

第 2 5 次東京都消費生活対策審議会

第 3 回総会

令和元年 5 月 2 1 日（火）

東京都庁第一本庁舎 4 2 階北側 特別会議室 A

(午前10時02分 開会)

○消費生活部長 本日は御出席いただきまして、まこと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、消費生活部長の吉村でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

開会に先立ちまして、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名で、委任状3通をいただいております。とや委員につきましては、遅れて御出席との連絡をいただいております。東京都消費生活対策審議会運営要綱第6に定める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等に掲載し、公表させていただきますことを御了承ください。

それでは、後藤会長、よろしくお願いいたします。

○後藤会長 本審議会の会長を務めております後藤でございます。よろしくお願いいたします。

ただいまから第25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。

それでは、前回の総会以降に委嘱されました専門員及び臨時委員の御紹介を事務局からお願いいたします。

○消費生活部長 前回の総会以降に就任された専門員及び臨時委員を御紹介いたします。お手元の資料1の「委員名簿」をご覧ください。

東京都金融広報委員会事務局長の福山泰弘専門員でいらっしゃいます。

続きまして、臨時委員として加わっていただきましたお二方を御紹介させていただきます。

弁護士の平澤慎一委員でいらっしゃいます。

一般財団法人東京私立中学高等学校協会総務部長の松谷茂委員でいらっしゃいます。

○松谷委員 よろしくをお願いいたします。

○消費生活部長 よろしくをお願いいたします。

委員の任期は、東京都消費生活条例第45条第5項の規定に基づき、令和2年5月19日までとなります。

また、東京都の幹部職員でございます幹事及び書記の交代がございました。新たな幹事・書記につきましては、資料2の名簿の配付をもって紹介に代えさせていただきます。前回の総会以降、新たに就任した者には下線を引いてございます。

以上でございます。

○後藤会長 それでは、議事に入る前に、配付資料の確認を事務局からお願いいたします。

○企画調整課長 企画調整課長の白石でございます。よろしくお願いいたします。

机上には、次第、座席表に続きまして、資料1「委員名簿」、裏面に資料2「幹事・書記名簿」がございます。なお、本日はペーパーレスの取組を推進するため、資料3以下に

つきましては、タブレット内に御用意しております。また、机上に、「東京都消費生活基本計画」の冊子を置かせていただいております。不足している資料がございましたら、お知らせください。

続きまして、タブレット内の資料の確認をお願いいたします。円卓中央のモニターに私のタブレットの画面を映しておりますので、参考にしていただければと存じます。

お手元のタブレットをご覧ください、資料3「中間のまとめ（案）」、資料3-2「中間のまとめ（案）の第1章参考資料」、資料3-3「資料3の第2章 1 消費者教育教材チラシ、パンフレット」、資料4「東京都消費生活基本計画の取組状況」、資料5「今後の審議会スケジュール」、参考資料①「諮問事項及び諮問の趣旨」、参考資料②としまして「具体的施策一覧」、「計画の政策1の施策」、「政策2の施策」、「政策3-1の施策」、「政策3-2、3-3の施策」、「政策4-1の施策」、「政策4-2の施策」、「政策5の施策」、最後に「審議会運営要綱」がございます。こちらまでの資料が入っていることを御確認いただければと思います。よろしいでしょうか。

続きまして、タブレットの使用方法を御説明いたします。

例えば、こちらの資料3「中間のまとめ（案）」をタップしていただけますでしょうか。そうしますと資料が開きます。こちらの画面を右から左にスライドしていただけますと、次のページをご覧ください。また、画面表示を拡大したい場合は、画面にタッチし指を広げていただければ拡大表示がご覧いただけます。こちらの資料を閉じる場合は、左上の「ファイル一覧」という文字を押してください。そういたしますと元の画面に戻ります。ご不明な点がございましたら、職員が周りにおりますので、お声がけいただければと思います。よろしくをお願いいたします。

○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。

初めに、議事（1）諮問事項「成年年齢引下げを踏まえ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」中間のまとめ（案）についてです。

審議に入ります前に、諮問の趣旨について、改めて事務局より説明をお願いいたします。

○企画調整課長 それでは、諮問の趣旨について御説明いたします。参考資料①に諮問事項と諮問の趣旨がございますので、読み上げさせていただきます。

諮問事項「成年年齢引下げを踏まえ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」

諮問の趣旨でございます。

都では、「東京都消費生活基本計画」に基づき、都民の消費生活の安全・安心の確保に向けた取組を進めている。しかし、悪質商法をはじめとする消費者被害は、未だ後を絶たない。

都内の消費生活センターに寄せられる若年者からの相談件数は、平成29年度には約14,000件寄せられているが、20歳未満と20代からの相談件数には大きな差が生じている。これは、民法の未成年者取消権が抑止力として機能していることが一つの要因と

して考えられる。

今般の民法改正により、成年年齢が18歳に引き下げられると、新たに成人となる18歳及び19歳には未成年者取消権が適用されなくなる。そのため、今後、当該年齢を中心に若年者の消費者被害が増えるおそれがある。

国においては、関連法の整備を進めるほか、若年者の消費者被害を防止するための実践的な消費者教育の実施を喫緊の課題として捉え、関係省庁の連携による取組が進められている。こうした動きを踏まえ、今後、若年者を消費者被害から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するものである。

以上になります。

○後藤会長 ありがとうございます。

それでは、「中間のまとめ（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。野澤部会長、よろしくお願いいたします。

○野澤委員 前回の総会で指名を受けて、部会長を務めさせていただきました野澤でございます。

諮問事項について、3回部会を開催いたしました。部会では、「学校教育における消費者教育の推進」、それから「注意喚起・情報発信」、「区市町村支援」の三つの事項を中心に委員の皆様から様々な御意見をいただき、このたび中間のまとめの部会案を取りまとめました。部会委員の皆様におかれましては、短期間に精力的に審議をいただき感謝申し上げます。

では、中間のまとめ（案）の内容について、事務局より御説明をお願いいたします。

○企画調整課長 それでは、中間のまとめ（案）について、御説明いたします。タブレット内にご覧いただけます資料3をご覧ください。

表紙の次に目次がございます。今回の中間まとめ（案）は、3章で構成されております。「第1章 若者の消費者被害及び消費者教育の現状」では、「1 消費生活相談からみる若者の消費者被害の現状」、「2 各種調査から見る消費者教育の現状」について、消費生活総合センターの集計データや生活文化局で実施しましたアンケート結果などをもとに、記載をしております。このほか、「3 国の動き」についても記載をしております。

「第2章 東京都における消費者教育の現状と課題及び今後の取組の方向性」では、「学校教育における消費者教育の推進」、「注意喚起・情報発信」、「区市町村支援」3つの観点について、それぞれの現状の取組、現状の取組を踏まえた課題、今後の取組の方向性について取りまとめ、記載をしております。また、3つの観点のほかに、今後、消費者教育を効果的に推進していくために必要となる事項を4に記載しております。

「第3章 消費者教育とともに取り組むべき課題について」では、若年者の消費者被害を防止するために、消費者教育とあわせて取り組むべき課題について記載をしております。

続きまして、4ページをご覧ください。「第1章 若者の消費者被害及び消費者教育の現状」になります。

「1 消費生活相談からみる若者の消費者被害の現状」では、都内消費生活センターに寄せられた29歳以下の若者からの相談件数を掲載しております。いずれの年度においても、20歳～24歳及び25歳～29歳の相談は20歳未満の2倍を超えております。

続きまして、6ページをご覧ください。若者相談に多い販売方法・商品の相談件数について記載をしております。相談全体のうち若者相談の占める割合は、「クレ・サラ強要商法」、「アポイントメントセールス」、「マルチ・マルチまがい商法」などが高くなっております。

続きまして、7ページでは、若者相談を18歳と19歳、20歳～24歳に分けて、商品・サービスの上位15位を表にしております。架空請求などのデジタルコンテンツ一般が共通する一方で、18歳・19歳ではインターネット通販で定期購入と気づかずにサプリメントを購入したなどの「健康食品」に関する相談や、「アダルト情報サイト」の相談が寄せられております。一方、20歳～24歳では、「賃貸アパート」の原状回復費用のトラブルのほか、「エステックサービス」に関する相談などが多いといった特徴が見られました。

続きまして、8ページに契約当事者と相談者の同一性の割合を示しております。20歳未満では、保護者など契約者と別の方が相談する割合が高くなっております。

9ページには、東京都消費生活総合センターに寄せられた具体的な相談事例を10代と20代に分けて記載をしております。

続きまして、11ページになります。こうした若者相談の現状から、若者の消費者被害の特徴を記載しております。社会経験や知識等が少ない若者は悪質商法のターゲットになりやすいことや、SNS・インターネットがトラブルのきっかけになっていること、また、気軽に知人等を紹介・勧誘することで、自らが加害者となり被害を拡大させるおそれがあることなどを挙げております。若者自身が、契約の知識、適正な金銭感覚を身につけ、自ら主体的に選択・行動ができる消費者となることが重要であり、早い時期から段階的に、繰り返し、社会情勢の変化に対応した効果的な消費者教育を行うことが必要であるとしております。

続きまして、13ページに移らせていただきます。「2 各種調査から見る消費者教育等の現状」になります。

「(1) 消費者教育を受けた経験の有無」につきましては、全体の83%が「教育を受けたことがない」と回答しております。

14ページの「(3) 消費者教育を行う場として重要だと思うもの」については、全年代で「小中学校、高等学校」と「家庭」の割合が高くなっております。

続きまして、15ページ「(4) 消費生活問題に関する関心」では、若い年代ほど関心のない割合が高くなっております。

また、16ページ「消費生活センター、消費生活相談窓口の認知」や、17ページの「消費生活情報の入手」につきましても同様の傾向が見られております。

続きまして、20ページに移らせていただきます。「第2章 東京都における消費者教育の現状と課題及び今後の取組の方向性」になります。今後、若年者の消費者被害防止のために都が進めるべき消費者教育について、3つの観点からそれぞれの現状と課題を整理し、今後の取組の方向性について取りまとめております。

「1 学校教育における消費者教育の推進」については、さらに3つの事項に分けて取りまとめております。

「(1) 消費者教育教材等の一層の活用」でございます。現状の取組としまして、消費生活部門では消費者のライフステージに応じて金融経済教育等の関連分野も含めた体系的な消費者教育を推進しており、若者を対象とした主な取組としまして、消費者教育教材の作成や講座・講習会について記載をしております

なお、消費者教育講座のパンフレットにつきましては、タブレット内に用意をしております。

続きまして、「(イ) 学校教育部門の取組」でございます。

「東京都教育ビジョン(第4次)」では、基本的な方針の一つにキャリア教育の充実を掲げ、成年年齢の引下げに伴い主権者や消費者としての役割や責任など、実社会において生活するための基礎を確実に見つけていくことが重要であると位置づけております。また、主な施策展開の中で消費者教育の充実が掲げられております。

現状の取組としましては、学習指導要領に基づき関連教科の単元、題材において消費者教育に関する指導を展開しており、指導に当たっては学校が選定した消費者教育教材を適宜活用している旨を記載しております。

現状の取組を踏まえた課題になりますが、(ア)としまして、学校現場における消費者教育教材の活用状況の把握等を挙げております。消費生活部門では、学校教育部門と連携を図りながら消費者教育教材の作成を進めておりますが、個々の学校現場においては消費者教育教材の活用状況や活用後の反応等について把握が難しい状況にあります。

また、(イ)としまして、消費者教育教材の効果的な活用では、学校において都が作成した教材や消費者庁が作成した「社会への扉」などの教材を目的に沿って選択し、効果的に活用していくことが必要であるとしております。

23ページなります。(ウ)家庭において保護者が行う消費者教育も重要であることから、保護者に理解を促していくことが求められているとしております。

今後の取組の方向性になります。

「(ア)教材の活用状況、満足度の把握等を通じた教材の作成」になります。教材を作成する消費生活部門と教材を使用する学校教育部門が連携して、学校現場のニーズを把握するための定期的な意見交換を行いながら教材を作成していく必要があるとしております。

また、消費者教育教材の活用推進につきましては、学校教育部門において各種教材の効果的な使い方に関する検討や、都立学校においてモデル校を指定するなどして消費者教育教材を活用した実践的な指導方法を検討していく必要があるとしております。

また、（ウ）家庭における消費者教育の理解や実践を促進するため、保護者会やPTAの会合で、出前講座の実施をすることも有効であるとしております。

続きまして、（２）教員への研修等支援でございます。

現状の取組としまして、消費生活部門及び学校教育部門における消費者教育に関する教員の研修等の取組を記載しております。消費生活部門の取組としましては、都内国公私立学校の教員を対象に、夏休み期間中に消費者教育に必要な知識を提供することを目的とした教員講座の実施や、教員への資料提供について記載をしております。また、学校教育部門の取組としましては、東京都教職員研修センターにおける研修や若手教員育成研修、1年次の研修に、消費生活部門が実施している教員講座が設定されていることや、専門性向上研修等について記載をしております。

現状の取組を踏まえた課題としましては、まず研修の拡充を挙げております。学校教育部門において初任者研修に加え他の法定研修でも消費者教育指導力向上研修を実施するなど、研修範囲の拡充を検討する必要があるとしております。

また、消費者教育に関する教員の意識改革として、教員だけではなく学校長など教育管理職にも消費者教育の重要性について理解を促す必要性や、学校の教育活動全体で行っていくことが重要であるということに記載をしております。

「ウ 今後の取組の方向性」になります。

まず、「（ア）中堅教員向けや家庭科・社会科教員向けの研修の拡充」を挙げております。

続きまして、（イ）に、消費者教育の重要性に対する教員の理解促進を記載しております。教員だけでなく学校長など教育管理職に対する研修等を通じた消費者教育の重要性の理解促進や、全ての教科が消費者教育に通じ得るという認識を教員が持つようにしていくことが望ましいとしております。

続きまして、「（３）学校教育と消費生活行政をつなぐ消費者教育コーディネーターの配置」になります。

現状の取組としまして、国では、消費者教育を担う多様な関係者や場をつなぐために立って調整する役割を担う消費者教育コーディネーターについて、都道府県等での配置を進めていくこととしております。東京都では、現在、消費者教育コーディネーターを配置しておりませんので、現状の取組を踏まえた課題としまして、東京都版消費者教育コーディネーターの配置を挙げております。

なお、配置に当たりましては、役割を十分に果たせるよう、また、人事異動等で機能が後退することがないように、組織的に推進体制を整備する必要があるとしております。

今後の取組の方向性になりますが、消費者教育コーディネーターの配置については、役割、配置場所等を十分に検討する必要があるということ、また、人材の推薦については学校教育部門と協力・連携を図りながら速やかに検討を進めていくことを期待するとしております。

続きまして、「2 注意喚起・情報発信」になります。

「(1) 現状の取組」になりますが、ホームページ「東京くらしWEB」やSNS、「東京動画」等インターネットによる情報発信を基本としつつ、印刷物やイベント等も活用し、多様な情報発信を行っております。

アとしまして、ホームページやSNSを連動させた情報発信や、「イ 若者向けの悪質商法被害防止キャンペーンの実施」、ウとしまして、より多くの若者に周知するためのインターネット広告や、エとしまして、大学や専門学校と連携した学生向けのメルマガ配信などを記載しております。

続きまして、「(2) 現状の取組を踏まえた課題」になります。

まず、アとしまして、消費生活情報に関心のない若者等への対応を記載しております。消費生活問題に関心のない層や相談窓口を知らない層には若者が多く、消費生活情報が届きにくい状況にあるとしております。

続きまして、「イ 情報発信先の開拓」になります。大学や専門学校のほか、都内学校等への情報発信も必要であるとしております。

ウとしまして、効果的な情報発信に向けた若者ニーズの把握を挙げております。

「(3) 今後の取組の方向性」になります。

アの情報伝達の工夫及び情報内容の充実につきましては、若者の情報ツールとして身近なSNSの一層の活用や動画による電車の車内広告やイベントなどを通じた普及啓発を行うなど、自らが情報を取りに行かなくても受け取れるようなしかけが必要であるとしております。

「イ 都内高等学校等と連携した情報発信」では、より多くの大学・専門学校と連携を図るとともに、都内高等学校等への情報発信や教員や保護者にも情報を届ける取組について要望するとしております。

「ウ 若者へのヒアリングや調査結果等を反映した施策の推進」についても記載しているところでございます。

続きまして、「3 区市町村支援」に移らせていただきます。

「(2) 現状の取組と現状を踏まえた課題」では、区市町村の消費者教育事業への支援と区市町村における消費者教育の推進体制の整備に分けて記載をしております。

まず、「ア 区市町村の消費者教育事業への支援」になります。消費生活部門から区市町村消費生活部門への取組としましては、消費者教育教材や出前講座の実施のほか、多摩地域の市町村との共催講座、消費生活行政担当職員や消費生活相談員を対象とした研修の実施、このほか、地域における消費者教育を担う人材の育成を支援するための「消費者問題マスター講座」に区市町村からの推薦者を優先的に受け入れることなどを記載しております。

また、学校教育部門から区市町村教育行政部門への取組としましては、区市町村教育委員会向けの説明会における消費者教育教材、出前講座、教員講座の活用についての周知や、



東京都教職員研修センターで実施をする研修について記載をしております。

現状を踏まえた課題としましては、若者に対する消費者教育の具体的な取組状況や、都の支援内容に対するニーズの把握が必要であるとしております。

続きまして、「イ 区市町村における消費者教育の推進体制の整備」の現状としましては、消費生活部門から区市町村消費生活部門への取組として、区市町村消費生活行政担当課長会等の場で、消費者教育推進地域協議会の設置や消費生活推進計画の策定に関する働きかけ、区市町村と連携した消費者教育モデル事業の取組などについて記載をしております。

現状を踏まえた課題としましては、区市町村において消費者教育推進地域協議会の設置が5自治体、消費者教育推進計画の策定が1自治体に留まっていることから、都が保有する情報を積極的に提供していく必要があるとしております。

「(3) 今後の取組の方向性」になります。

アの区市町村の消費者教育事業への支援につきましては、都が持つノウハウや情報を区市町村に対して積極的に提供していく必要があるとしております。また、消費生活行政担当職員などを対象とした研修を実施するほか、消費者問題マスター講座の推薦対象者を教育行政担当職員にも広げるなど、消費者問題について学ぶ機会を提供していく必要があるとしております。

学校教育部門では、区市町村立学校における消費者教育の推進のため、開発したカリキュラムを提供するなどの支援を期待するとしております。

イの区市町村における消費者教育の推進体制の整備につきましては、協議会の設置や計画の策定に向けた都の支援、都の学校教育による区市町村の学校教育部門へ消費者教育の推進についての働きかけが必要であることなどを記載しております。

続きまして、「4 消費者教育を効果的に推進していくために」では、消費生活部門と学校教育部門が継続的に連携して消費者教育を推進していくための新たな会議体の設置を提案しております。また、消費者教育に関する取組の実施状況について、若者の理解度を含めた検証を行い、さらに効果的な消費者教育を推進されたいとしております。

このほか、金融経済教育を含む消費者教育を通じて金融リテラシーの向上を図る必要性についても言及しております。また、消費者教育の推進につきましては、公立学校・私立学校問わず推進していくことを期待するとしております。

最後になりますが、第3章 消費者教育とともに取り組むべき対策について、こちらでは若者の消費者被害の未然防止を図るために消費者教育を推進していくこととあわせて、若者を悪質事業者から守るための対策等について記載をしております。若者に多い消費者被害、マルチ・マルチまがい商法、アポイントメントセールスなどについて、法令等を運用し引き続き悪質事業者の取締りを強化していくことや、若者が消費者被害に遭った場合に、迅速に消費生活センターへの相談につながるよう相談窓口の周知を図るとともに、消費生活センターにおいて、若者に対する相談対応を充実することが肝要であるとしており

ます。

説明は以上になります。よろしく願いいたします。

○後藤会長 ありがとうございます。

進め方ですけれども、中間のまとめの章ごとに議論の時間を区切らせていただき審議を進めていきたいと思えます。また、最後に全体を通した議論の時間を取らせていただきたいと思えます。

まず、「第1章 若者の消費者被害及び消費者教育の現状」ですけれども、これらは今回の諮問事項である若者の消費者教育を推進していく上での前提となる、若者の消費生活における背景の部分となります。第1章について、委員の皆様、御発言いかがでしょうか。よろしく願いいたします。

はい、平澤委員。

○平澤委員 弁護士の平澤です。

私は部会に参加させていただいて、この中間まとめについての審議も参加させていただきまして、ありがとうございます。この第1章のところは、データとか、それから具体的な事例とか若者の被害の特徴を的確に書いていただいて、ここは非常に重要なんじゃないかと思えます。成年年齢引下げで2022年4月から現実には下がる訳ですけれども、昨年、法律が成立して、その後、施行までの間にいろいろ施策をやろうとしていますけれども、現状、その法律上の手当て、未成年者取消権を18、19歳で失うということについての手当ては、ほとんど無いというふうに考えたほうがいいんじゃないかなと考えています。そうすると、ここに挙げられているような若者の被害が18歳、19歳に下りてきて、それについては未成年者取消権のような確実的な救済方法で救済されないという事態が予想されまして、そのためには何をすればいいのかということを考える原点が、この部分だと思えます。ここにそのデータも、かなりいろんな切り口でまとめてもらっているのと、それから実際に起きている被害事例をセンターの相談事例などから拾って、その後、特徴が書いてありまして、この部分がスタートだと、それが今まさに140年続いていた20歳が下がる訳ですから、そこでどういう問題が起きるのかということをも十分に把握するという意味で非常に重要なんじゃないかと考えています。

○後藤会長 どうもありがとうございます。

ほかにございますでしょうか。

原田委員、よろしく願いいたします。

○原田委員 中間のまとめ、まとめていただきありがとうございます。事例とかいろいろ載っております、その後に課題という形で11ページ、12ページと載っているのを拝見させていただきました。事例とかを拝見しますと、大体その多くの事例が要は身近な人というか同じ大学の先輩とか知人とかサークルとか職場の先輩とか、恐らくこの若い方の被害ってこうやって事例が上がってくる人が被害に遭うきっかけが、SNSもそうなんですけど、その身近な人というのは、恐らく同じ年代の人たちというふうなことが想定され

ると思います。そうすると、11ページにその課題とかが書いてありまして、それで自らが加害者になりますよというようなことも課題として載っているかと思いますが、まさにそのとおりで、情報商材とかもそうですし、そのマルチの勧誘する方というのと同じような世代の人がやっているというような状況があると思います。つまり、若者の被害を無くすということは若者の手先になる人も減らさないと、やはり、これはその課題として捉えていくというようなことが必要なんじゃないかなというふうに思います。リテラシーが低いとか社会経験が乏しいということは、逆に言うと、被害にも遭いやすいし手先にもなりやすいということが言えると思いますので、加害者にならないというような、加害者という言葉がいかどうかは別として、安易にそういう提供する側にならないというような若者に対する、加害者側にならないような啓発も同じ位、もしかしたら大事なのかなというふうにこの事例等を拝見させていただいて思った次第です。

○後藤会長 ありがとうございます。

ほかにございますでしょうか。よろしいですか。

それでは、続きまして第2章、東京都における消費者教育の現状と課題及び今後の取組の方向性です。この章では、学校教育における消費者教育の推進、注意喚起・情報発信、区市町村支援の三つの観点を、それぞれの現状の取組と課題、今後の取組と方向性という流れで記載しております。

まず、1つ目の観点である学校教育における消費者教育の推進についてです。

こちらは、「(1) 消費者教育教材等の一層の活用」、「(2) 教員への研究等支援」、「(3) 学校教育と消費教育行政をつなぐ消費者教育コーディネーターの配置」の3つの項目があります。これらについて御意見いかがでしょうか。よろしく願いいたします。

○加藤委員 加藤です。

この消費者教育を推進していくに当たって、教員の底上げを図るということで研修をいろいろされるということで大変素晴らしいことだと思うんですけども、あわせて、直接、いわゆる現場といいますか士業の活用ということで、今日、弁護士の先生もいらっしやっていますけれども、例えば、行政書士の先生とかそういう方の直接出前講座、出前講座という欄もありましたけども、そうしたところも必要ではないかというふうに思いました。

この消費者教育コーディネーターなんですけれども、これ教員の資格が要るのかどうかというのはちょっとわからないんですけども、こうした消費者教育コーディネーターのイメージというんですかね、それがどんな形でなるのかというのが、もう少しわかればいいなというふうに思ひまして、その講師、消費者啓発員というのを書いてありましたが、こうした方にそうした士業の方々も入るのかどうか、そうしたところもちょっとわかればいいなと思って、1つは意見と質問みたいな形になるんですけども。

○後藤会長 質問の部分、いかがでしょうか。

○企画調整課長 ただいま消費者教育コーディネーターの御質問がございました。まず、消費者教育コーディネーターにつきましては、必要な資格というものはございません。他

の自治体のコーディネーター設置状況などを調べてみますと、教育関係者の方が消費生活センターに配置されて消費者教育コーディネーターの役割を担っているというケースが多いようです。消費者教育コーディネーターというのは、資料26ページに記載してございますとおり、消費者教育を担う関係者や場をつなぐために間に立って調整する役割を担う者ということになります。消費生活センターにおいて、消費者教育の教材ですとか出前講座の内容を学校に紹介したり、学校から消費者教育に関する相談を受けて適切な教材ですとか出前講座のコーディネーターをするといったイメージを考えております。具体的な配置場所ですとか人材等につきましては、この答申を踏まえまして、今後、消費生活部門と学校教育部門で検討してまいりたいと考えております。

○後藤会長 よろしいですか。

○加藤委員 校長先生の権限というのが結構学校現場では強くて、その外部講師を入れるということについては、なかなか非常に難しい部分も今あるんですけども、ここで校長先生の意識改革ということも書いてありますので、そういったことも含めて是非検討していただければなと思っております。

○後藤会長 御意見ありがとうございました。

それでは、ほかに御質問、御意見ありませんか。 石戸谷委員、よろしく申し上げます。

○石戸谷委員 豊富な内容が盛り込まれていると思っております。それで、国のアクションプログラムなんかは3年間集中強化期間とするということ、取組期間を焦点を当てていろいろ策を考えているという話になるのかと思うんですけど、これを読ませていただくと全体としてそういうものではなくて継続的にやっていかなければいけないものというのを検討いただいているのかなと思うんですけども、そうすると今度、逆に、施行時に成人に達する方々向けの、特にこれはやらなければいけないというところの観点が入っているのかどうかという、施行の前後を通じたメリハリと言いますか、入っているのかということと、つまりそれは施行時に成人に達する方々というのは、今の話でわかっている訳ですから、その人たちについて、いつまでに何をやるみたいな行程管理的な考え方というのが念頭に置かれているのかどうかも含めて、ちょっとその辺をお聞かせいただければと思います。

○後藤会長 いかがでしょうか。

○企画調整課長 今回の諮問は、2022年4月の成年年齢引下げを見据え、消費者教育の充実に取り組む必要があることから、昨年11月に諮問させていただいております。この中間のまとめ案を事務局としてまとめていくことと並行して、都としても消費者教育の充実に取り組んでおります。中間のまとめに記載のある方向性に基つき、できるものは速やかに実施しております。

高校3年生が成人になることから、今から取組を行う場合は、高校1年生あるいは高校2年生をターゲットに消費者教育を重点的に行っていく必要がございます。具体的には、消費生活総合センターでは、消費者被害防止に向けた普及啓発ノートを作成して、全ての

都内の高校生に配布する事業を行っておりますが、これまで高校3年生に配布してきたものを高校2年生に配布するなど、2022年4月にターゲットを絞った取組も行っております。今後も法施行のタイミングに合わせた取組を進めていく必要があると考えております。

○後藤会長 石戸谷委員、よろしいでしょうか。

○石戸谷委員 ありがとうございます。もし、そういう配慮がされているのであれば、何らかパブコメにかけるときなんか、全然初めて見る人もそういうふうなメリハリをやっているんだなというのがわかるような中身にしておいたらどうかなと思います。

○後藤会長 ありがとうございます。ほかに御質問、御意見いかがでしょうか。

福島委員、よろしく申し上げます。

○福島委員 消費者教育を行う場として、小中学校や高等学校がいいということが第1章に載っていますが、東京都としてはDVDやWEB版教育教材とか学校向け出前講座であるとか、既に様々な消費者教育のためのコンテンツを提供してきています。それらの活用状況や活用後の反応等については、把握が難しいということは22ページに書かれているのですが、これらの取組がどの程度有効だったかということも、今後できるだけ把握していく必要があると思います。例えばインターネットで提供しているのであれば、ダウンロード数とかもすぐわかるはずです。また、消費者教育というのは都だけではなく国や区市町村も実施したりしているので、そのような中で、東京都が提供している教材がどれだけ役立っているのかということもきちんと確認した上で、今後の教材開発に生かしたほうが良いと思います。

○後藤会長 御意見ありがとうございます。

ほかに御質問、御意見いかがでしょうか。

木村委員、よろしく申し上げます。

○木村委員 主婦連合会の木村です。

教材についてですが、いろいろ素晴らしい教材を開発していただいているとは思いますが、作成してそれを今度どう使っていくかということがすごく重要だと思います。先ほど福島委員からもダウンロード数など、いろいろ確認する方法もあるのではないかと話がありましたが、今回やはり教材を使ってそれがどうだったかということ、23ページにモデル校を使ってというお話が書いてありましたが、使ってそれがどうだったのかという、そこまでをパッケージにして今後考えていくということがすごく大事ではないかと思った次第です。今回そのモデル校というのがこの報告書には書いていませんが、大体何校ぐらいあるのか、どういった学校が対象なのかというのを教えていただきたいと思っています。

○高校教育改革担当課長 教育庁指導部の高校教育改革担当課長の小林と申します。

モデル校は3校で、1年間の実施となります。基本的には、国で活用する「社会への扉」を今後、全都立高校に広げていくために、この教材をどうやって活用するかというこ

とと、あわせて、消費者教育をどのように効果的に進めていくのかについて検証してもらっています。学校は全日制普通科高校、それから全日制で普通科と専門学科で生活科学科を置いている高校と、昼夜間定時制高校の3校となります。

以上です。

○後藤会長 ありがとうございます。

木村委員、よろしいでしょうか。

○木村委員 はい、わかりました。また、その成果をいろいろと報告をいただければと思います。

もう1点ですけれども、教員への研修というところで、私も担当の教科の教員だけではなくて校長先生ですとかそういう幹部の方の教育も大事だと思いますし、あと、ホームルームの担任ということを考えますと、一般の担当教科の教員だけではなくて、その他の方にきちんと研修していくという方向性に大変賛同いたします。

以上です。

○後藤会長 ありがとうございます。

それでは、柿野委員、よろしくお願いします。

○柿野委員 部会の検討にも関わらせていただきまして、今回こういった中間のまとめ、大変素晴らしいものができていると思っております。特に、部会の検討中に東京都教育ビジョンが新しく変わっていくという流れの中で、速やかにこの消費者教育の推進も位置づけてくださり、さらに教育庁として、もう具体的に動き出しているという点も、今、お話を伺っていて非常に心強いと感じたところです。是非、今後も教育庁におかれましても、積極的にここに書かれている内容を進めていただけたらと思います。

意見でございました。

○後藤会長 どうもありがとうございます。

続きまして、2の注意喚起・情報発信と3の区市町村支援、4の消費者教育を効果的に推進していくために、に移ります。これらの点について、御発言いかがでしょうか。

柿野委員、よろしくお願いします。

○柿野委員 28ページのところで、都内の高等学校等と連携した情報発信というような(3)の2のところに項目がございますけれども、これに少し関連して発言させていただきます。

文部科学省が昨年度、専修学校における消費者教育取組状況調査をしております。全国の2,696校の専修学校を対象に回収率71.6%だったのですが、その質問の中に、「消費生活センターと連携して何か取組を実施していますか」という質問がありまして、全国平均で71.5%の専修学校が「連携した取組をしていない」と回答しています。東京都については、69.0%の専修学校で「連携した取組がない」という数字が出ております。今後、取組を進めていく上で、やはりこういった数値を目標値に、連携する学校を増やすことも必要かと思われました。

この発言は、最初の議論で申し上げるべきか、ここで申し上げるべきか迷って、今発言しているんですけども、文部科学省では消費者教育の実施状況について、自治体ごとの数値を初めて出していますので、今後このような数値を参考に検討することもご検討いただければと思います。

以上です。

○後藤会長 どうもありがとうございました。

ほかに御質問、御意見ありますでしょうか。よろしくお願ひいたします。

○米川委員 中間のまとめの32ページ、消費者教育を効果的に推進していくためにというところで、これまでいろいろと公立のところについては、かなり充実して記載されていて、最後のところに私立学校も大きな役割を果たしているということが書いてあるんですね。実際、東京都の高等学校というのは5割以上が私立ということですので、是非情報共有や私学の生徒たちも公立と同等以上にしっかりと消費者教育が受けられるように取り組んでいただきたいと思っています。意見です。

○後藤会長 どうもありがとうございました。

ほかにございますでしょうか。

はい。

○小浦委員 ありがとうございます。小浦でございます。

中間のまとめは、課題を洗い出し今後の方向性を示していただいている、大変いい中間のまとめになっていると思います。ただ、28ページで気になったのですが、消費生活情報に関心のない若者への対応の課題と今後の取組の方向性がまとめてありますが、これまでの中学・高校の消費者教育では生徒が自分事として受けとめていない、ということがあのではないかと考えています。SNSなど若者はスマホを使ってやっていますが、関心がないことにはアクセスしないのではないのでしょうか。教育部門といろいろな教材の作成をされると思いますので、それをどう自分事として受けとめてもらうかという視点から、若者が被害に遭っているデータを十分活用していただけて消費者教育を進めていただきたいと思います。

○後藤会長 ありがとうございます。御意見ということでよろしいでしょうか。

ほかにございますか。

はい。とや委員、よろしくお願ひします。

○とや委員 中間まとめ、ありがとうございます。また、前回、私、意見を申し上げさせていただきましたけれども、それも取り入れていただきましてありがとうございます。

私からは3の区市町村支援のところについてちょっと伺いたいんですけども、この区市町村における消費者教育の推進体制の整備、30ページですね、このパラグラフで、区市町村の消費生活行政担当課長会等の場で推進協議会の設置方法、構成員などの提案を行っている、協議会の設置や消費者教育の推進計画の策定に関する働きかけを実施しているという現状の報告があります。同時に、次のところで現状を踏まえた課題で、協議会

の設置が5自治体、計画の策定は1自治体に留まっているというふうにありますけれども、なぜこういう状況になっているのか、そこら辺はちょっとこの記述だけだとわからないので伺いたいのが1点。さらに、次の段落で、消費者生活部門と学校教育部門との連携が進んでいない自治体があるというふうになっています。ここについては、前の段落で5自治体と1自治体に留まっていると具体的に記述があるんですが、連携については具体的な記述になっておりませんので、そのところをお聞きしたい。まずちょっと2点、質問をお願いします。

○後藤会長 いかがでしょうか。

○企画調整課長 今、消費者教育推進地域協議会と消費者教育推進計画についての御質問がございました。こちらの協議会、計画につきましては、区市町村におきましては、義務づけているものではございません。都では、消費生活基本計画を策定する際に、区市町村に対しましてアンケート調査を行っております。お手元に消費生活基本計画の冊子をお配りしておりますが、21ページに区市町村における消費者教育の現状というものがございます。ここに協議会や計画の策定状況について記載をしております。最後の部分に協議会を設置する予定のない区市町村に対して理由を確認したところ、約6割は設置や運営に要する人員不足を理由に挙げております。次のページ22ページに、計画につきましても策定に要する人員不足を挙げる区市町村が多かったという結果が出ております。また、2段落目になりますが、他の区市町村での策定事例の紹介を求める意見も多く見受けられております。都では、課長会ですとか会議の場を通じて事例の紹介もあわせて行っているところでございます。

もう1点の御質問になりますが、消費生活部門と学校教育部門の連携が進んでない自治体もあると記載しておりますが、自治体によって状況は様々でございますので、具体的にいくつの自治体が進んでないかといった細かな確認はしておりません。

○後藤会長 手短によろしくお願いします。

○とや委員 わかりました。

一番、地域で暮らしている、学んでいる子供たちに近いのが区市町村だと思いますので、そこへの支援を強めていくという認識に立ってこういう記述になったのは、とてもいいことだと私は思っています。特に学校教育部門との連携、これはこれからすごく大事になっていくと思いますので、計画との重なりもあると思うんですけれども、なぜ進んでいないのかというところも含めて若干の記述をしていただけるといいかなと。さらに、今後、支援の取組を強めていくというふうにとまとめていただくといいかなと思っております。意見として申し上げておきます。

以上です。

○後藤会長 ありがとうございます。 はい、木村委員、よろしく申し上げます。

○木村委員 4の消費者教育を効果的に推進していくためのところですがけれども、いろいろな生活の変化を考えますと確かに金融リテラシーの向上を図る必要があるということは



大変ごもっともで、これは大変重要だと思いますけれども、プラス、ネットリテラシーと申しますか、その点に関する記述が今回ないのですが、もうこれは当たり前のこととして書いてあるというふうに理解してよろしいのでしょうか。

○後藤会長 この点はいかがですか。

○企画調整課長 部会での検討の中では、ネットリテラシーについて取り上げておりませんでしたので、ただ今、木村委員の御発言がありましたので、4に掲載する方向で検討させていただきます。

○木村委員 ありがとうございます。1章ですとかの若者の現状を見るとネットの利用に関する相談も大変多いということが見られますので、ぜひ盛り込んでいただきたいと思います。

○後藤会長 ありがとうございます。

それと、洞澤委員、よろしくをお願いします。

○洞澤委員 主に28ページの(2)のアの消費生活情報に関心のない若者等への対応のあたりに関係するのかなと思うのですが、先ほどこの会議の冒頭のほうで、たしか若者の被害に遭いやすい一つの状況として身近な人、同世代の人からの勧誘等の問題というのが指摘されていたかと思いますが、そのことを踏まえると、若者にとって、ある意味一番影響力を持つのは同世代の若者というようなことも考えられるのかなと思うのですね。そうすると、消費者教育に関心のない若者等への対応ということで、我々大人の側からいろんなものを提供するということはもちろん大切なことだとは思いますが、身近にいる若者の情報の発信力であるとか影響力というものを多分無視することができなくて、そういう当事者自身である若者、すなわち、身近にいる若者をうまく活用していくという方向性も大事なのかなというふうに思ったのが1点です。

それから、効果的な教育ということになるのかどうかかわからないんですけど、先ほど若者ほど消費者教育に関心がないという統計的な数字が出ているということで自分事と受けとめられないという御意見もあったかと思うんですけど、やはりそこはすごく大事なところかなと思っておりまして、これは若者に限らず、自分事として受けとめられないと、なかなか真剣に取り組むというようなことが難しいのかなというふうに思います。そうだとすると、やはり自分事として受けとめるにはどうすればいいのかという視点が大事なかなと思っておりまして、そうするとやっぱり若者にこの情報を発信していく我々の立場としては、その現場をよく知っている人のリアルな話を聞く機会であるとか、若者自身がその教育を受ける過程の中で、加害者、被害者側のような言い方がいいかわからないのですが、そういうようなことのロールプレイングみたいなものやっっていくことを通じて、それぞれの立場を実感していくというような形の教育の推進というようなことを進めていく、そのような視点も大事なのかなというふうに思いました。

以上です。

○後藤会長 ありがとうございます。

ほかにございますか。

上村委員。

○上村委員 上村でございます。

「消費者教育を効果的に推進していく」で記載のあった金融リテラシーに関連しての発言をします。今、金融リテラシーを効果的に身に付けるために行動経済学など、心理学を活用し、どういう意識でこういう金融行動をするのか分析が進んでいます。デジタルイゼーション時代に、企業、金融機関では、多様で詳細な分析をしながら金融教育を進めようとされています。連携をして、よりよい選択ができる、いい業者さんをきちんと選択する消費者教育、金融教育を進めるための情報交換をしていただけることが希望です。

○後藤会長 どうもありがとうございました。

よろしいでしょうか。

次に進めさせていただきます。

では最後に、第3章の消費者教育とともに取り組むべき課題について、また、全体を通じて御意見等がございましたらよろしくお願いたします。

はい、よろしくお願いたします。

○坂倉委員 坂倉でございます。

33ページの文言について一つ意見を言わせていただきます。33ページの一番最後に若者に対する相談対応を充実することが肝要であると書いてありますが、これはまさにこのとおりだと思いますし、第1章のところの御報告で相談窓口の認知も非常に低いという結果も出ておりますのでこれは非常に大事なことだと思います。一方、私は事業者団体の者ですが、今、企業に電話してくる若者というのは減ってきておまして、若者のコミュニケーション手法は、やはりネット・SNSに移っている中で、企業がどういう努力をしようとしているかと言うと、SNSや、あるいはAIを使ったチャットボットとか、そういったように電話以外の若者とのコミュニケーションチャネルを広げる、いわゆるコミュニケーションチャネルのマルチチャネル化を今進めようと努力をするところが増えてきております。ですので、行政も情報発信にSNSをまさに使っていくということは、今回書かれていると思うのですが、今後の課題として発信だけじゃなくて若者の相談受付、若者とのコミュニケーションをさらに深めるためにも、やはり相談の分野でも、SNSなどコミュニケーションチャネルのマルチ化をどう広げていくかということを検討していくことが今後の課題の一つかと思います。

以上、意見でございます。

○後藤会長 ありがとうございます。

ほかにも御質問、御意見。

平澤委員、よろしくお願いたします。

○平澤委員 全体的な話でちょっと一言申し上げます。今回はこの成年年齢引下げを端緒として消費者教育が大分クローズアップされて議論されておりますけれども、消費者教育

については20ページの第2章の冒頭部分に書いてありますとおり、消費者教育推進法というのが平成24年12月に施行されていて、かなりそこで大きな変革があったということだと思います。その中では消費者市民社会とか、持続可能な社会の形成に貢献する消費者とかそういう話が出ていて、それを目指して各都道府県、市町村等で審議していくと、計画を立てるといような話だと思います。そういう中で今、成年年齢引下げの問題が出てきているので、これは急ぐということをやっていると思いますけれども、今の学校教育とか、それから例えば消費者教育コーディネーターとか、こういうものについては、やはりこの消費者市民社会を目指す消費者教育の中での位置づけというのが重要だと思います。ややもするとこの成年年齢引下げの議論をして、私もそう思っていますけれども、契約が大事でどうやったら被害に遭わないかという話にどうしてもなるし、それもとても重要ですが、そういう狭い話だけでなく、消費者市民社会をどう作っていくのか、日本で、我が国で、あるいは都でもそうですけど、どう作っていくかという視点を落としてはいけないんじゃないかと思います。冒頭のほうで加害者にならないとかそういう話が出ていましたけれども、何でそういう消費者問題が起きるのかとか、その背景は何かということや若いうちから考えて、例えば広告とか宣伝とか勧誘とか、そういうものはどういうものなのかということや考える教育というのが重要で、そういうことを是非学校等、あるいは社会の中で広めていただきたいなというふうに思います。意見です。

○後藤会長 ありがとうございます。

ほかにございますでしょうか。

越山委員、よろしくお願いします。

○越山委員 東京都の消費者教育推進協議会の会長を務めさせていただいています越山と申します。

検討部会の皆様のほうで成果をお見せいただいて、大変有り難く思っております。私も協議会のほうでは、毎年アクションプログラムという形でこの計画に基づいた進行状況などを検討させていただいております。今回ご検討いただいた結果についても、決定次第その進行等を見させていただければと思っております。その関係でコメントさせていただければと思います。先ほど同年代の若者への影響力というお話がございました。協議会のほうでも、例えば近年ではエシカルの問題の広報にあたって若者に支持を受けておられる芸能人の声を通じてアピールするというような取組もやっています。これからもこの成年年齢引き下げに関する注意喚起が必要な場合、若者への影響力があるPRなどもありえるかもと考えています。

そしてもう1点、先ほど地域の協議会の設置がなかなか進まないというお話がございました。これも実は5年前の計画を作った段階から毎年課題として取り組んでいましたが、全く進んでいない訳ではなく、協議会の役割を担う何らかの取組は各自治体で実質的に機能しているところもあるようです。

あともう1点は、消費者教育コーディネーターというお話が今回出ておりますけど、本

件についてはこの取りまとめの最終段階の結果を受けて、何らかの対策を考えるようになるのではと思っております。

以上、参考までに。

○後藤会長 どうもありがとうございました。

先ほどまだ手を挙げていた委員の方がいらっしゃる。石戸谷委員、よろしく願います。

○石戸谷委員 基本は消費者教育なんですけども、第3章として消費者教育とともに取り組むべき課題についてという章を立てるとするのは賛成でして、これは是非入れていただきたいというふうに思います。大事なところかと思えます。

それで、33ページの3段落目のところなんですけれども、やっぱり入れる以上はその重要性というのをきちっとたい込むということになると思いますので、何かちょっと消極的だなと、市場から排除する取組も忘れてはならないというのではちょっと弱いなど、もうちょっと、消費者基本計画の中でも施策2ということで、大きな柱として不適正な取引行為等の排除と健全な市場の育成というのを立てておりました、具体的施策をいろいろ盛り込んでいる訳ですので、もうちょっと力強く書いていただきたいなど。それで、東京都の高い執行力というのは大いに期待されているところでもありますし、基本計画の中にもせっかくうたっている訳ですから、是非そこは盛り込んでいただきたいと。それとともに、条例に基づく情報提供のところも基本計画の中にはうたわれておりました、これも注意喚起・情報提供のところと関連するところでもありますし、あわせて法執行を特措法の執行とともに条例の点も触れておいたらどうかなと思います。

以上です。

○後藤会長 ありがとうございます。

これはいかがでしょうか、もう少し力強くというような形で。

○消費生活部長 石戸谷委員としては、例えば、全国をリードして、もっと頑張っていくといったことを書くようなイメージでしょうか。

○石戸谷委員 いや、特に具体的にそういうあれではないんですけども、気持ちとしてはそういうことなんです。文章としては「忘れてはならない」というのだと何かちょっと忘れ、それは確かにそのとおりなんですけど、非常に重要であるという意味合いで、もう少し噛み砕いて書いていただけないかなと、それだけのことです。

○消費生活部長 事務局で検討させていただいて、部会長と会長に御相談させていただきます。ありがとうございます。

○後藤会長 よろしく願います。

ほかにございますでしょうか。

はい。

○末吉委員 中間のまとめをどうもありがとうございます。

私からは1点、意見があります。消費者教育をより効果的に推進していくために、20

30年までに世界で達成しなくてはならないという目標、SDGs、持続可能な開発目標についても取り入れていただきたいです。今の若者たちは高校や大学の中でSDGsを学ぶ機会が非常に多いです。とりわけ12番目の目標が「つくる責任、つかう責任」という消費者教育に直結しているような目標もありますので、是非中間のまとめの中にSDGsの目標達成のためにも消費者教育が必要で、消費者教育を推進していくためにもSDGsという共通の目標を認識することが必要である、ということを示していただきたいです。これら二つを抱き合わせで進めていくような形が、これから必要になってくるのではないかというふうに思います。

○後藤会長 ありがとうございます。それでは、よろしく願いいたします。

ほかにございますか。よろしいでしょうか。

様々な御意見をありがとうございました。

本日の議論につきまして追加の意見がございましたら。文書にて本日から1週間後の5月28日火曜日までに事務局にお送りください。皆様からいただいた御意見は、答申までに整理、反映していきたいと思っております。具体的な修文等の内容については、会長の私と野澤部会長に御一任いただけましたらと考えております。いかがでしょうか。

(「異議なし」と声あり)

ありがとうございます。では、本日の審議の結果を踏まえましてそのようにさせていただきます。

続きまして、議事の二つ目、東京都消費生活基本計画の進捗状況等に移らせていただきたいと思っております。

東京都では毎年度、基本計画に基づく各施策についてその実績を当審議会に報告し、審議会での意見を尊重して施策に反映していくこととなっております。

それでは、事務局から説明をお願いいたします。

○企画調整課長 それでは、東京都消費生活基本計画の取組状況につきまして、御説明いたします。お手元の「資料4 東京都消費生活基本計画の取組状況」の資料をご覧ください。

表題の下の枠囲みに計画の基本的な考え方を記載してございます。4つ目の丸にありますとおり、東京都では、計画の実効性を確保するため、毎年度、各施策・事業につきまして審議会に実績を報告し、いただいたご意見を施策・事業に反映することとしております。

なお、計画に基づく全事業の取組状況につきましては、タブレット内の資料の「07 参考資料②」に施策ごとに取りまとめてございます。事業数が大変多くございますので、本日は生活文化局事業に絞りまして資料4で御説明させていただきます。

資料は、左から事業番号、施策名、2018年度の主な取組状況、2019年度の主な取組予定を記載しております。なお、事業番号の後ろに星印がついている事業につきましては、前計画策定以降の新たな取組を含む事業となります。

初めに、「政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止」になります。

「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」につきましては、昨年度、ホームページ、ツイッター、フェイスブック等で最新の情報を迅速かつ効果的に配信するほか、チラシやリーフレット、啓発グッズにホームページやSNSのQRコードを掲載し情報発信ツールの周知を図りました。

また、悪質事業者通報サイト及び若者向けのホームページのリニューアルにあわせてインターネット広告を実施しております。

6月には外国語、英語、中国語、韓国語の3カ国による、消費生活トラブル等に係る相談事例集を公開しているところでございます。今年度は、対象となる消費者に応じた広報媒体の選択や、情報発信の時期や伝達方法の工夫により、引き続き効果的な情報発信を実施してまいります。

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」では、高齢者・若者を対象に、近隣の県などとも連携して、悪質商法被害防止キャンペーンを効果的・広域的に実施しております。キャンペーンでは、ポスター掲示、リーフレットの配布、交通公告の実施のほか、特別相談などを実施しております。今年度の新たな取組としましては、消費者トラブルの防止をテーマに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する若者参加型の事業を実施する予定でございます。

続きまして、2ページをご覧ください。「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」になります。

東京都では、インターネットのアンケートによりヒヤリ・ハット体験事例を収集・分析するヒヤリ・ハット調査を実施しております。結果につきましてはレポートとして取りまとめ、東京くらしWEB等での配信や、関係機関及び事業者への情報提供を行っております。昨年度は乳幼児の寝ているときの事故防止ガイドを作成し、今年度につきましては帰省先などの自宅とは異なる住まいの乳幼児の危険について作成を予定しております。

続きまして、3ページをご覧ください。「1-2-1 高齢者の消費者被害防止のための見守りネットワークの構築促進」になります。

東京都では、高齢者の見守り体制の充実を目指す区市町村に対しまして、きめ細かな支援を行うモデル事業を実施しております。昨年度は5区市でモデル事業を実施しております。取組の成果につきましては、他の区市町村へ普及を行っております。今年度につきましても、引き続きモデル事業を実施してまいります。

続きまして、「1-2-5 高齢者に多い消費者被害を減らすための対策の検討」でございます。

消費者向けとしまして、東京くらしねっとに高齢者の訪問販売や電話勧誘販売被害に関する注意喚起の記事を掲載いたしました。また、事業者向けに訪問販売を望まない消費者に対する対応等を学んでいただけるよう、ホームページに設置している「クイズで学ぶ法令遵守」に東京都消費生活条例のコースを新たに作成しております。このほか、訪問販売等の事業者団体に対し、個別にコンプライアンス講習の出前講座を実施しております。今

年度につきましては、新たに、条例で禁止されている迷惑行為を伴う勧誘を周知し注意を呼びかけるため、消費者向けの啓発チラシを作成し高齢者を中心に配布いたします。また、事業者向けのチラシも作成し、講習会や事業者団体等を通じて配布する予定としております。

続きまして、4ページ、「政策2 不適正な取引行為等の排除と健全な市場の形成」になります。

「2-1-1 悪質事業者に対する取締りの徹底」では、昨年度、特別機動調査班により悪質事業者に厳正に対処しております。立入調査を13件行い、業務禁止命令6件を含む行政処分等を22件、情報提供2件を実施し、あわせて10回のプレス発表を行っております。また、昨年度、体制の見直しを行いました。新たに設置した情報管理班において「悪質事業者通報サイト」に寄せられる通報等を専門的に調査・分析し、取締りに活用しております。

なお、この通報サイトの受理実績につきましては、悪質事業者に関するものが432件、不当表示に関するものが74件になります。今年度も引き続き、法令に基づく迅速な指導・処分等を行ってまいります。

続きまして、「2-1-2 不当表示に対する監視等の徹底」になります。

インターネット上の広告表示を年間24,000件調査し、昨年度は338事業者に対し改善指導を行っております。また、五都県広告表示等適正化推進協議会の取組として、2事業者に対して措置命令、3事業者に対して指導を実施しております。また、先ほど御説明しました悪質事業者通報サイト、こちらをリニューアルいたしまして、景品表示法に関する通報の受付を昨年度から新たに開始しております。今年度も、インターネット監視、五都県広告表示等適正化推進協議会、都民から寄せられた情報等に基づきまして調査を行い事業者に対する指導を行ってまいります。

続きまして、5ページの「2-2-1 事業者のコンプライアンス意識の醸成」でございます。

昨年度は、事業者の法令遵守意識を高めるための集合型のコンプライアンス講習会を3回開催しております。また、事業者団体のニーズに応じた出前型の講習会を5回開催しております。今年度につきましては、集合型の講習会について、受講後の社内展開につなげることができる法務担当者や教育研修担当者等を主な受講対象者とするすることで、社内啓発を推進してまいります。また、出前型の講習会につきましては、事業者団体のニーズを踏まえたきめ細やかな講習内容とし、事業者の自主的な改善の取組を促す手段としても活用していきたいと考えております。

続きまして、6ページに移らせていただきます。「政策3 消費生活の安全・安心の確保」でございます。

「3-1-2 商品等安全対策協議会における消費者・事業者の協力による商品等の安全対策の推進」では、昨年度、協議会から子供に対する電気ポットの安全対策について提

言を受けまして、電気ポットの安全対策の強化や消費者への積極的な注意喚起について事業者団体等に対し提案・要望を行うとともに、東京都におきましてもホームページや情報誌等を通じて消費者の注意喚起を実施しております。あわせて、注意喚起リーフレットを作成いたしまして、都内保育所・幼稚園、保健所等に配布をしております。今年度につきましても、新たなテーマを設定して検討を行ってまいります。

続きまして、9ページに移らせていただきます。「政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及」になります。

「4-1-2 ライフステージに応じた消費生活情報の提供」では、消費生活情報紙「東京くらしねっと」を主に高齢者を対象として、年6回発行しております。また、主に若者に向けた情報提供として、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、若者に向けたインターネット広告等を実施しております。このほか、悪質商法の手口や相談窓口の紹介などの情報を掲載したノートを都内の高校2年生を対象に配布しております。今年度につきましても、同様の取組を進めてまいります。

続きまして、12ページに移らせていただきます。「4-1-14 消費者教育教材の作成」になります。

昨年度につきましては、高齢者・見守りの方向けにDVD教材「慣れと油断は事故のもと！～製品事故から身を守るために～」を新たに作成しております。また、平成26年度に作成した高校生向けWeb版消費者読本につきましては、成年年齢引下げに対応した内容を加えるとともに、タブレットでも利用できるよう改訂をしております。今年度は、Web版消費者読本、消費者教育DVDの新作を作成いたします。また、情報が古くなっているものや形式が使いにくくなっている教材につきましては、順次、改定を行ってまいります。

続きまして、14ページに移らせていただきます。「4-2-1 エシカル消費の理解の促進」になります。

昨年度は普及啓発用のPR動画を作成し、ホームページをはじめ交通広告やテレビCMなど様々な媒体を活用し配信をいたしました。また、ホームページにエシカル消費の紹介ページを作成し、身近な行動例や関連ラベル、有識者のコラムなど、エシカル消費を知る手がかりとなる様々な情報を掲載するほか、普及啓発のためのチラシを作成・配布しております。このほかにも、都民向けのシンポジウムでの講演や消費者講座においてエシカル消費をテーマとして取り上げて実施しております。今年度につきましては、特に将来を担う若者への積極的な普及啓発を図るために、大学キャンパス内における取組やエシカル紹介ページの充実、SNS、都政広報番組など様々なツールを活用した取組を推進してまいります。

続きまして、15ページに移らせていただきます。「政策5 消費者被害の救済」になります。



「5-1-1 高度専門的な消費生活相談」では、高度化・複雑化する相談への対応能力を強化するため、消費生活総合センターでは10の専門分野グループによる相談対応を行っております。平成30年度の都内センターの相談受付件数は、速報値になりますが13万1,116件、前年度比約10.8%増となっております。また、高度に専門的な相談に的確に対応するため、弁護士や建築士、美容医療専門家等の消費生活相談アドバイザーを活用しております。また、今後増加が予想される外国人からの相談に対応するため、通訳派遣に加えまして、通訳を介した電話による三者間通話の実施や、障害者差別解消法の趣旨を踏まえ、昨年度から新たに聴覚に障害をお持ちの方向けに電子メールによる相談を開始いたしました。今年度も専門分野グループによる効率的・効果的な相談処理の実施を行っていくほか、外国の方や障害をお持ちの方からの相談対応につきましても引き続き取り組んでまいります。

続きまして、16ページに移らせていただきます。「5-2-2 特定適格消費者団体への支援」になります。

昨年度は、特定適格消費者団体が集団的消費者被害回復訴訟を円滑に遂行できるよう、連絡会の開催や情報交換の実施のほか、被害回復裁判手続資金の貸付を行いました。今年度も、特定適格消費者団体に対しまして総合的な支援を行ってまいります。

簡単ではございますが、消費生活基本計画の取組状況に関する説明は以上でございます。よろしく願いいたします。

○後藤会長 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お出しください。よろしく願いいたします。

○石戸谷委員 まず、施策番号1-2-1の見守りネットワークの関係なんですけど、これは引き続き見守りネットワークの構築に向けて取組をよろしくお願ひしたいと思うんですけども、そのときに消費者安全確保地域協議会ですが、これ消費生活基本計画の本体の方には、この設置に向けた、区市町村への支援を行うというのが入っております、それも入っていますので、あわせてその辺もよろしくお願ひしたい。というのは、当初使い勝手があまりよくないのではないかということだったんですが、4月末の消費者庁のまとめだと247という数になっておりまして、特に兵庫県で42、福岡県で36、徳島県で25というふうに県の取組で市町村のほうが積極的に設置するというふうになってきているところがありまして、これはやはり個人情報やりとりがスムーズに行くというメリットがあるなというのが、段々現場サイドでわかってきて、これでやったらいいんじゃないかというふうに段々なっているのと、消費者庁のほうも手引きを作ったりして、かなり現場感覚に合った手引きになっているんじゃないかなというふうに思いますので、その辺のメリットも考慮しながら、見守りネットワークはもうかなり実績が豊富にあると思いますので、それに加えて個人情報のほうの、そこをクリアするともう強化になりますので、その辺もあわせてお願ひしたいと思います。

○後藤会長 ありがとうございます。

ほかにございますか。

原田委員、よろしく申し上げます。

○原田委員　まとめていただきありがとうございます。

一つ質問なんですけれども、ちょっと見落としていたら申し訳ないんですが、消費生活センターでは、障害をお持ちの方の御相談の対応というようなところを具体的に書かれていたんですが、逆にその障害をお持ちの方に対するいろいろな啓発じゃないんですけれども、そういうようなこと取組というのは具体的に何かされているのか。要は、先ほどの若者向けという話のマルチじゃないんですが、身近な人が勧誘するということでは、実はこういった方々のコミュニティーというのは非常に絆が強くて、それで逆に言うと、そのマルチが彼らのところに流行ってしまうと一斉に流行るといような特徴がありまして、逆に、私もよく消費者啓発とかでいろんな講演をさせていただくんですが、地方に行かせていただいて一般の方向けに講演させていただくときに、手話通訳の方とかよく横にいらっやって一緒に手話通訳をされて、なぜかという、やはりそういう障害をお持ちの方が御出席をされるということで手話通訳の方を御用意していただくところが何か所かございますけれども、そのときに終わった後にやはりその障害をお持ちの方が来ていただいて、なかなかそういう話を自分たちは聞く機会がないので、自分が中心になって周りの同じ障害をお持ちの方にお伝えいたしますというふうな御感想をいただいたことがあるんですね。ということは、そういった障害をお持ちの方々のコミュニティーに対する啓発活動というのがあると、逆に被害防止には結構強力な力になるんじゃないかというようなことは感じたので、もし障害をお持ちの方々に対する消費者教育とか啓発活動とか、何か具体的なものをやっていらっしゃるのであれば教えていただきたいというのがまず1点目です。

もう一つは、これは今、御発表いただいたまとめの方にはちょっと入っていなかったんですが、個別のやつを全部拝見させていただきまして、それでインターネット被害に関する内容のものについて若干書かれている部分があったんですけれども、そのときに確か4-1-19あたりだったと思うんですけれども、青少年に向けたインターネット被害に関する取組みたいな内容だったときに、今後、未就学児に対する保護者への啓発みたいなことが1行さらっと書かれていたような気がするんですが、何かそれはすごく内容が重要なことで、要はインターネット被害ってもう0歳、1歳からスマホをいじる世代ですので、逆にそれを啓発する、見守る立場の保護者の方に対する知識をつけていただくと、インターネット被害、もう子供時代で被害に遭わないような知識というのをもう持っていただくということは非常に重要だろうというふうに思っております。すごく希望的な話を言えば、それこそ今大変でいらっしゃるかと思いますが、保育士の方々に関してもそういった知識を若干持っていただくということがやはり子供を保護していただくという観点からその知識があった方がいいのではないかというふうに思ったので、それはちょっと感想として述べさせていただきます。

以上です。

○後藤会長 ありがとうございます。

いかがでしょうか。

はい、お願いします。

○活動推進課長 活動推進課長の馬淵と申します。よろしくお願ひいたします。

今お問い合わせがありました障害者に対する情報提供ということなんですけれども、視覚障害者に対しましては消費生活情報「くらしねっと」というもの、紙ベースでありますけれども、これのCD版も作成いたしておりまして、公立の図書館であるとか点字図書館、それから福祉事務所、福祉団体等々に配布しております。DVDによって聴覚障害により消費生活情報を得にくい消費者も活用できるように字幕入りで作成をしているところです。

○消費生活総合センター所長 ちょっと何点か補足させていただきます。

今の東京くらしねっとのCD版ですけれども、盲関係の施設ですとか盲学校、点字図書館、こういったところにも配布しているという状況でございます。あと、聴覚障害者に対しての対応なんですけれども、平成28年の7月からタブレット端末を活用した遠隔手話通訳サービスを活用してきたというところでございます。こちらまた平成31年4月から、こちらICTの遠隔手話通訳システムをセンターに導入いたしまして、こちらを予約不要でサービスが受けられる体制で行っているということでございます。こちらのタブレット端末を活用した遠隔手話サービスですけれども、こちらのこの関連の団体を通じまして、こういうサービスを行っているということを宣伝させていただいているという状況でございます。

○後藤会長 ありがとうございます。

はい。

○原田委員 そうすると、その御相談をいただくというような聴覚の障害のある、お持ちの方々とかに関しましては、相談窓口というところがすぐに相談できるというようなことを広報することによってそういった被害に遭ったとしてもすぐに相談できるというような情報として提供しているということでしょうか。

○消費生活総合センター所長 そうですね。一応こういったサービスをやっておりますので、いつでも受けられますということで御案内をさせていただいているということでございます。

○後藤会長 どうもありがとうございます。

ほかにございますでしょうか。

はい、よろしくお願ひいたします。

○井上委員 自分自身にあまりこうしたらいいという具体的な提案がないのでちょっと忸怩たるものがあるんですけども、できましたら、これ取組をいろいろ書かれていてそれはそれでいいんですけども、その結果がどうなったのかとかいうか、要するにその安全・安心が確保されて事故あるいは被害というものがない社会ということ、その先にまさに議論に出ているそのサステナブルなところにどう貢献するかとあるんですけども、その

前に「事件、事故、被害がない社会」というところに関して、こういう取組を通して行った結果どうなったのかというあたりですね。なかなか、じゃあどうそのデータを取ってどういうものを載せればそのアウトカムが出てくるのかというのが、ちょっと自分自身も具体的なアイデアがないんですけれども、こういう取組をしましたということの結果どうなりましたかというのを、できたらそういうのを載せていただくとありがたいなと思います。

以上です。

○後藤会長 ありがとうございます。

御意見ということでよろしいでしょうか。

○井上委員 ええ。

○後藤会長 それではほかに。

はい、よろしく願いいたします。

○米川委員 「4-2-1 エシカル消費の理解の促進」というところなんですけど、今回この計画自体では普及啓発をメインにしているということなんですけど、昨年いろいろと議会でも取り上げて実効力のある取組をしているというような知事の答弁もあったと思っております。その中で、東京都というのが最大の消費地であるということと、あと、東京都庁もほかの自治体も含めて、その地域の最大の大規模事業所と言っても過言ではないと思っています。そういうこともありますので、できれば都庁自ら各局と連携して実効力のあるエシカル消費の取組を行っていただきたいと意見として伝えておきます。お願いします。

○後藤会長 どうもありがとうございます。

はい、よろしく願いいたします。

○西田委員 東工大の西田と申します。よろしく申し上げます。

先ほどの井上委員の発言にも関係するんですけども、やったことの効果評価ってすごく大事ななというふうに思っています。この中で私が少し参加しています商品等安全対策協議会ですか、3-1-2ですかね、そこではやったものに関してはきちんとフォローアップをするようにしてしまして、過去、ボタン電池であるとか歯ブラシであるとか100円ライターみたいなもの、などについて事故予防効果が上がっているもの、これからまだ対策が必要なものというのを明らかにするようなことをやっています。東京都でも、一部そういう効果評価が始まっているということで、それは私も大変評価しております。

それから、今回こういう一覧で見て感じたんですけども、過去の審議会の資料で高齢者の詐欺の対策で非常に効果があるのは、事前にその詐欺の情報を知っていたことというのが抑止効果が、確か大きな理由だったと記憶しています。今回、若者の話があったかと思うんですけども、若者の場合にもどういふものの情報が抑止効果に繋がったのかが明らかになると、効果的な発信につながると思っています。先ほどモデル校などで何か実施されるということがあったので、そこで、啓発活動をする際に現状がどうなっているのかと聞

いてみたり、どうして手を出すことをやめようと思ったのかというのを聞くというような双方向のやりとりがあると、ある種P D C Aサイクルになるので、伝えるだけじゃなくて、その際に情報を得られるので非常に有用な展開になるんじゃないかなというふうに思いました。というので、ちょっと高齢者の部分で非常に参考になることもあるのかなというふうに感じました。コメントです。

○後藤会長 どうもありがとうございました。

ほかに。

上村委員、よろしく申し上げます。

○上村委員 S D G s の 1 2 番目「つくる責任、つかう責任」のところでの発言です。持続可能な消費者市民社会の今一番動きそうなところは法律ができた食品ロス削減推進だと予測されます。食品ロスをいかに削減するか、東京都の消費生活基本計画で食品ロス削減のところは、81ページです。消費者教育をして持続可能な社会としてどういう形で生産者と消費者が協力をし合って食品ロス削減をすることができるのか社会実験というか、検証数字を出そうとすればできるタイミングです。食品ロスを削減するために事業者と消費者が力を出し合って、知恵を出し合って、協力体制を作って、こんな効果が上がったという社会実験、検証結果の数値を東京都で出していきたいという意見、お願いです。

○後藤会長 どうもありがとうございました。

続けてといいますか、お三方から効果の検証というような視点からの御意見というのが出ていますけれども、東京都として何かそれについてコメントがあればお願いします。いかがでしょうか。

○企画調整課長 効果検証につきまして何点か御意見をいただきました。タブレット内に保存されております各事業の個票では、それぞれの事業ごとに、例えば1-1-1であれば消費者の視点から見た取組の成果を記載しております。ただ、こちらの成果が効果の検証と言えるのかといいますとなかなか難しいところがあるのかなと思っております。

各事業の実施に当たっては、例えば、消費者講座やシンポジウムでは、必ずアンケート調査を行い、個別に事業の評価を行っておりますが、消費生活行政全般で、例えば、消費者被害がどれだけ減ったかという効果測定は難しい部分があります。この点は、今後検討していく必要があると考えております。

○後藤会長 ありがとうございます。

ほかによろしいですか。

越山委員、よろしく申し上げます。

○越山委員 今の説明の補足ですが、要は各方策の進行状況を見ていく過程で、具体的な数値目標がないと、進行状況が妥当なのかなどがわかりにくいのは、わかっております。協議会では、過去5年間はできるだけ数値目標を設定して進行状況をみていましたが、本年以降はどのような形で評価していくことが可能かなどを、可能な範囲で検討していくようになるろうかと思っております。これから事務局の方と相談して考えていければとは思っております。

ます。

○後藤会長 どうもありがとうございました。

よろしいでしょうか。

それでは、御質問、御意見は以上にさせていただきます。

今後の審議会のスケジュールについてですけれども、事務局から説明をお願いいたします。

○企画調整課長 それでは、今後のスケジュールについて御説明いたします。「資料5 今後の審議スケジュール」をご覧ください。

本日議論いただきました中間のまとめ案につきまして追加の御意見がございましたら、文書にて1週間後の5月28日火曜日までに事務局にお寄せいただければと存じます。メールでも構いませんので、よろしくをお願いいたします。御審議いただきました意見を反映いたしまして、会長、部会長と調整させていただいた後、委員の皆様にお送りいたします。

この後、6月中旬以降にパブリックコメントを行い、都民の皆様からいただいた御意見について次回の部会で御審議いただき、その結果を取りまとめ、秋の総会にお諮りし、最終答申として知事に報告いただくという流れを予定しております。

なお、次回の審議会総会の開催につきましては別途調整をさせていただきます。よろしくをお願いいたします。

○後藤会長 以上で終わりにしたいと思いますが、よろしいでしょうか。

それでは、以上をもちまして本日の審議会は終了させていただきます。御協力ありがとうございました。

午前11時43分閉会