広報番組と連携しまして、エシカル消費の普及啓発に係る東京都の取組を紹介しております。実績につきましては、昨年12月末現在でPR動画の再生回数は18万回、チラシの作成につきましては1万5,000部を作成しております。また、シンポジウムにつきましては、160人の方にお越しいただいております。啓発イベントの参加者は74人の実績となっております。

本日は、今年度、作成いたしましたPR動画を準備しておりますので、この動画を皆さんにご覧いただきたいと思っております。前方のモニターをご覧ください。

（動画再生）

○企画調整課長　こちらが15秒の動画になります。もう1パターンで、60秒の動画もつくっておりますので、ご覧いただければと思います。

（動画再生）

○企画調整課長　ありがとうございました。

こちらの動画ですけれども、昨年12月末時点で18万回の再生回数となっておりますが、今年1月20日現在ですと23万回ということで、動画の視聴回数が伸びております。最初にご覧いただきました15秒の動画につきましては、テレビCMでも流しております。フジテレビの日曜日、12時から放映されております「なりゆき街道旅」、このほかにも、日本テレビの火曜日「スッキリ」の第2部、9時半から10時25分の時間帯で流しております。このほかにもパンフレットをお付けしております。右上に4-2-1と記載のあります「ちょっと考えて、ぐっといい未来、エシカル消費」、こちらのパンフレットです。こちらのパンフレットにつきまして1万5,000部を作成しております。表にエシカル消費の解説を書いておりまして、裏には皆さんで取り組める行動例ということで、お金をかけなくてもできる行動例などを記載しております。この他に、エシカル消費に関連したマークなども紹介しております。

この他に11月にウィメンズプラザで行いましたシンポジウムのパンフレットや消費者

月間の講演会のパンフレット、消費生活講座の資料をお付けしております。

続きまして、政策1に移らせていただきます。資料は、6ページになります。

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止になります。

まず、1-1-1、ホームページ「東京くらしWEB」等による消費生活情報の総合的な提供でございます。ホームページと連動したSNSによる最新の情報の発信を行っております。また、QRコードを活用した情報発信ツールの周知を行っております。若者向けに著名人や芸人が悪質商法防止を呼びかける動画を作成し、配信なども行っております。今年度は、インターネット広告なども積極的に活用しております。

また、新たなものとしまして、外国人向けに外国語、英語・中国語・韓国語による消費生活トラブルに係る相談事例集を公開しております。SNSの発信実績につきましては、ツイッターで279件、フェイスブック231件、インターネット広告につきましては、記載のとおりでございます。

続きまして、1-1-2、対象や連携先の異なる多様な消費者被害防止啓発でございます。

高齢者悪質商法被害防止キャンペーンを9月に関東甲信越ブロック共同で実施しております。啓発用のポスターですとか、リーフレットの配布、交通広告の実施、広報誌への広告掲載、高齢者被害特別相談などを集中的に実施しております。

若者向けには、悪質商法をテーマに、若手芸人がつくった漫才ですとか、コントを公開収録イベントで披露しまして、インターネットでその動画で公開する取組を行っております。右上に1-1-1と記載がございます「ストップ悪質商法THEライブ〜ワルモノから身を守るための10のネタ〜」という資料をお付けしております。

続きまして、1-1-2 高齢者の悪質商法被害防止キャンペーンの資料や若者向けの悪質商法被害防止共同キャンペーンの資料もお付けしております。

本日は、お笑い芸人による啓発動画と、今年に入って主に実施しておりますが、若者の消費者被害防止向けの動画も作成しておりますので、こちらの二つの動画をご覧いただきたいと思います。

まず始めに、芸人啓発の動画をご覧いただければと思いますので、前方のモニターをご覧ください。

(動画再生)

○企画調整課長 続きまして、若者の消費者被害防止の啓発動画についても、ご覧いただければと思います。

(動画再生)

○企画調整課長 2本の動画をご覧いただきました。

続きまして、資料に戻らせていただきます。

1-1-8 ヒヤリ・ハット調査を基礎とした潜在危険の情報提供でございます。乳幼児の寝ているときの危害やヒヤリ・ハット経験に関するインターネットアンケートの調査か

ら収集した事例をもとに、今年度、「乳幼児における寝ているときの事故防止ガイド」を作成しまして、都内の保育所、幼稚園、保健所等へ4万5,000部配布をしております。あわせてホームページ「東京くらしWEB」でも配信を行っております。皆様のお手元には、こちらの「ヒヤリ・ハットレポートNO.15」、「乳幼児の寝ているときの事故防止ガイド」をお配りしております。

続きまして、1-1-9子供の事故防止に向けた情報発信・普及啓発でございます。子育て世代が多く集まる各種イベント、東京消防庁防災館、区市町村が開催する消費生活展等と連携しまして、模型・パネル等の展示を実施しております。また、事故事例に事故防止メッセージを加えた動画というものを作成しまして、YouTubeや「東京くらしWEB」で掲載しております。

なお、出展実績につきましては、記載のとおりでございます。

本日は、事故防止に向けた動画につきまして、今年度は6本作成しておりますが、このうちの3本、ご覧いただきたいと思っております。

まず始めに、ジャンプ式の折り畳み傘でけがをしたといった事故事例がございまして、その事故防止の動画を作成しましたので、ご覧ください。

(動画再生)

○企画調整課長 続きまして、フライパンのガスの火が着衣に着火をして、やけどをしたという事故事例がありましたので、その事故防止動画も作成しておりますので、ご覧ください。

(動画再生)

○企画調整課長 最後になりますけれども、ベビーバスになります。こちらをお風呂のふたの上で使って、事故になった事例がございましたので、その事故防止動画をご覧ください。

(動画再生)

○企画調整課長 音がなくて恐縮ですが、こういった職員が作成した動画もございます。

資料にお戻りいただき、1-1-9に関係する商品の安全についてのパンフレットも、本日お配りしております。ベランダからの転落事故に注意のリーフレットや「セーフティグッズフェア」、「safe kids」の冊子をお配りしております。

続きまして、1-2-3高齢者等の消費者被害を防止するための見守り人材の育成に移らせていただきます。ホームヘルパー、ケアマネジャー等の介護事業者や民生・児童委員、地域の高齢者見守りネットワークの関係者など、高齢者を見守る立場の人を対象に、高齢者が被害に遭いやすい被害の早期発見、悪質商法の特徴、見守りのポイントなどを内容とした出前講座を183回、受講者4,331名を集めて実施をしております。この高齢者見守り人材向けの出前講座のパンフレットにつきましても、本日お手元にお配りしております。

最後になりますが、1-2-4民間事業者と連携した高齢者の消費者被害の防止でござ

います。

運送事業者や宅配事業者、生活協同組合など、直接高齢者宅を訪問する事業者と連携をいたしまして、高齢者世帯に悪質商法被害に関するリーフレットを届け、注意喚起を促す取組を行っております。9月から12月の間、15万6,000部のリーフレットをお配りしております。

右上に1-2-4と記載のあります「東京都からのお知らせ 悪質商法が狙っている」というリーフレットをお配りしております。この表紙に、赤い地に白い文字で消費生活総合センターと消費者ホットラインの電話番号が記載されているものがありますが、こちらはシールになっておりまして剥がすことができます。剥がして、冷蔵庫などの目立つところに張っていただきまして、何かあったときには、センターもしくは消費者ホットラインに連絡していただきたいと考えています。

以上が、今年度の取組の実績になります。

続きまして、平成31年度の取組予定につきまして、説明をいたします。

今、御説明をいたしました平成30年度の事業の継続事業が多くありますので、説明は簡略にさせていただきますと思います。

まず、資料4をご覧ください。4-1-12区市町村における消費者教育推進体制の整備等への支援でございます。今年度に引き続きまして、区市町村における消費者教育推進地域協議会の設置や消費者教育推進計画の策定に向けまして、取組事例の紹介を実施するなど、情報提供を行ってまいります。

また、今年度、消費生活総合センターで実施しました調査結果なども踏まえまして、区市町村の実情にあった支援策を検討してまいります。

続きまして、4-2-1エシカル消費の理解の促進でございます。今年度につきましては、動画の作成やホームページでエシカル消費を紹介など、エシカル消費の理念を広く普及啓発するための取組を行ってまいりました。来年度は、大学生など、特に将来を担う若者への積極的な普及啓発を図るため、具体的には、大学のキャンパス内での普及啓発というものに取り組んでいきたいと考えております。

このほか、今年度作成したPR動画やホームページの紹介、SNS、都政広報番組などさまざまなツールを活用した取組も進めてまいります。

続きまして、1-1-2対象や連携先の異なる多様な消費者被害防止啓発になります。高齢者悪質商法被害防止キャンペーン、若者向けの悪質商法被害防止キャンペーンにつきましては、引き続き実施してまいります。

また、成年年齢の引き下げが2022年に控えておりますので、そういった動きを踏まえまして、若者に消費生活問題を身近なこととして意識させ、気づきを促す参加型の普及啓発などを実施してまいります。

具体的には、消費者トラブル防止など、消費生活問題に関するテーマについて、中学・高校生などの若者から公募したシナリオをもとに短編動画を作成し、インターネットで公

開してまいります。

説明は以上になります。よろしく願いいたします。

○越山部会長 どうもありがとうございました。中身は結構盛りだくさんですので、少し進め方を区切って行いたいと思います。

最初に、本件につきまして、ちょっとだけ補足させていただければと思います。

東京都は、東京都消費生活基本計画を5年ごとに作成しています。これは、総会で作成していますが、その中には消費者教育に係る、先ほどありました政策4の部分も含まれております。要は、この協議会も協力をさせていただきながら、この基本計画を作成させていただいているということです。本日の我々の使命というのは、主にこの政策4、すなわち、消費者教育に関する箇所について、御意見を賜りたいというような位置づけです。

この基本計画は、本年度から5カ年計画の1年目に入っています。

まず最初の議論として、本年度に実施した初年度の進捗状況についての議論を行い、次に来年度の基本計画に沿った実施計画について意見交換を賜りたいと存じます。

それでは、最初に資料3に沿って本年度の取組実績についてご意見等をいただければと存じます。この資料3が全部で3ページあります。この全体の構成について、まず始めに何か御意見やご質問を承りたいと存じます。

なお、以前の協議会では毎年アクションプログラムというような形で、予定又は計画したものがちゃんと進んでいるかどうかというものを、数値目標と照らしながら毎年チェックして、小冊子にして報告させていただいていました。。しかし、本年度からは、この資料3の右側のところに進捗状況のみを記載するスタイルになっておりますので、実施の有無はわかる構成となっております。そのような点もご配慮いただきながら、まず最初に資料3の2枚目までの検討を、次にエシカル消費の部分である(2)の検討をお願いいたします。

このような進め方をしたいと思いますが、検討に入る前に何か資料の見方がよくわからないとか、最初に、この部分をちょっと聞いておきたいなとか、そういう御質問等がございましたらお願いできればと思います。いかがでしょうか。よろしいでしょうか。

それでは、(1)についてご意見等を賜ればと思います。いかがでしょうか。

はい、お願いします。

○阿部委員 阿部と申します。ありがとうございます。いつも、この政策においては、本当に東京都さんはよくやっていると、私は思っております。

ただ、やはり、昨年度は数値目標があって、今回はないというところでは、比較する数値がなく、達成についてどうだったのかなと思いながら見たというのがあります。やはり発表のところにおいては前年度比でもいいんですけれども、そういったことを合わせて発表していただくと判断する基準として大変わかりやすいと思った次第でございます。

この「東京くらしネット」、枚数についてというお話もされていましたが、「東京くらしネット」をどこで貰えるのかと言われたことがあり、私は、そのころ、消費生活セン

ターの相談員でしたので、消費生活センターに取りに来てくださいますということを申し上げたことがあります。「東京くらしネット」について、現在の配布枚数と、どこに配置しているのか、あと今まで置いていた以外のところで新たに置くようになったというようなところがあれば、教えていただきたいと思います。

○活動推進課長 センター活動推進課長でございます。

今、お手元に参考資料の1というものを、別冊で御用意させていただいておりますけれども、その2ページのところをちょっとお開きをいただきますと、そちらに、くらしねっとについて、記述がございます。網掛けのところ、施策の概要が上のほうにありまして、その中ほどに、2018年の12月末時点の状況がちょうど中ほどにあると思います。こちらの中段白丸印に消費生活情報誌「東京くらしねっと」を発行ということで、8万部それを区市町村の施設、あるいは図書館、駅、病院、チェーンストア、高齢者関係施設等に広く配布ということで、御案内をしております。このくらしねっとの提供につきましては、一昨年度から見直しを大きくかけまして、今年度からその見直しに基づいて、部数を10万部から8万部に変更し、かつ提供する施設については、主に対象者を高齢者を中心に情報提供をするということで見直しましたので、高齢者施設、例えば老人の施設、高齢者の施設に多く、かなり500カ所ぐらいですか、増やしてお送りをするということを取り組んだのが今年度でございます。

以上でございます。

○阿部委員 ありがとうございます。よくわかりました。

○越山部会長 ほかに何かございますでしょうか。

はい、お願いします。

○柿野委員 御説明ありがとうございます。

今、部会長からも少しお話があったんですけど、今回から見せ方が変わっているということですが、この数字を見ると、とてもよくやっておられるな、という印象は誰もが持つと思うんですけど、それをどう評価していいのかが、よくわからなくて。評価軸がなくなったというところで、今後の進捗管理とも関連すると思うのですが、どうやって議論を進めていったらいいのかということも含めて、少しわかりづらいというのが第一印象でした。

具体的なことも質問していいですか。

○越山部会長 どうぞ。

○柿野委員 お尋ねしたい点は、4-1-12で、区市町村における消費者教育推進体制への整備等への支援で、五つの区市町村に対して、調査を実施したと書かれています。その具体的な調査の概要といいたしめようか、区市町村がどういう現状にあって、どんな課題を抱えているのかというような点が分かれば教えていただきと思います。

それから、これは質問ではなく、どちらかという意見になるのですが、4-6-1のところ、学校向け出前講座をされているということでチラシもいただきました。ここでは、若者を狙った悪質商法の被害を防ぐために学校に講師を派遣いたしますということで、

被害防止の観点が出ているものですね。この中に、例えば、エシカル消費であるとか、消費者市民社会実現のための消費者市民の具体的な行動とか、そういった形での出前講座は行われると良いと思ったのですが、実際はいかがでしょうか。このチラシを見たときに、そういった内容の出前講座も都内で広がっていったらいいな、というような思いを込めて、意見と質問をさせていただきたいと思います。

以上です。

○越山部会長 ありがとうございます。

若干、この後の4-2-1のエシカル教育推進の理解の促進の部分と被っている部分がありますので、必要に応じて、この後の議論の中にも持っていても構わないかと思いますが、いかがでしょうか。数値目標がなくなったことに関しては、以前の総会の議論の中でも、何度も御議論をいただき、誤解を招きやすい数値目標の設定や評価を再考したりしていると理解していますが、今の御指摘に関して何か補足等がございましたら、お願いします。

○企画調整課長 今回、基本計画を改定いたしまして、施策の割り振りを新たに行っております。施策によっては、従前からの取組などもあります。計画初年度であるために、事業実績の集計がまだできておりません。今年度の実績につきましては、次回の総会で御報告できると思います。

あと、取組予定の数値のお話でしたが、私どもでは、事業の実施に当たりまして、目標値ですとか、実際に行う予定数ですとか、そういった数値を準備していますので、今後、協議会に提出する資料につきましては、そういったものを含めまして、なるべく評価ができるような形の資料になるよう考えさせていただきます。

○越山部会長 ありがとうございます。

過去の5年間と、本年度からの5年間は、4-1-1などのコラムの構成が変わっていますので、残念ながら昨年度のコラムと対比して示すことが難しかった部分があったのは仕方がない部分かと思えます。

4-1-1-2の地域の協議会の促進についてですが、これも、前の5カ年計画の段階から、なかなか増えなくて、なぜですかというような御質問がありました。多分各地域のほうも大変苦労されているんだと思いますが、何か補足等ございましたら、お願いいたします。

○活動推進課長 センター活動推進課長から申し上げます。

この消費者教育推進協議会の件について調査しました、もともとの発端は、平成25年度から平成27年度にかけて、消費者教育のモデル事業というのを都で実施をしました。その後の状況で各区市町村が特色ある取組をされているものを、ある意味では、よかった点を可能な限り他の区市町村にもお知らせをして、より消費者教育の推進の支援ができるようにということで取り組んでまいりました。その際、28年度は、その状況をお知らせしたわけなんですけど、29年度に、その点のフォローアップが足りないなという反

省を踏まえまして、この30年度は、特色ある取組が、その後どう進んでいるのか、そのほかにもこういった消費者教育推進地域協議会の取組をされているところが、どういうメリットがあって、どういう苦労した点があり、その場合にどう解決したかといったところを聞き取りをさせていただいて、それを皆さんにお知らせをすることで、より皆さんが進むのに当たって後押しになるような、そういう取組という意味で、今回調査をしましたので、全区市町村を調査したわけでは決してございません。今回の取組を踏まえて、先ほど、企画調整課長が申し上げていましたように、来年度、調査なのか、あるいはまた別の形での支援なのか、これから検討させていただきたいと思っています。ちなみに、この消費者教育推進地域協議会の状況、五つの区市の調査をいたしましたけれども、その中では、メリットとしては、例えば、学校さんのほうで消費生活展、あるいはシンポジウムに参加していただけるなど、教育委員会とも連携がより一層進んだというお話、そのほかにも、いろいろなセンターの事業のPRが参加機関を通じてできたので、認知度が向上して出前講座の回数が向上したとかといったお話がいただけた。その円滑な設置に向けてのポイントとして伺った内容としましては、やはり消費生活審議会などの、既存の会議体に、まずは御参加をいただくような働きかけをして、その会議体のもとに立ち上げていくということが有効なのではないかといったお話などをいただきましたので、そういったことを御紹介する。

つい昨日、都と区の、市町村とは来週になるんですけども、センターの所長会の際には、そういった御案内をさせていただいたというのが、これまでの状況でございます。

○越山部会長 本件については、非常に当初から難しい部分があると思われていました。実は、どこの市町村も協議会の名前は使わないにしても、それに近い消費者教育の検討母体が存在し、関係の機関や団体との連携をもっているのが実情かと思えます。ですから、それを協議会と読みかえてもいいのではとの見方も確かにあろうかと思えます。ですから、ここの部分は、各地域での消費者教育の推進のための母体の活動を、東京都のほうでバックアップしていくとの考え方もあろうかと思えます。

ほかに、何かございますでしょうか。

東京都は、消費者啓発委員として、コンシューマー・エイドや消費者問題マスターなどの育成も行っています。そのようなリーダー達による出前講座等の活躍も有意義であり、かなり実績を上げてきている部分がありますね。このあたりに関してでも結構ですので、何かございますでしょうか。御遠慮なく賜れば幸いです。

○活動推進課長 先ほど御質問で一つお答えできていない点があります。例えば、出前講座の中で、消費者被害防止を中心とする講座がどのくらいで、それ以外はどのくらいの講座なのかというお話をいただいたんですけども、今、皆さんに、今年の12月までの状況をお知らせしておりまして、今年度がまだ終わっていません。昨年度までの状況で、全ての講座ではなくて学校向けの出前講座の状況だけ、整理したものがございますので、それだけ御案内をすると、全部で145回の学校向けの出前講座を行っている中の、88回

が悪質商法被害防止全般という状況になっています。ただし、それ以外は、例えば消費者教育契約とはといった、契約消費者教育の基礎のお話であったり、あるいはIT関連、インターネット、SNSのトラブル防止であったり、あるいは金融教育、ごみ問題、リサイクルといった、やや消費者市民社会に近いお話も中には入ってしまっていて、その意味では半分弱ですけれども、その消費者被害防止以外の点も入ってきているということで、御報告をさせていただきます。

○越山部会長 エシカルという名称はあまり見られなかったかも。

○活動推進課長 失礼しました。これは29年度の状況で、30年度からがちょうど今年度の計画の初年度になりますので少しまた状況が変わると思いますが。この中では、ごみ問題、リサイクルといったことも中には入ってきていて、私ども、出前講座以外にも消費生活講座を実施させていただいています。その中で、先ほども食育の講座であったり、あるいは実験実習の講座のチラシもちょっとご覧いただいたと思いますけれども、それはタイトルとして「エシカル消費」という言葉が入ってなくても、実験実習講座が終わって帰っていただくと、受講者の方は、ああ、こういうものをエシカル消費というのかということをお記憶にとどめて帰っていただけるような工夫というのは、させていただいているつもりでございます。今年度は特に、タイトル・サブタイトルにエシカル消費が入ってこなくても、受けていただくと、説明をそういえば受けたなということがわかるような形での取組はさせていただいております。

○越山部会長 どうもありがとうございました。

その件は、また、この後の(2)のほうで、もう一度、また御検討いただければと思いますが、この(1)のほう、ほかにございませんでしょうか。

お願いします。

○阿部委員 消費者教育推進協議会の設置ですけれども、やはり市町村レベルで設置するのは難しいというのは、よくわかっていますが、成年年齢引き下げ等々もあるので、今は設置に向けてちょうどいいチャンスになる時期ではないかなと思います。前にも、お伝えはしましたけれども、協議会の設置されている5区市の中で、どのようにやっているかというのを、職員・相談員に向けた研修の中でやっていただくと、職員さんだけがやるのではなく、消費生活センターの中でも問題としましょうという意識づけにもなると思いますので、設置に向けていい事例、それから、まだそこまでいってなくても、こんなふうにありますよというような事例を発表していただいたりして、先進的なところの活動を知ることは、良いと思っております。推進協議会については、開設していない市町村の職員・相談員は見てこない部分ではないかなと思いますので、そのような講座も考えていただきたいというところが一つです。

それから、次の4-1-13にあるマスター講座ですけれども、本当に素晴らしい先生を配した講座を行い、受講生が修了後登録をされているというところは、よく存じているんですけれども、その後のどういった活動をされているかというところを把握されているの

かのご質問です。「今後の活動につなげるための情報提供をしています」と記載されていますが、これはどのような情報を受講修了生に、されているのかを教えてくださいませんか。

○活動推進課長 まずマスター講座を受講していただく方々には、全部で13回の講座になるんですけれども、例えば区市町村には事前に情報をいただいて、地域で今後、消費者教育の核となるような人材となる方を育成するための講座という趣旨もありますので、受講者のお住まいの区市町村から情報提供するという意味で、1回目の講座のときに区市町村からいただいた情報をまずは提供するということが一つ。それから最終回といいますか、13回が終わった時点で、今度は修了者に対して、マッチングというところまではいかないんですけども、こういった修了者の方がいらっしゃれば、その方々の情報を個人情報保護の条件のもとにお知らせして、例えばその情報、区市のほうではこういった人材が欲しいとか、あるいは、こういう講座の情報をお知らせしたいといったことも含めて、御本人と区市のほうにそれぞれ照会をかけて、昨年度からそういった取組を始めたというのが実情でございます。今年度は全部で2区8市1町からの情報提供の希望があり、結果的にうまくかみ合ったのが2区4市だったわけなんですけども、全部で17名の方々の個人情報を区市に提供して、その後の地域での活躍に向けた道筋をつけられるかどうかは、これからの話なんですけども、そういった取組をさせていただいているというのが1点です。

それから、今回の受講者の方々には、今後どのような形で、それは、地域はお住まいの区市町村の地域という意味も含め、また、職場のほう、周りの方ということも含め、こういった活動に結びついたのかということについては、今後、ぜひ話を伺いたいということ、初めてお知らせをしましたので、次回以降、実際は来年度になってしまうと思いますけれども、その状況は把握をさせていただきたいと思っています。

○阿部委員 ありがとうございます。

受講修了された方がたくさんの方がおられて、どの様な活動をされているのかなと思っていたんですけども、このような形でつないでいかれるというのは、非常に大切だと思っています。先ほどの、協議会の設立においても、やはり市区町村の側とすると自分の区に熱心な方がいるんだというところで、ボトムアップ的に湧き上がってくるというのも、とても大切だと思っていますので、ぜひ続けていただきたいと思います。4-1-10の都民生協と協働事業として一緒にイベントをやる事業ですが、これは実行委員体制を取って、地域の生協の方と地域の消費者団体と消費生活センターと、連携して手づくり感満載の形でやるセミナーだったと思うのですけれども、こういったところに積極的に修了生に参加していただいて、自分の地域の消費生活センターのセミナーを自分も担って、力になっていただくように御案内していただけたらいいなと思っていましたので、今のお話ですと、そういうことも少しずつ始まっているということですので、ぜひ、つなげていただきたいと思います。

それから、講座についての意見として聞いていただきたいと思いますけども、私の団体には

各市町村からサポーターセミナー、マスターセミナーなど、似たような講座を受託しておりますが、今年度からアクティブラーニングではないんですけれど、座学だけの形式ではなくて、全講座でグループワークを取り入れるという形で、行っております。効果として、かなり方々の親密度、コミュニケーションが増して、今までは、座学でやっている、なかなか同じ地域の方がいても連携等はなかったのですが、「自分たちでできる事をしましょう」とか、「自分のところの地域のセンターに行ってみましょう」「集まりましょう」というように、回数を重ねると自発的に湧き上がってきています。ですので、今は座学だけですが、少し変えてみるのも、次の活動につながるものになるのかなというところで、参考にしていただけたらと思って、意見として述べさせていただきました。

以上です。

○柿野委員 御説明いただいた内容からは、学校現場の様子が見えないな、と思って聞いていたんですけど、今日、御説明いただいた内容は、生活文化局の取組ということでの御報告だったと思います。そこで改めて、計画の施策4を見ると、4-1-3が高等学校における消費者教育の推進で教育庁、4-1-4が小・中学校ということで教育庁というような内容も入っているのですが、今日は、そのあたりの御説明とかというのはないのでしょうか。

○企画調整課長 本日の協議会につきましては、生活文化局事業を中心に御報告させていただきたいと考えておりました、計画に基づく全ての施策につきましては、次回5月の総会で事業実績ですとか、取組例について、御報告させていただきますので、総会の場で様々な御意見をいただきたいと思いますと考えております。

○柿野委員 消費者教育の推進といったときに、やはりこの学校の消費者教育がどれだけ進んでいったかというようなことで議論をする必要もあると思います。生活文化局がとても熱心に事業を実施されているのは、昔から重々承知しているのですが、では、それが学校現場で進んだのかどうなのか、という視点でこの協議会の議論も進めていく必要があるのかな、と思いましたので、そういったことも含めて、次年度には話ができれば、ありがたいと思いました。

○企画調整課長 開催時期の問題も含めまして、来年度検討させていただきたいと思っております。

○越山部会長 先ほど阿部委員からお話が出ましたがアクティブラーニングなどを活用し、与えられた課題を少し掘り下げて調べたりしないと、なかなか身につかないですし、リーダーシップをとることも難しい場合があるかも知れないですね。マスターしたりリーダーとなっていく人たちが、有効に活躍できる環境づくりも重要ですね。

ほかは何かございますでしょうか。

この協議会には、学校や事業等への消費者教育の普及促進もございます。これに関しては4-1-8、4-1-9、4-1-10で連携等の教育体制について触れています。例えば4-1-8では事業者を対象とした消費者教育に関するものがありますが、出前講座

の回数が少ないようにも見えます。さらに、事業者団体等の専門家が多い機関との連携によって、学校における消費者教育や、高齢者等の契約の問題等に対する適切なアドバイスを含んだ消費者教育も醸成されるような気がします。これが4-1-8、4-1-9、4-1-10にございます。何か御意見等いただければありがたく存じます。

本日、福山専門員がお越しいただいています。多分、このあたりはいろいろ御支援いただいているというふうにお話をお聞きしていますが、特に金融関係の消費者教育というのは、非常にバックアップの体制がよく捉えています。この実施状況の数値等を何かお感じになっているところがありましたらお伺いしたい次第です。いかがでしょうか。

○福山専門員 結果としての数字よりも、私はまず、これをどういうふうに推進していらっしゃるのか、という点、例えば、情宣の方法であるとか、事業者に対してどのようにアプローチしているのかということ、もし、この場で議論するのであれば、お伺いし、その中で何か気づきがあれば申し上げたいと思いますけれども、いかがでしょうか。

○越山部会長 そのあたり、何か補足ありますか。どういう形で連携するか、協力するかに関しては、実績数値の出し方が難しいとは思いますが、外部の専門家の人たち協力などの促進もこの協議会の一つの役割なのかも知れません。何かその辺のコメントでも結構です、何かございましたら。

○活動推進課長 明確な回答ではないんですけども、もちろん、毎年御活用いただいている事業者様には、当然お知らせするとしまして、例えば、消費生活対策審議会の委員になっていらっしゃる事業者の団体様もいらっしゃるのです、いろいろお話しはいただいたりするんですけども、事務局のほうにお伺いしても、なかなかインセンティブが働かずに、ハードルが高いというのが実情だというのが、今の率直なセンター側の状況だと思っております。

特に、ここでは、コンプライアンスは別の問題として取り扱っていますので、事業者が本来法令遵守として守るべきもののお話は、この4-1-8・9・10のところは別の項目になってまいります。それはまた別に、消費生活部で取組はしているんですけども、4-1-8でターゲットになっておりますのは、従業員教育の中で消費者教育を取り入れていただくというところでは、例えば新入社員の方々も、まだまだ社会経験が浅い状況の中ですから、当然、消費者被害防止のための講座も活用していただくということが、ここでは念頭に置かれていたりするんですけども。その意味で、コンプライアンスのほうは、まだ各事業者さんとも、インセンティブが働くんですけど、従業員教育の中での消費者教育って、なかなかハードルが高いというのは、消費者教育推進法ができて5年になりますけども、その中のだんだん厳しくなっているというのが、実感として、センター側の今の思いということでございます。

○越山部会長 ありがとうございます。今の回答どおりだと思いました。

それでは、ここで先の(2)の持続可能な社会の形成に関する部分に移ろうと思います。これに関して同時に本年度の取組状況を踏まえて、御意見等いただければ幸いです。

お願いします。

○末吉委員 末吉と申します。ありがとうございます。

まず、東京都のさまざまなエシカル消費に関する取組についてですが、非常に熱心になさっていて、私も感謝申し上げたいと思います。EXILEのUSAさんが出演なさった動画ですけれども、これだけインパクトのある動画をつくってくださったということも、我々にとっても励みとなり、背中を押していただいています。1月20日時点で23万回視聴があったということは、非常に大きな数字ですし、私もエシカルの活動をする中で、この動画を見たという方たちとたくさんお会いしておりますので、引き続き、この動画を多くの方たちに届けていただきたいと思います。

私からは、4点質問がございます。

まず、1点目ですけれども、「東京暮らしWEB」にエシカル消費に関するページを作成してくださったということですが、このサイトを訪問している数というのは把握されておりますでしょうか。訪問者の数を伺いたいです。

それから、2点目です。イベント、シンポジウムを主催なさったということですが、このイベントに参加なさった方たちというのは、イベント後、アンケートなどは答えておられるのでしょうか。もし、アンケートを配布していらっしゃるようでしたら、そのアンケートの内容、あるいはアンケートを集計した数などはどこかで見ることができるのでしょうか。それが2点目です。

3点目です。非常に簡潔でわかりやすいチラシをつくってくださっておりますけれども、このチラシは、どこで配布なさっているのか、あるいは、どこで受け取ることができるのか、教えていただきたいと思います。

そして、4点目です。今後の取組についてなんですけど、大学生、若者を中心にキャンパスでエシカル消費を普及する取組をしていきたいとおっしゃっていましたが、こちらに関しては何か具体的な取組案というのは、既に出ているのでしょうか。もし、あるようでしたら教えていただきたいと思います。

以上が質問になります。

エシカル消費は、新しい分野ですので、今年度、来年度、最終的には5年間通じて、取組の実績、あるいは取組を通じて、どのくらい普及していったのか、そういった実績の数値の推移、あるいはそういった積み重ねを我々も見ることができるようなグラフや図などをつくっていただけたらと思います。

あと、もう一点だけ、今はまだ普及の段階、多くの方に知ってもらおうということが一番大切であると思いますので、今やっていることは続けていくべきだと思うんですけども、今後、少しずつ広まっていった中で、実際にエシカル消費を知っているだけではなく、実践をしている人はどのくらいいるのかというようなことがわかるような仕組みというのか、何かそういったことを考えていただけたらなと思います。これは非常に難しいことだと思うんですけども、知っている人の数というよりは、むしろ実践者あるいは、その実践者

たちがどういうことを取り組んでいるのかというようなことも、知ることができたら大変ありがたいです。

以上です。

○企画調整課長 私の方でお答えできる範囲でお答えさせていただきます。

まず、ホームページのエシカル消費の紹介ページのページビュー数ですが、今年の1月末時点で、3,385回になります。今後、ページビュー数の増加に向け、さらに努力してまいりたいと思っております。

次に、チラシの配布について、御質問がございましたが、今年度、1万5,000部つくりまして、1万部ほど配布をしております。配布先としましては、都民向けのシンポジウムですとか、区市町村の消費生活センターにお配りしています。また、都内の学校にもお配りしております。また、シンポジウムの他にも、芸人による啓発のイベントでもお配りしています。この他、センター主催の消費生活講座なども、数多く開催しておりますので、併せて配布をしております。チラシの作成が11月頃になりますので幅広く配付していきたいと取り組んでいるところでございます。

来年度の取組としまして、大学のキャンパスで取り組んでいきたいと御説明しました。今年度は、幅広くエシカル消費について知っていただく普及啓発に取り組みましたが、来年度は特に未来を担う若者にターゲットを絞って、積極的に普及啓発していきたいと考えております。イベントやシンポジウムを行っても、若者が興味を持って集まるかどうかというのは、なかなか厳しい部分もあります。であれば、若者の集まる場所に直接出向いて普及啓発してはどうかと考えています。大学の生協ですとか、売店や書店ですとかそこで商品を購入した時に、エシカル消費に関連するようなグッズを配ったり、チラシもあわせて、お渡しするとか、モニターなどがあれば、先ほどのPR動画などを放映したりといったことを考えています。ただ、細かい内容につきましては、今後、検討していきたいと思っております。なるべく多くの大学に同時期に一斉にできたらと考えています。

続いて、実績数値の関係ですけれども、計画の改定に当たりまして、エシカル消費の認知度調査を行っています。若者に対して調査をしましたが、エシカル消費の認知度がわずか6%といった結果が出ております。こうした結果についても計画には記載してあります。エシカル消費の普及を図る指標として、認知度調査というのは、毎年はできませんが、少し期間をあけて、定期的に今後も調査をする予定です。また、認知度だけではなくて、具体的な取組を行っているか、少し細かめに、調査したいと考えていますので、そういった部分での比較もできるのではないかと考えております。

○活動推進課長 センターで実施しました、シンポジウムの件での御報告になりますけれども、今、お手元の参考資料の①の17ページのところが、今お話の該当箇所になるわけなんですけど、申しわけございません。アンケートそのものは、今、手元に持ち合わせがございませんので、アンケートを確かに実施はしているんですけど、どういう聞き方でというのが、すぐにお知らせができませんけれども、この17ページの下の方、ちょうど中段よ

り下のところに「消費者の視点」から見た取組による成果という欄がございます。ここの黒ポツが三つ並んでいるんですが、この二つ目のポツのところは、私ども、160人が御参加いただいたシンポジウムでのアンケートの内容、概要でございまして、参加者からは「エシカル消費という言葉は初めて知った」「エシカル消費の意味がよく理解できた」「さまざまな立場の講師から取組等を聞くことができ、幅広い学びができた」などの意見をいただいて、エシカル消費に関する都民の理解促進の機会が提供できたということでの取りまとめということだけ、すみません、この場では御報告をさせていただきます。

○越山部会長 末吉さんからの御質問が4点ございました。その後にも進捗度の目安の件、そして、その行動に移す過程という部分の評価は可能かという部分を含めると全部で6件の御意見をいただきました。全部回答いただいていたという理解でいいですか。

○末吉委員 そうですね。

○企画調整課長 御質問いただいた中で、5点目の実績数値と、この理解して行動に移す、そういったあたりは、今後行います調査の中で対応していきたいと考えております。

○末吉委員 ありがとうございます。

○越山部会長 先ほど、現時点の調査では6%と言われたんでしたっけ。

○末吉委員 6%です。

○越山部会長 6%。そのアンケートに関してですが、このエシカルの部分の調査方法のプロセスとして、具体的にエシカルに関する専門家の方も加わってご準備されたのでしょうか。というのは、エシカルという言葉は新しい言葉ですが、やっていることは昔からやっていることもあり、単にエシカルという言葉がまだ周知されていないだけなのかも知れないと思ったからです。聞き方としてエシカルという言葉の認知度に重きがおかれたのか、本質的な意味の理解度やその感じ方の調査になったのかという点が気になりましたので。

○企画調整課長 今回の計画策定に当たりまして、調査を行っていることを先ほど申し上げましたが、「東京都消費生活基本計画」の30ページと31ページに調査結果を記載しております。認知度だけではなくて、エシカル消費に資するような具体的な消費行動についても聞いております。30ページをご覧いただくと、例えば、食品ロスや、地産地消、環境に配慮した商品やサービスの選択については、心がけている方が結構いらっしゃいます。一方で、エシカルという言葉だけを取り上げると、31ページの上段にありますとおり、認知度が低く、特に、若者は認知度が低い結果となっております。私どもでは、エシカル消費という言葉の認知を高めることと合わせて具体的な行動も普及していきたいと考えております。

今後、エシカル消費の認知度に加えまして消費行動を行う際の具体的な行動についても調査を行っていきたいと考えております。

○末吉委員 ありがとうございます。

もう一点だけ、一つだけ御提案なのですが、この東京都のエシカル消費の動画ですが、例えばですけれども、電車の中の広告ですか、最近、動画の広告がよく流れている

と思うんですけれども、そこで流してみてもいいでしょうか？もう既に流されていらっ
しゃいますか。

○企画調整課長 車内の交通広告については、予算の制約というのがありますが、15
秒動画につきましては、都営浅草線と新宿線、大江戸線で今年の10月から流しておりま
す。

○末吉委員 ありがとうございます。すみません、まだ見ておりませんでした。

○越山部会長 今回の末吉さんの御指摘というのは、エシカルという言葉自体も認知度が上
がるのが、活動に上げ潮になると、そういう意味があるのでしょうか。

○末吉委員 そうですね。このエシカル消費という言葉自体、やはり我々としては広まっ
てほしい、普及してほしいと思っています。なぜなら、世界では、倫理的な
消費のことをE t h i c a l C o n s u m p t i o nと言って、多くの人たちが使って
います。世界と同じ言葉を使って、この消費のあり方を認識してほしいという気持ちでは
あります。

○越山部会長 どうもありがとうございました。

この基本計画の68・69ページにライフステージ別の消費者教育の構成図がございま
す。これで見ると、幼児期、小学生、中学校、高校、そして特に若者のライフステージが
示されています。大学生に対する消費者教育一つをとっても、何か効果的な方法がないか
を常に考えています。ここでいう消費者教育には啓発も含まれ、何か学習のためのきっか
けのようなものが有効な場合もあると思います。例えば、文具等のノベルティでアピー
ルし、注意を引く手もあるかと思っています。この、エシカルというキーワードに関して
も、チラシやリーフレットという古典的な伝達方法もいいのですが、顧みられない可能性もあ
るため、そんな場合にもノベルティなどの工夫が有効かも知れないですね。

ほかに何かございますでしょうか。よろしいでしょうか。

どうぞ。

○柿野委員 次年度の予定の一番最後のポツに、エシカル消費に関する記事を掲載した高
校生向け消費者教育・啓発ノートを作成、配布とあります。これは、今も高校生に配って
いるノートがあったでしょうか。それをエシカルのバージョンに変えていく、という理解
で間違っていないでしょうか。

○活動推進課長 この高校生ノートは昨年度はつくっておりません。一昨年度までは、消
費者被害防止向けの高校生ノートだったんですけども、先ほどの「東京くらしねっと」と
いう紙媒体の消費生活情報誌の見直しの中で、少し高齢者向けにシフトして、消費生活情
報誌をつくる。では、若者向けにはどういう取組をしていくかという、一つの事業として、
この高校生ノートを消費者被害防止だけではなくて、もっとより広く契約のそもそもの基
礎の話、あるいは、そのエシカル消費の話も含めてつくっていくということで、今ちよう
ど取組をしているところでございます。

○柿野委員 ありがとうございます。

○活動推進課長 エシカル消費というテーマでつくるのではなくて、消費者教育の中には、消費者被害防止だけではなくて、いろんなテーマがあって、その中の一つの柱としてはエシカル消費がある。エシカル消費もその中に含めていくということで作っております。

○柿野委員 拝見するのを楽しみにしています。

もう一つ、先ほどの議論と重なる部分もあるかもしれないのですが、学校の現場で使う教材の中で、先生方が使う教材として、例えば高等学校の家庭科だとか、技術・家庭科の家庭分野で使う教材の作成というようなことは、次年度予定はされていないでしょうか。

○活動推進課長 現時点では、まだ計画をこれから策定するところです。そういったお話も踏まえて、どちらかといいますと、特に教育庁さんの、学校現場の声としてどういうものがやっぱり必要かということがメインになってくるんですけども、あわせて検討させていただきたいと思います。

○末吉委員 すみません。今、柿野委員のお話に対し少し補足なんですけれども、御存じのとおり、2021年に中学校の、そして、2022年に高校の教科書が新しくなるということで、新たな教科書の中には家庭科だけではなく、社会科や英語、ひいては国語にまで教科横断的に、このエシカルな考え方、あるいはエシカル消費について掲載されることが予定されています。そこで、若い人たちに向けて取組をやっていくのは、大事だと思うんですけども、同時に教員の方々がどうやったらこのエシカル消費について教えられるのか、教員のためのそういった教材を作る、ということにも力を入れていただけないかと感じました。

以上です。

○越山部会長 ありがとうございます。

それでは、先に進めさせていただければと思います。施策4についての議論をいただきましたが、施策1についても、消費者教育に関連する部分があります。消費者被害の未然防止と拡大防止の(1)として被害防止のための注意喚起、それから(2)として、見守りによる消費者被害の防止と早期発見、このあたりも関連する部分です。このあたりについては、何か御意見・御質問とかはございますでしょうか。

僭越ですが、質問がございます。この資料の1-1-1に、外国人向けの相談事例集をつくって配布するというお話がございます。これは、総会のほうでは、たしか消費生活相談窓口でも多言語に精通した相談の在り方についての議論があったかと思いますが、ここでは事例集だけがその対応のようにも思われてしまうような気がしますが、そのあたりは何か補足とかあれば幸いです。

○活動推進課長 今の部会長のお話は、そのとおりに申し上げてきておまして、私ども消費生活総合センターでの御相談を受け付ける言語としては、多言語化をもちろん今、進めております。例えば、三者間通話という形で通訳の方を介する形で、そのまま電話での相談をお受けするというのは、別でございます。それとは別に、18ページに記載のある部

分については、くらしWEBというホームページ上のFAQも多言語化を図っていくというお話の双方ともあります。

ここは消費者教育の関係で整理されているので、相談のお話が明確に載っていないので、大変混乱させて申しわけございません。以上でございます。

○越山部会長 はい、ありがとうございます。

ほか何かございますでしょうか。よろしいですか。

それでは、本日いただいた皆様の御意見等を踏まえて、より有効な消費者教育の在り方をご調整いただければと思います。

それでは、さまざまな御意見など、いろいろありがとうございました。

次に、審議会の諮問事項につきまして、事務局より報告がありますので、お願いしたいと思います。

○企画調整課長 それでは報告いたします。

資料5 第25次東京都消費生活対策審議会スケジュールをご覧ください。

昨年11月の消費生活対策審議会総会におきまして、成年年齢引き下げを踏まえた若年者の消費者被害を防止するために、都が進めるべき消費者教育について、諮問を行っております。現在、検討部会を立ち上げまして、検討を進めているところでございます。

昨年12月に第1回の検討部会を開催しておりまして、学校教育における消費者教育の推進について消費者教育教材の一層の活用や、教員の消費者教育指導力向上のための研修等の支援に関する検討を行っております。

今年の1月に第2回の検討部会を開催しておりまして、注意喚起・情報を発信、それから区市町村支援について、検討を行っております。

この2回の部会における検討を踏まえまして、現在、中間まとめの案を作成しているところでございます。3月の第3回検討部会で、この中間まとめの案について検討いただきまして、5月の第3回の審議会の総会におきまして、中間のまとめを報告いたします。その後、都民意見の募集を予定しておりまして、審議会における委員の御意見、都民意見を踏まえた最終の答申案を6月の第4回の検討部会で検討いたします。最終の答申につきましては、秋口に行われます第4回の総会で報告を行う予定となっております。

説明は、以上でございます。

○越山部会長 今回の件は、報告をそのまま承るということによろしいのかなと思います。

これで予定された議事は終わりですが、最後に、何か後藤委員、我々がちょっと気がつかなかったことでも結構なんですけど、御助言等ございましたら、いただければ幸いです。

○後藤専門員 すみません。私ども、私学財団は私立の幼稚園から専門学校までを会員にさせていただいておりまして、その中でさまざまな研修とかもやらせていただいています。今日の議題の中でいくと、教員講座なんかは、私どもも講演をさせていただいて、支援をさせていただいて、教員って、ふだん非常に忙しくて、どうしても夏休みとか限られたときにしか、こういう講座には参加できないと。今、それでなくても教員は非常に忙しいと

ということが、社会的にも話題になっておりまして、新しく何か知識を得ようという時間も本当にとれるのかなというような状況に追い込まれているというのが実情かと思えます。

私学なんかですと、公立とかと違って、一つ一つの学校は非常に小さいんですね、実際は。学校法人が大学とかという大きな組織の中の附属校なんていうのはごく一部で、通常は、非常に小さな学校で教員数も本当に数十人いるかいないかというような学校が多いので、その中のやりくりというところで、そういう先生方にどうやって参加していただくかというのは、やはり何かしら行政のほうで支援策というのは考えていかないと難しいのかなというふうに思いました。

○越山部会長 急をお願いして申しわけありませんでした。ありがとうございます。

今の御指摘は、実はこの5カ年計画をつくる前の、計画を検討する前に消費者教育の中学校、高校の学校現場の実態調査をしています。その点に関連しているかと思えます。その後、教育指導要領等の変更などもございましたが、それでも御指摘のとおり、なかなか学校現場で、この目まぐるしい消費生活の問題について、明確に追従していくのは難しい側面があるかと思えます。引き続き、何か御助言、御指摘などございましたら、お願いできれば、幸いに存じます。

司会の不手際で議論が行ったり来たりして、大変申しわけありませんでした。

それでは、最後に今後の予定など、連絡事項を事務局よりお願いいたします。

○企画調整課長 本日はありがとうございました。

いただきました御意見を踏まえまして、今後の施策を推進してまいります。

なお、第2回の協議会は、来年度の開催を予定しております。

事務局からは以上でございます。

○越山部会長 それでは、これをもちまして、第1回消費者教育推進協議会を閉会させていただきます。

本日はどうもありがとうございました。

(午後3時25分 閉会)