

第 2 9 次東京都消費生活対策審議会

第 1 回総会

令和 8 年 8 月 6 日（木）
集合・オンライン併用

(午後 3時31分 開会)

○消費生活部長 それでは、定刻でございますので、東京都消費生活対策審議会を開会いたします。

本日はお忙しい中、御出席をいただきまして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生活文化局消費生活部長の志村でございます。後ほど会長を御選任いただくまでの間、進行役を務めさせていただきます。どうぞよろしくお願いいたします。

まず、事務局から本日の出席状況と定足数について御報告いたします。

○企画調整課長 本日の出席状況について報告いたします。ただいま御出席いただいております委員は、25名でございます。委員総数の半数以上の御出席となっておりますので、審議会運営要綱第6に定めます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、原則公開としています。総会の内容につきましては、東京都のホームページに掲載し公表させていただきますことを御了承いただきますよう、お願いします。

○消費生活部長 それでは、次に、事務局から本日の資料の確認をさせていただきます。

○企画調整課長 本日の資料の確認をさせていただきます。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して、その後、

資料1「委員名簿」

資料2「幹事・書記名簿」

資料3「諮問文の写し」

資料4「東京都消費生活基本計画について」

資料5「基本計画改定スケジュール」

資料6「第28次審議会検討部会の報告」

資料7「東京都消費生活基本計画 主な取組実績」

資料8「東京都消費生活基本計画 令和8年度の取組予定」

資料9「消費者教育推進部会について」

となっています。

その他、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」具体的な施策と取組状況の調査票、②「消費生活基本計画」、③「基本計画の次期改定に向けた方向性の検討部会 報告書」となっています。

○消費生活部長 続きまして、本審議会の委員の御紹介をいたします。

○企画調整課長 資料1「委員名簿」を御覧ください。委員の皆様におかれましては、お名前をお呼びしますので、マイクをオンにしてお話しいただき、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。

まず、学術研究分野の委員から御紹介をいたします。

生駒委員でございます。

- 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 小野委員でございます。
- 小野委員 東京家政学院大学の小野でございます。よろしくお願いいたします。
- 企画調整課長 鹿野委員でございます。
- 鹿野委員 鹿野と申します。よろしくお願いいたします。
- 企画調整課長 続きまして、神山委員はオンラインでの出席となっています。
- 神山委員 山梨大学の神山でございます。よろしくお願いいたします。
- 企画調整課長 北村委員については、少し出席が遅れるということのようでございます。
- 続きまして、角田委員でございます。
- 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 原田委員でございます。
- 原田（昌）委員 立教大学の原田と申します。よろしくお願いいたします。
- 企画調整課長 平澤委員でございます。
- 平澤委員 弁護士の平澤慎一です。よろしくお願いいたします。
- 企画調整課長 藤田委員でございます。
- 藤田委員 藤田裕といいます。弁護士をしております。よろしくお願いいたします。
- 企画調整課長 山城委員でございます。
- 山城委員 東京大学の山城でございます。よろしくお願いいたします。
- 企画調整課長 次に、関係団体の委員でございます。
- 柿本委員でございます。
- 柿本委員 主婦連合会の柿本でございます。どうぞよろしくお願いいたします。
- 企画調整課長 久芳委員でございます。
- 久芳委員 東京都金融広報委員会の久芳と申します。どうぞよろしくお願い申し上げます。
- 企画調整課長 坂田委員でございます。
- 坂田委員 消費者関連専門家会議の坂田と申します。よろしくお願いいたします。
- 企画調整課長 高須委員でございます。
- 高須委員 東京地婦連の高須と申します。どうぞよろしくお願いいたします。
- 企画調整課長 高橋委員はオンラインで御出席をしています。高橋委員、いかがでしょうか。マイク入りますでしょうか。
- 申し訳ありません。接続がうまくいっていないようなので、また後ほど接続ができましたら御紹介したいと思います。
- 続きまして、坪田委員もオンラインでの参加です。
- 坪田委員 全国消費生活相談員協議会の坪田郁子でございます。よろしくお願いいたします。
- 企画調整課長 原田委員でございます。

○原田（由）委員 E Cネットワークの原田でございます。よろしくお願いいたします。

○企画調整課長 星野委員でございます。

○星野委員 東京消費者団体連絡センター、星野と申します。よろしくお願いいたします。

○企画調整課長 牧野委員でございます。失礼しました。牧野委員、オンラインでの御参加になります。

牧野委員、いかがでしょうか。接続がうまくいっていないようなので、また後ほど接続ができましたら御紹介したいと思います。

続きまして、松谷委員でございます。

○松谷委員 東京私立中高協会の松谷です。よろしくお願いいたします。

○企画調整課長 続きまして、松永委員はオンラインで御参加です。

○松永委員 小平高校の松永でございます。よろしくお願いいたします。

○企画調整課長 山口委員でございます。

○山口委員 東京商工会議所の山口と申します。よろしくお願いいたします。

○企画調整課長 続きまして、都議会議員の委員でございます。

あかねがくぼ委員でございます。

○あかねがくぼ委員 都議会議員のあかねがくぼかよ子でございます。よろしくお願いいたします。

○企画調整課長 慶野委員でございます。

○慶野委員 都議会の慶野です。よろしくお願いいたします。

○企画調整課長 清水委員でございます。

○清水委員 都議会議員の清水です。よろしくお願いいたします。

○企画調整課長 ときざき委員はオンラインでの御参加になっています。

○ときざき委員 都議会議員のときざきと申します。よろしくお願いいたします。

○企画調整課長 宮瀬委員もオンラインでの御出席となっています。

○宮瀬委員 都議の宮瀬でございます。よろしくお願いいたします。

○企画調整課長 以上でございます。ありがとうございました。

なお、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代えさせていただきます。

○消費生活部長 それでは、開催に当たりまして、生活文化局長の古屋より御挨拶を申し上げます。

○生活文化局長 生活文化局長、古屋でございます。委員の皆様には大変暑い中、都庁までお運びいただきまして、また、第２９次東京都消費生活対策審議会の委員に御就任いただいたことに御礼を申し上げます。誠にありがとうございます。

開催に当たりまして、一言御挨拶申し上げます。健康で安全、そして豊かな生活を送ることは、全ての都民の共通の願いでございまして、その基盤となるのが日々の消費生活でございます。消費生活におきましては、消費者、事業者、そして、行政のそれぞれが自ら

率先して、互いに手を取り合って連携していくことが求められていると感じてございます。自由で公正かつ環境への負荷が少ない経済社会の発展を進めながら、消費者の皆様の利益をしっかりと守って高めていかなければなりません。

都は、こうした基本理念の下、令和4年の12月に、令和5年度から9年度までの期間を対象とする計画を東京都消費生活基本計画として策定いたしまして、消費生活行政を総合的に推進してきたところでございます。今年度は、現在の計画がスタートして4年目でございます。来年度の基本計画の改定に向けまして皆様に御議論をいただきたく、本日諮問させていただくところでございます。昨年度、第28次審議会の検討部会で重ねていただきました御審議、そして、御報告につきまして、さらに深めていただきたいというふうに希望してございます。

消費者を取り巻く状況は、ここ4年でも非常に大きく動いてきておりまして、昨年度、都内の消費生活センターに寄せられた消費生活相談は約14万5,000件、このうち29歳以下の若者世代からの相談が1万9,000件となっておりまして、昨年度よりも13.4%増加しているところでございます。賃貸アパートの退去のときの費用に関する相談などが大きく伸びてきておりまして、鍵の解錠サービスといった相談、インターネット通信で購入した洋服が届かないといったような、いろいろな相談が寄せられているところでございます。また、高齢者の方からの相談も引き続き多く受けております。デジタル商取引の浸透など、いろいろな状況の変化がございまして、私どももSDGsを進めていくために、消費者の日常的な生活、消費生活が非常にこういったものに大きく関わってくるものとして、取締りだけではなくて、よりよい消費を進めていこうということで、エシカル消費を皆様にお勧めするといったような活動も東京都として進めてきているところでございます。

こうした大きく状況が変わっていく中で、この計画、非常に重要なものとなっております。委員の皆様には、ぜひ広い視野から、また、ふだんの領域の中から感じられているいろいろな疑問や課題感を、この計画にぜひ投影していただきたいと考えております。貴重な御意見、御助言を賜りますように心からお願い申し上げます。どうぞよろしくお願い申し上げます。

○消費生活部長 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項によりまして、会長は、審議会に属する委員のうちから互選することとなっております。どなたか御推薦はいらっしゃいますでしょうか。

小野委員、お願いします。

○小野委員 本審議会の前期、第28次の会長をお務めいただきました鹿野委員が適任かと思われます。どうぞよろしくお願いいたします。

○消費生活部長 ただいま小野委員から鹿野委員を会長にとの御推薦がありました。

皆様、いかがでしょうか。よろしいでしょうか。ありがとうございます。

それでは、鹿野委員、よろしいでしょうか。

○鹿野委員 承知しました。

○消費生活部長 それでは、ただいま鹿野委員が会長に御選出されました。鹿野会長、どうぞよろしくお願いいたします。

それでは、会長席のほうに御移動いただきますようお願いいたします。

(鹿野会長 移動)

○消費生活部長 それでは、早速でございますけれども、鹿野会長から一言御挨拶をいただけますでしょうか。

○鹿野会長 ただいま会長に選任していただきました鹿野菜穂子でございます。会長就任に当たり、一言御挨拶を申し上げたいと思います。

当東京都消費生活対策審議会は、都民の消費生活の安定と向上に関する基本方針を調査、審議するという任務を負っております。今日、消費者を取り巻く状況は、高齢化及びデジタル化の進展などを背景として大きく変化しており、新たなリスクも生じているところでございます。そして、東京都としても、それに適切に対処していくということが求められております。さらに申しますと、今日の消費者政策においては、消費者を保護の対象として捉えるだけではなく市民社会の担い手として、持続可能な社会の実現に向けた積極的、あるいは自覚的な行動を取るよう促すということも求められているように思います。

このような状況の中で、東京都におけるよりよい消費者政策の推進に向けて活発な御議論をいただけますよう、私としては円滑な議事運営に努めたいと思っております。どうぞよろしくお願いいたします。

○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に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 それでは、議事に入りたいとは思いますが、議題に入る前に、会長代理を指名させていただきます。審議会運営要綱第4の3に、会長に事故があるときは、あらかじめ会長が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。前期の審議会に引き続き、平澤委員に会長代理をお願いしたいと思いますが、いかがでしょうか。

平澤委員、お願いできますか。

○平澤会長代理 謹んでお受けいたします。

○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、隣にお越しいただければと思います。

(平澤会長代理 移動)

○鹿野会長 それでは、御準備ができてからで結構ですが、平澤委員に会長代理御就任に当たり御挨拶をいただければと思います。

よろしくお願いいたします。

○平澤会長代理 今、会長代理に指名いただきました弁護士の平澤と申します。今、鹿野会長がおっしゃったとおり、重要な会議だと思しますので、皆さんの充実した活発な議論

がなされるよう、会長を補佐して努めていきたい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 ありがとうございます。

それでは、議題に入りたいと思います。

まず、議題（１）東京都消費生活基本計画の改定についてでございます。こちらは、当審議会に対しまして知事から諮問がございます。

（鹿野会長、古屋局長 手交場所へ移動）

○生活文化局長 東京都消費生活条例第４５条第２項第６号の規定に基づき、下記の事項について諮問する。令和８年８月６日。東京都知事、小池百合子。

東京都消費生活基本計画の改定について。

どうぞよろしくお願いいたします。

（諮問文 手交）

○鹿野会長 ありがとうございます。

続きまして、ただいま諮問をお渡しいただきましたが、この諮問の趣旨につきまして、事務局から改めて御説明をお願いいたします。

○消費生活部長 それでは、諮問の趣旨を読み上げさせていただきます。

都は、これまでも、主体的な消費行動への変革の促進、デジタル社会及びグローバル社会への対応、多様な主体との連携・協働による取組の強化という三つの視点に立ち、消費者被害の未然防止と拡大防止、不適正な取引行為等の排除と健全な市場の形成、消費者の安心・安全の確保、消費者教育の推進と持続可能な消費の普及及び消費者被害の救済に向け、積極的に消費生活行政を推進してきた。

近年における、ＡＩをはじめとしたデジタル技術の革新的な変化、国際情勢の不安定化及び消費者と事業者との関係性の変化等の国内外の環境の変化は、都民の消費生活に大きな影響を及ぼしている。

第２８次東京都消費生活対策審議会では、検討部会において、消費生活基本計画の改定に向け、都が目標とすべき姿として「『消費者市民社会』において目指している『公正かつ持続可能な社会の形成』」が示され、審議会に報告されたところである。

この方向性を踏まえ、主体的な消費行動を促進しつつ、多様な主体がそれぞれの立場を尊重しあい連携を図りながら、都民の消費生活の安全・安心を確保するため、消費生活行政をさらに積極的に推進していく必要があることから、令和１０年度から令和１４年度までの５年間の指針となる消費生活基本計画の改定について諮問するものである。

以上でございます。

○鹿野会長 ありがとうございます。諮問を謹んでお受けいたしました。

ここで、古屋局長は、他の公務のため退席されるということでございます。どうもありがとうございます。

○生活文化局長 よろしくお申し上げます。

○鹿野会長 先ほど御紹介にあったように、新たな基本計画は令和10年度からスタートするとのことでしたが、それに向けて、まずは現行の基本計画の概要、そして、改定に向けてどのようなスケジュールが予定されているのかということを経済局から御説明をお願いします。

○企画調整課長 それでは、まず現行の基本計画から御説明申し上げます。資料4でございます。

東京都消費生活条例では、知事は、消費生活に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、基本となる計画を策定するものとすることを定めています。この規定に基づき策定するのが基本計画です。また、消費者教育推進法に基づき、都として策定する消費者教育推進計画がございますが、消費生活基本計画と消費者教育推進計画を一体のものとして策定をするということにしています。計画期間は令和5年度から令和9年度までの5年間になっています。主体的な消費行動への変革の促進、デジタル社会及びグローバル社会への対応、及び多様な主体との連携・協働による取組の強化の三つの視点から、五つの政策の柱と方向性を定めているというのが現行の計画でございます。計画本文につきましては、本日、机の上に冊子物でお配りしていますので、こちらを御覧いただければと思います。

続きまして、次期基本計画策定のスケジュールについてでございます。資料5になります。先ほどの諮問趣旨にございましたとおり、次期基本計画は令和10年度から令和14年度までの5年間を計画期間とすることを予定しています。このため、新たな計画につきましては、この資料の右下の端のところにありますけれども、令和9年度末、令和10年3月までに策定をすることが必要となります。ここを目標として審議をお願いするということになってまいります。

審議会における検討でございますけれども、昨年度の第28次審議会と同様、検討のための部会を設置いただき、詳細な検討をしていただくということを想定しています。今年度末、来年3月末頃までに検討部会において検討を進めていただきまして、中間のまとめを来年5月頃を目途に開催する総会で決定いただければというふうに考えています。その中間のまとめをもって都民に意見を聞くパブリックコメントを実施いたします。パブリックコメント結果を踏まえて改めて御検討いただき、来年9月から10月頃に最終の答申をいただくというスケジュールを考えているところです。その後、答申をいただいた後でございますけれども、東京都として答申に基づく基本計画の素案を作成しまして、改めて審議会に報告をさせていただきます。そこでの御意見をいただいた上で、令和9年度末に策定・公表というスケジュールを想定しているところです。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。

ただいま御説明がありましたとおり、来年5月をめどに中間のまとめを行い、パブリックコメントを踏まえて再検討し、来年9月から10月頃には答申を取りまとめるということが必要とされているようでございます。

基本計画の改定に関しましては、昨年度、前期の第２８次審議会において部会を設置し、改定に向けた方向性について検討していただきました。

部会報告について、事務局から説明をしていただきたいと思います。お願いいたします。
○企画調整課長 それでは、資料６をお開きください。昨年度、第２８次審議会におきまして、新たな基本計画が目指すべき方向などにつきまして幅広く御意見をいただくということを目的とした検討部会を設置し、御検討いただいていたところでした。昨年１２月の審議会総会において中間報告を行い、総会での意見も踏まえて３月に最終報告を取りまとめていただいています。

報告書の本文につきましてはお配りをしています。今、画面に投映していますのは概要版でございます。報告のポイントは三つございます。一つ目は、次期基本計画における大きな目標として、消費者市民社会において目指している公正かつ持続可能な社会の形成をおいたこと。二つ目として、現行の基本計画策定以降の消費者を取り巻く状況の変化について整理をしているということ。三つ目としまして、東京都が取り組むべき事項について、消費者市民社会を構成する各主体に期待される役割という観点から整理したと、というものでございます。

資料の次のページは報告書本文の概要でございます。一番下、目指すものとして「公正かつ持続可能な社会、消費者市民社会の形成」をおき、この目指すところに向けて、現行の計画に基づく取組状況や社会経済等の変化の状況、国などの動向を背景として、多様な主体との連携・協働、重点化・指標による施策の実効性の確保などの要素を踏まえ、各主体に期待される役割とそれを支援する都の取組を整理、分類をしています。各主体に期待される役割につきましては、消費者被害の防止、不適正な取引行為等の排除、安全・安心の確保、消費者市民社会の実現に向けた消費者教育、消費者被害の救済、災害時等における消費行動の六つの観点で分類をしています。

これらの役割を支援する都の取組のうち、主な事項をまとめたのが次のページになります。都における取組を直接的な取組と各主体における取組に対する支援の２つに大きく分けて、さらに各主体として、消費者、事業者、消費者団体等及び区市町村というのを置いています。こちらの四つの区分を先ほどの六つの観点からどのような取組が求められているのか、それに対して東京都は何をすべきなのかということをまとめたものということでございます。

以上でございます。

○鹿野会長 ありがとうございます。

ただいま御説明いただきました報告書や諮問事項について皆様から御意見をいただきましたと思いますが、今期から新たに委員となられた方もいらっしゃいますので、現行計画について、大きな項目については先ほど御説明があったのですが、その概要について、議題（２）の東京都消費生活基本計画の進捗状況等と併せて、さらに事務局から説明をしていただき、議題（１）と（２）について一括して審議したいと思います。

それでは、事務局から、議題（２）についても説明をお願いします。

○企画調整課長 それでは、議題（２）について、御説明申し上げます。

まず、資料７を御覧ください。資料７の①は基本計画の構成となっています。先ほど基本計画の概要を申し上げましたが、この基本計画では、この構成に沿って１２１の具体的な施策を定めています。それらの取組状況につきましては、本日お配りしている参考資料①に、かなりのページ数にわたるのですが、記載をしています。資料７は、その中から抜粋した施策について取組実績をまとめたものでございます。

次のページ、資料７の②以降に個別の事業の実績を記載しています。資料７の②から④は、政策１の消費者被害の未然防止と拡大防止に関する実績となっています。

次のページ、資料７の③は、被害防止のための注意喚起・情報発信に関する実績を記載しています。「東京くらしWEB」など、伝わる情報発信に努めるとともに、社会情勢を捉えた注意喚起をSNSなども活用しながら機動的に実施をしているところです。令和７年度から、東京都の発信する消費生活情報がマスメディアを通じて効果的に都民に伝わるよう、民間事業者が有するノウハウなどを活用したメディアアプローチというものに取り組みまして、その結果、テレビ放送で９件、デジタルメディアで３５件の露出につながっています。そのほか、年代などの属性に応じて媒体や手法を工夫しながら、注意喚起や情報発信を実施しているところです。

続きまして、資料７の④です。高齢者の見守りによる消費者被害の防止と早期発見です。高齢者の見守りネットワークにつきましては、令和５年度に全ての区市町村において、構築が完了しています。現在、その充実強化に向けた支援を実施しています。また、消費者安全法に基づく消費者安全確保地域協議会につきましても、設置促進に向けて区市町村への支援、働きかけを実施しており、現在、２０区市が設置済みとなっています。このほか、地域の見守り人材の育成に関する実績などを記載しています。

資料７の⑤から⑦は、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係る実績、⑤はその項目を記載しているページになります。

資料７の⑥を御覧ください。東京都は、法、条例に基づきまして、不適正な取引行為を行う事業者に対して調査を行い、指導・処分などを実施しています。上段の表には業務停止命令等の件数、主な業務停止命令処分の実績、また、下の表には、「東京くらしWEB」に開設しました悪質事業者通報サイトに寄せられた通報の件数を記載しています。

次に、資料７の⑦、上段の不適正な取引行為等の排除でございします。景品表示法に抵触するおそれのある不当表示等について監視を行いまして、表示の適正化に向けた調査、指導を実施しています。インターネット広告につきましては１万６，０００件、SNS等広告につきましては３２０件について調査を実施し、弁護士やウェブ専門家等による助言員チームである東京デジタルCATSの御協力もいただきながら、２件の行政処分につながっています。また、４５５件の行政指導を実施しています。

その下でございしますけれども、健全な市場の形成に向けた取組について記載をしていま

す。不適正な取引行為の防止や広告表示の適正化を図るためには、行政による事業者指導・処分だけではなく、事業者自らによる法令遵守に向けた取組を促進していくということも重要だと考えています。専門家の皆様の御協力をいただきながら、講習会を実施しています。

次のページ、資料 7 の⑧からは、政策 3、消費生活の安全・安心の確保の実績でございます。商品・サービスの利用に伴う危害、危険を防止するため、情報を収集し、調査、分析を実施しています。

また、消費者、事業者、学識経験者から成る東京都商品等安全対策協議会において具体的な対策の検討を実施しているところでございます。令和 7 年度におきましては、エスカレーター利用者のための安全対策に関する実地調査結果について報告を行い、令和 8 年度も引き続き御検討いただいているところです。

資料の右上の写真は令和 6 年度に実施しました傘の安全性に関する調査に関するものでございます。傘を持って歩いている人が後ろの歩行者に傘をぶつけたときに、どのぐらいの衝撃が発生するのかというのを調査しまして、その実験映像を公開したところ、複数のマスメディアからの関心をいただきまして、今年の梅雨時にも、いくつかテレビ局から映像を使いたいというような照会があるなど、引き続き反響のあるところでございます。

このほか、事業者などとの連携により、子供の安全に配慮した商品見本市を開催し、安全・安心な商品の P R、普及を図っています。また、子供の安全に配慮した商品の顕彰制度に都内の中小企業が応募するための必要な審査料の補助も実施しています。

続きまして、資料 7 の⑩から⑯は、政策 4、消費者教育の推進と持続可能な消費の普及に係る実績でございます。

資料 7 の⑪には、成年年齢引下げに対応した消費者教育の強化として、高校、中学校等における消費者教育推進と、若者の啓発事業であります C M シナリオ・動画コンテストについて記載をしています。消費生活総合センターに設置しました消費者教育コーディネーターの活動範囲を令和 6 年度から大学等にも拡大をしているところです。生徒、学生向けだけではなく、教員向けの情報発信なども引き続き実施してまいります。C M シナリオ・動画コンテストにつきましては、毎年度、工夫を凝らしながら実施をしています。令和 7 年度につきましては、こちらのコンテストへの応募総数が約 7, 3 0 0 件、制作した映像のユーチューブでの再生回数は約 2 6 万回など、ふだん行政の広報や啓発動画になじみのない層にリーチできたというふうに考えているところです。

資料 7 の⑫には各種講座の実績、また、⑬には作成した消費者教育用教材について掲載をしています。

資料 7 の⑭は、消費者団体と協働して実施しているくらしフェスタ東京の開催実績、東京都計量検定所における普及啓発活動の実績について記載をしています。

資料 7 の⑮、⑯は、持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進としまして、エシカル消費の普及啓発に関する取組の実績を記載しています。T O K Y O エシカルではエシ

カル消費に係る取組を推進するパートナー企業、団体の公募、パートナー企業同士の連携を強化するカンファレンスや、都民にエシカルな行動を呼びかけるキャンペーンなどを実施いたしました。昨年１１月には、東京で開催されたデフリンピックと連携をしまして、駒沢オリンピック公園でエシカルマルシェを実施しています。

令和７年度からの新たな取組としまして、小学生を対象にエシカル消費をテーマとしたイラストを募集、１２作品を選定してカレンダーを製作し、都内全ての小学校に配布するエシカルアクションコンテストというものも実施をいたしました。また、令和７年度から、パートナーの主体的な取組を支援しエシカル消費の推進を図るとともに、パートナーの自走化を図ることを目的とした助成事業を開始しています。

続きまして、資料７の⑰からは、政策５、消費者被害の救済に係る実績でございます。

資料７の⑱、令和７年度に東京都消費生活総合センターで受け付けた相談件数について記載をしています。２万８，２９３件で前年度、令和６年度とほぼ同じ水準となっています。年代別に見ますと、２９歳以下の若年者層の相談が前年度比で８．８％増加をしています。

主な相談内容につきましては、２に記載をしているとおりでございます。

なお、令和７年度に、東京都消費生活総合センターを含め、都内の消費生活センターに寄せられた相談件数、先ほど局長からの挨拶にもございましたけれども、１４万５，５０１件となっています。前年度から約１０％の増というふうになっています。

資料７の⑲には、高齢者及び若年者の相談件数の推移を記載しています。また、その下の表には、都民の消費生活に著しい影響を及ぼすなどの紛争などについて、あっせんや調停を行う消費者被害救済委員会の実績を記載しています。

ここまでの資料７に基づきます昨年度の実績でございます。

引き続き、令和８年度における主な取組について、資料８に沿って御説明申し上げます。資料８でございますが、これは、先ほどの資料７同様、参考資料①に掲載しました現行計画に掲げた１２１の具体的施策の中から抜粋したものととなります。

まず、資料８の①ですが、伝わる広報のさらなる推進に関するものでございます。先ほど令和７年度の実績のときにも申し上げましたが、都の発信する消費生活情報の発信に関して民間のＰＲ事業者を活用したメディアアプローチに取り組んでいます。昨年度の実績と振り返りを踏まえまして、事業者の持つ幅広いネットワークを生かしたメディアへのアプローチやタイアップ記事の掲載、メディアに取り上げられやすくなるための取組の具体的な助言などを受けるなど、さらに充実させていき、より多くの都民の皆様は都の発信する情報が伝わるよう取り組んでまいります。

資料８の②は、不当表示を許さない機運の醸成と事業者に働きかける取組の実施でございます。東京都は、事業者に対する規制、情報発信、事業者向け講習会、業界団体への要望などを組み合わせながら、不当広告対策を展開しています。不当なインターネット広告への対応力を強化するため、弁護士やウェブ専門家などによる専門家助言チーム、東京デ

デジタルCATSを令和5年度に発足をさせていますが、この東京デジタルCATSの協力を得ながら、消費者、事業者に向けた情報発信や働きかけをさらに充実させ、不当表示を許さない機運の醸成を図ってまいります。また、東京、埼玉、千葉、神奈川、静岡の5都県で合同調査や指導を実施するなど、広域的な対応力も強化していきます。

資料8の③でございます。消費者教育コーディネーターの活用促進です。消費者教育コーディネーターは、消費生活総合センターの持つ教育コンテンツを活用しながら、学校からの要望に合わせて様々な提案をしてまいりました。引き続き東京都教育委員会との連携強化も図り、高校や中学校などのほか、特別支援学校等への働きかけも推進をしてまいります。

また、資料8の④は、大学や専修学校等を対象とした取組です。大学や専修学校等で行われる新入生ガイダンスでの出前講座の実施ですとか学園祭でのブース出展などを提案し、大学や専修学校等と連携した若者への消費者教育の強化を図っていきます。

資料8の⑤は、先ほども御説明しましたが、若者参加型事業として実施しているCMシナリオ・動画コンテストです。受賞作品のナレーションに人気のある声優の起用や、制作した映像をSNSで配信、テレビCMで放送するなど、訴求力を強めたプロモーションというものを推進していくことで、より拡散を図っています。そうしたことを通じて行政情報に触れる機会の少ない若者層に届けていくということを目指してまいります。

資料8の⑥でございます。漫画やショート動画による情報の発信でございます。相談が増加している新しい手口などにつきましては、消費者注意情報としてウェブやSNSなどでタイムリーに発信してきたところでございますが、より分かりやすくするため、漫画の手法を取り入れたものでございます。これまでも漫画につきましては4コマ漫画による発信を行ってきたところでございますけれども、ストーリー性のある情報量の多い漫画にすることで、より分かりやすく都民の皆様に伝えていきたいというふうに考えているところです。また、消費生活総合センターでは、身近な材料を用いた実験を通じて消費生活に役立つ知識を実践的に学ぶ実験実習講座というものを実施しています。この実験実習講座のハイライトを1分程度にまとめたショート動画を作成し、発信するということも予定しています。視覚的な訴求力の高い媒体を活用して、消費者への注意喚起の浸透と被害の未然防止につなげていきたいというふうに考えています。

資料8の⑦からはTOKYOエシカルに関する取組です。TOKYOエシカルでは、プロジェクトに賛同いただいているパートナー企業、団体と連携をした事業を展開しているところですが、今年度は、昨年度開始をしましたパートナーを対象とする助成事業について拡充を図っています。

資料8の⑧を御覧ください。右側のところに対象事業という枠がありますが、こちらの欄、括弧書きで区分Aと記載した事業が昨年度に開始した事業でございます。今年度新たに開始したのはその下、対象事業の欄の二つ目の丸で、イベント、マルシェ等への出展に係る経費（区分B）というふうに記載したものでございます。エシカル消費の普及啓発を

目的とするイベントなどに単独で出展するパートナーに対して、その際の出展料を助成するというものでございます。助成対象事業費の2分の1、20万円を上限としています。

資料8の⑨は、昨年度から開始したエシカルアクションコンテストです。学校でSDGsなどの学習が始まる小学校4年生から6年生を対象として昨年度から実施しています。夏休み期間中に取り組んでもらいたいという意図で9月30日を締切りとして、現在、募集を行っているところです。もしお知り合いの方で対象年齢の小学生がいらっしゃる御家庭などありましたら、ぜひ御推奨いただければ幸いです。

資料8の⑩は、エシカルキャンペーンについて、本年度の取組、スケジュールを記載しています。

続きまして、資料8の⑪でございます。こちら、東京都から国に対しての提案要求についてまとめたものでございます。東京都は毎年度、国の施策及び予算に対して、東京都が現在抱えている課題の早急な解決と施策の確実な実現のため、提案要求というのを実施しています。国への提案要求につきましては、都の基本計画の具体的な施策としては掲げておりません。ただ、昨年検討部会報告の中でも都の取組の一つとして掲げられたということもございますので、今回、こちらに掲載をしています。本年度は、消費生活行政分野では、ここに記載した事項について提案要求を実施しています。新たな項目としまして、デジタル取引に関する消費者保護規制の強化というのを新たに提案要求をしています。

次のページ以降に重点事項について記載をしています。全国的に対応すべき規制ですとか、都県をまたぐ課題などについて、法改正も含め、継続的に国に対して提案要求を行ってまいります。

以上、資料7及び資料8に沿って御報告をいたしました。基本計画には、先ほど申し上げたとおり、全部で121の施策を記載しています。ここでは、本日、全部を御説明できませんけれども、参考資料①のほうにまとめてありますので、御参照いただければと存じます。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。

今、議題の(1)及び(2)について、まとめて御説明をいただきました。この後、皆様からこれらについて、いずれについてでも構いませんので、御意見、御質問等を頂戴したいと思います。17時10分頃までをめどにしたいと思いますので、その点、御協力をお願いします。なお、オンライン参加の委員で発言される方は、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。その後、マイクとカメラをオンにして御発言ください。

まずは、第28次審議会の検討部会で部会長として検討を進めていただきました小野委員から御発言いただけますか。

○小野委員 小野でございます。昨年度、私たち検討部会として、今後の新たな基本計画の柱となる方向性をまとめました。

まず、2点申し上げたいと思いますが、資料6に基づいて説明をさせていただきます。

ます。

資料 6 は、検討部会での報告を整理し、先ほど御説明もいただいたわけですが、この中で、2 枚目に観点 1 から 6 までまとめてございます。観点 1 が消費者被害の防止、そして、観点 6 が災害時等における消費行動でございますが、これは現行の基本計画、今日手元にある冊子の目次にもありますように、第 3 章のところで政策 1 から政策 5 というふうに整理をされているものが議論の出発点でございました。それぞれの専門性をお持ちの委員からの御発言をいただいて検討を重ねた結果、六つの柱に整理をしたという経緯がございました。

大きなポイントとしましては、観点 6 としました災害時等における消費行動を、やはり防災の観点というのは重要であろうということで、従来、現在の計画でいいますと、消費生活の安全・安心の確保、政策 3 番目に入っているもの、これを一つ上に上げたといったところで、真正面から取り組まなければいけないという議論を踏まえました。

実際、この柱を立てるときに議論になりましたのは、例えば、計画を立てる場合の順番とか優先順位も検討しなければいけないのではといったこともありましたが、これは、私たちというよりは、皆様と御一緒に今後検討していきましようということで、整理をさせていただきました。

それから、それぞれ進めていくときに、行動を取るときに主体についても議論となりました。3 枚目はその整理をいただいたものですが、東京都が直接的に取り組むべきもの、領域も六つのポイントで整理をしているわけですが、それだけではなくて、各主体、消費者にも頑張ってもらわないといけないし、消費者団体、それから事業者、そして行政でも、東京都というよりは区市町村にお願いをしなければいけないだろうといったところで整理をした図が今見ていただいているものです。言わば設計図というか、地図というか、そういったものを描いたといったところまででございますので、ここから先、具体的にこれをストーリーにしていくといったところが審議会で、私もそうですし、一緒に検討しました委員もそうなんですけれども、ぜひ皆様と御一緒に検討させていただきたいと思っております。議論のいきさつについて説明させていただきました。

○鹿野会長 ありがとうございます。

ただいま小野委員から検討部会の検討の趣旨等について追加して御説明をいただきました。検討部会のほかの委員から、何か補足なり強調したい点などがございましたらお願いしたいと思いますが、いかがでしょうか。特にございませんか。

それでは、時間も限られていますので、皆様から、御質問、御意見をいただきたいと思います。先ほども申しましたように、議題（１）、議題（２）のいずれについてでも結構ですので、ぜひよろしくお願いします。

清水委員、お願いします。

○清水委員 ２点、今度の検討の中に視点として入れていただきたいと思いますことがあります。

一つは、不当表示とかそういうものに、範疇の中に入るのかなと思うのですが、性的な

広告、本人が望んでいなくてもいろんな性的な広告が入ってきてしまって、特にお子さんなんかはそういうものに触れてしまうということが間々ありますよね。そういうものというのはなかなか法的な規制が及ばなくて、自主規制に任されている。だけれども、その被害というのはものすごく深刻だというふうに思っているんです。そういうものを消費生活というところからどういうふうに考えていったらいいのか、それから、持続可能な社会、子供たちの健全な発達という点から、どういうふうにアピールをして、どういうふうに持っていったらいいのかということをちょっと検討の課題の中に入れていただきたいのが1点です。

もう一つは、消費生活相談員の体制と処遇の問題です。消費生活相談はすごく多種多様になってきていて、しかも専門性が必要になってきていて、ところが、それを担っている消費生活相談員というのは原則1年契約の会計年度任用職員で、4回目までは自動的に、本人が望めば更新をしていただけるけれども、5回目からは普通の人たちと同じように、一般の公募によらなければいけないということになって、スクールカウンセラーなんかではそれまでの経験や実績があまり評価されなかったということがあったというふうに伺っています。そういう点では、消費生活相談というのを担うそういう職員、人たちの体制というのがいかにあるべきなのかということを、ぜひそういう視点からちょっと考えていただけないかなと、検討していただきたいと思います。

以上です。

○鹿野会長　ありがとうございます。

いずれも重要な課題だと思います。広告一般に関してもいろいろな問題があるのですが、特に今、強調していただいたのは、子供などに対して有害な広告がそのまま送られていること。自主規制だけでは賄い切れていないのではないかとということで、そういう問題について、どのように対処すべきかについて検討が必要であること、そして、もう一つは、これも長らく課題なのですが、消費生活相談員の処遇を適切に図っていくべきだということ。消費者の利益保護のために消費生活相談員には重要な役割を果たしていただいていますので、そこを改めて検討すべきだという御意見をいただきました。ありがとうございます。

ほかにはいかがでしょうか。

あかねがくぼ委員、お願いします。

○あかねがくぼ委員　今、インターネット、SNS等での購入が多いので、若い世代を中心にいろんな被害というか、課題が多いかと思います。国への要求のデジタルの部分での書面にも書いてあるんですけれども、非常に巧妙になっていると思います。運用にやや問題がある時に、国内や都内の企業であれば東京都なども指導や命令等ができる部分がある程度できているかと思います。しかし、実態は海外企業が非常に多いと思いますので、その場合、どのように対応ができているのか、あるいはできていないのかというのをまずお聞きしたいです。また、指導などができない場合には、どのようにそれを予防していくのか伺いたいです。

というのは、私自身が実は当事者になってしまい、SNSで購入して、クレジットカードのデータが自動的に入ってしまい、気づかぬうちにサブスクリプションになっていたのです。毎月自動的に、しかも値段が10倍ぐらいに上がって決済されているんですね。最初の購入画面は流暢な日本語で内容もしっかりしているのですが、解約には日本語案内はなく、非常にやりにくくなっています。半年ぐらい気づかず、不覚にも10万円近くの高い勉強代を払ってしまいました。流石にこれは消費者視点で問題があるなと思いましたので、消費生活相談員の方、警察にも相談してみましたけれど、やはり手だてがないようでした。こちらの資料にもその課題は記載していただいたので、認識はいただいていると思いますが、このような被害は今後更に増えると思います。何とか予防していければと思いますので、よろしくお願いします。

○鹿野会長 ありがとうございます。

あかねがくぼ委員からは、SNSを介した詐欺的な商法等の問題が拡大しているのではないかとこのことを御指摘をいただき、今後に向けて検討すべきだという御意見と、それから、御質問に係る部分もございました。特に海外企業とかがこれに関わっている部分も多いのではないかとこのことで、これにどのような対処をしているのかということについて御質問ありましたが、これについては事務局でどなたかお答えいただけますか。

○取引指導課長 取引指導課長の東と申します。今の海外事例については、問題があるというのは認識はしておりまして、都のみならず、国等の関係機関との連携というのは非常に密接になってくるかなと思っておりますので、その辺も踏まえて、検討部会のほうで議論をしていただければと思っておりますのでございます。

○鹿野会長 なかなか実際には難しい問題ですけれども、さらに今後の検討の中で取り上げていただくということでした。

原田委員、お願いします。

○原田（由）委員 ありがとうございます。いろいろ御説明いただきありがとうございます。

観点1から6までという形で部会のほうで議論あったんですけれども、やっぱりそれぞれに物すごく深い問題がありまして、私は個人的に感じているものをちょっとお話しさせていただきますけれども、救済という部分が非常に今、困難化をしております、これが何でかといいますと、非常にもう消費者相談と詐欺、こちらが、私は、インターネット関連に特化したトラブル相談、無料でオンラインで受けている部署でございますけれども、なかなか御相談いただくときに詐欺的なものが多いと。それは、消費者被害という形が曖昧になってきますと、消費者被害であれば、あっせんとかそういう形で事業者と交渉とか、相談窓口はできると思うんですけれども、詐欺となりますと、相手がもともと悪意がありますので、そうすると、決済手段のほうの手だてしかないということになるわけなんですね。その決済手段の手だてのほうをお答えをするには、やはり警察の協力が必要になると。ただ、警察は消費者センターに行けと。要はたらい回しの状態になると。つまり、たらい

回しの状態になるような案件というのが多くって、それで結局、解決できないというか、消費者がさじを投げてしまうと。そういう消費者被害とまでではない詐欺的な相談が消費者相談というところに入ってきてしまっていると。なので、消費者相談という相談窓口が日々活躍されていらっしゃると思うんですけども、消費生活相談で対応できない限界的な相談というのが今、非常に増えているんじゃないかなと、私たちも相談を受けています。

例えば、SNSの話はもう切っては切れない世界ですけども、SNSとかも、先ほどの御指摘に一部あったように、コンプライアンス非常に厳しくなっておりまして、ある程度、性的なものも含めまして、いろんな発信の内容とか、そういった動画とかにいいねとかをしたりとか、フォローするとかというだけでも、もうコンプライアンス違反になってしまうと。そうすると、やはりSNSのアカウントが停止されてしまいましたという御相談、毎日のように入るんですね、成り済ましをされてしまいましたと。ただ、これ、消費者相談かといったらば、そうではないと。多分、そのアカウントをどうにかしろというようなものは、交渉、契約のことではないので、なかなかそれを御相談で入ってきても具体的に何かできるわけではない。

もう一つのハードルは、海外のものが非常に多いと。これは、非常に我々のところに毎日入るのはサブスクリプションで、これは海外系のサブスクリプションが非常にトラブルとして多いと。そうすると、その海外のサブスクリプションがアプリではない形の場合ですと、やはりそのまま直接解約するという方法が非常に難しかったり、返金の交渉が非常に難しいと。つまり交渉すら、相手が限界的な相手だというようなことで、消費者相談として受けられるものの限界的なものが増えてきていると。そうすると、救済自体が難しい、もしくは救済自体の限度があるというような相談が増えてきているというようなところで、今後の課題というのもどんどん変わってくるのではないかなというふうには思います。

それで、広告とかの要は不適正な取引に関する問題ですけども、先ほども御指摘がありましたように、SNSの広告の中には非常に悪質なものがありまして、その広告の中に、やはりその定期購入とかも含めまして、非常にトラブルになりやすいコンプレックス商材みたいなものが、しかもターゲティングで出てくると。こういう複雑な手口を含めまして、しかもJavaScriptみたいなものを使って、カーソルが申込みボタン以外には効かないみたいにされてしまうと。そういうふうになりますと、技術力のない消費者は、もうあっという間にやられてしまうと。そうすると、そういう広告の表示、性的なものも含めまして、まずはプラットフォームに出てくるわけですから、プラットフォームに表示される広告ということを何とか規制する、もしくは自主的な努力に委ねるというのがあるんですが、これが残念なところに、プラットフォームのほとんどが海外系のもんですから、なかなか、しかも国が違ったりなんかしますと、我々のところにいただくSNSの広告の、そのSNSが大体半分ぐらい決まっているところなんですけれども、そこら辺がなかなか自主的にというところで聞かないというようなところのプラットフォームだったりとかし

ますと、自主的に改善していただくのがなじまないと。こうなると、もう本当に規制もしくは条例とか、そういう世界に突入せざるを得ないんじゃないかというような、それだけもうかる広告だというような形で、その広告料もみんなユーザーさんが払うというような形で、やはり不適正な広告に関しましては、プラットフォームというところに焦点を当てていただくということが非常に重要かというふうに思っております。

そして、被害防止ですけれども、やはり消費者教育が欠かせなくって、消費者教育を常日頃から私たちもやっているんですけれども、その消費者教育というところが一口にまた簡単に言っても、非常にここもまた全ての人にリーチする消費者教育というのがいかに難しいかというようなところが出てきております。当然、これはリテラシーも違うし、手口も変わってくるということになりますと、リテラシーを強化するためにはどういう内容をチョイスするかというようなところが世代によって違ってくると。例えば、もうAIの世界になっていますので、非常にディープフェイクな広告が出てくると。そうなりますと、やはりそういったAIの知識とか、逆に、消費者の方もAIを使っておりますので、そうすると、AIに答えを聞いてから相談窓口に来るとか、相談窓口を探すという消費者像も変わってきていると。その消費者像に合わせて我々も対応するわけなんですけれども、そういったAIを使って、一般的に使っている消費者に対して啓発をするというのは、実は非常に重要な視点かなと思っております。

これは、そういったAIを使う人たちだからこそ、アナログな啓発のほうが実はよく聞くようになっていて、別に分かんないこと聞くのはもうAIでチャッピーに聞けば十分になっているんです、世の中。なんですけれども、じゃあ、チャッピーが解決してくれるかといったらそうではないし、チャッピーが正しいこと言ってくれるかということ、実は生の情報ほどチャッピーは知らないということになりますと、やはり生身の人間から啓発を受けるからこそ人に届く、要は感情に訴えることができるというようなところで、私も資料を作るときに手描きのイラストを使うんですけれども、今、簡単にAIでイラストを作ることができますし、いろいろな団体とか、いろいろなこういった国とか自治体さんの資料なんかも、昔はいらすとやでしたけれども、今はAIでイラストを作ってきますけど、何にも響かないんですよ。でも、手描きですと、何かすごく当たりがよかったりとかしたりして、逆に、AIの時代だからこそ、啓発というのはアナログで、しかもその内容というのは非常にユーザーさんによって違うということ。特にリテラシーという点では、さっきの広告もそうなんですけれども、個人情報はどう扱われているかというところも実は消費者問題について重要な視点になってくるのかなと私は個人的には思っております。

改正個人情報保護法に関しましても、要はそういったAIに学ばせるために、犯罪歴とかそういうような情報も取得できるようになりますし、逆に言うと、定期購入に関しましても、今の手口というのは、実はプライバシーポリシーのほうに入力途中の情報も代行して注文を受けますというふうになっておりまして、確定ボタンを押さなくとも、要はサーバーに書き込まれた個人情報で事業者側が代行して契約を成立させてしまうと。そうす

ると、本人は注文していなくても商品が勝手に届いてくると。そういうところは、まさかプライバシーポリシーにそんなことが書いてあるわけではないし、当然、委任しているわけではないので代理権が発生するわけではないんですけれども、ただ、プライバシーポリシーを見る消費者はいないし、まさかプライバシーポリシーのところに自分の重要な情報や広告とかに関する情報とか、ましてや契約に関する情報が書かれているのは夢にも思っていないわけですね。そうすると、自分の個人情報はどう扱われるのかなというようなところも、そういった部分では消費者啓発に必要な視点になってくるのではないかと。

私のほうからの意見としてはこんな感じで、感想の部分です。

○鹿野会長 ありがとうございます。

デジタル関係、ネットワーク関係での現場の状況等について、とてもお詳しい原田由里委員から、いろいろな問題点を御指摘いただき、現在どういうことが起こっているのかという御紹介とともに貴重な御意見をいただきました。

事務局から、この点について何かありますか。大丈夫ですか。

○企画調整課長 ありがとうございます。まさに今回、諮問の趣旨に記載をさせていただきましたけれども、AIをはじめとしたデジタル化というのは今後進んでいくと思いますので、そういったことを踏まえての御議論をいただければというふうに思っています。AI、デジタル化は非常に進歩が早いので、今、いろいろなことを考えても、もしかすると基本計画の今後の5年間の、5年後にはまた違う姿になっていってしまうかもしれないという、そういう危惧もありますので、いろいろな御意見をいただければと思っています。よろしくお願いします。

○鹿野会長 ありがとうございます。

ほかにいかがでしょうか。

生駒委員、お願いします。

○生駒委員 今、非常に具体的な身にしみるような原田委員の御意見をお伺いしましたが、私は、消費者市民社会の担い手となるような、自覚的、主体的な、積極的な意識を持った消費者を育てることが、この会議の一つの目標でもあり、非常に重要な点だと思っています。私自身がエシカルの推進に関わっておりますので、昨今の気候危機の問題、地球を覆っております危機的な、我々の身にも迫るような状況があります。あと、人権の問題であるとか、動物福祉ですとか、エシカルというのは非常に傘が広く、また、地域の活性化も重要です。今年、私どもの協議会はエシカルで地域活性化、地方創生をうたっているのですが、まさしくこのT O K Y Oエシカルが、日本を率いる都市である東京がT O K Y Oエシカルということで名のりを上げていただいて、事業者の方にも消費者の方にも、エシカル教育も推進してくださっているというのは非常に大きな推進力であり、私たちにとってはロールモデル的な存在だなと思いつつ、それでは今、何が必要なのか。今、原田委員からもお話がありましたけれども、基本的に人間として我々が知っておくべき、あるいは守るべき哲学的な基本理念のようなものは、肅々とやはり教育の現場で伝えていただ

きたい。小・中・高だけではなく、先ほどもおっしゃられましたが、高齢者の方ですとか、社会人全体にエシカル教育の推進は必要であると感じております。

と同時に、啓発活動がますます重要になってくると思います。今まで消費というのは自分から選ぶという行為だったのが、今は、情報が勝手にスマホを通して消費者になだれ込んでくるという状況にあります。消費における環境が、逆転するぐらいの形で変わってきているというふうに思います。我々の想像を超える以上のスピードで環境が変わっていると。そういう意味で、啓発活動をいろいろな形で展開すべきであり、それはSNSを通して逆に我々が啓発活動をし続けていくことであったり、あるいは、今、原田委員もおっしゃったんですけど、逆にアナログな形でどんどん伝えていくとか、いろいろなレベルで、チャンネルで、やはり消費者の方の耳に、あるいは心に届くような啓発活動がより重要な時代に入っていくのではないかと感じました。

ということで、引き続き消費者教育の問題、それからエシカル教育については、私たちも肅々と応援しつつ、いろいろな知恵を交換していければと思っております。

以上です。

○鹿野会長 ありがとうございます。エシカル教育、消費者市民社会の担い手となり得るような消費者を育てるという大きな観点からの教育の重要性及び、特にエシカルの問題について御指摘をいただきました。ありがとうございます。

先ほど原田委員からも御指摘あったように、教育はもちろんとても重要なのですが、多様な消費者に対してどうやって響くようなやり方で情報等を届けるかということを考えなければいけないということがあり、ただ、一方で、教育だけでは解決できないような問題も増えている。それをどうするのかという両面から検討しなければならないということに、御意見を受けて改めて気づかされたところでございます。

それでは、オンラインで柿本委員からお手が挙がっているようです。

柿本委員、お願いします。

○柿本委員 柿本でございます。丁寧な説明ありがとうございました。

問題については網羅されていると思います。皆様と重なるところが多いのですが、コメントが3点ございます。デジタル化、と共に匿名性が進んでおり、消費者被害はより深刻化していて、高齢者だけではなく、29歳以下などの若年層にも新しいタイプの消費者被害が日々出現してきていると思います。皆様と同様に被害を未然防止することが大変重要だと考えます。資料7の⑱、ライフステージに応じた情報発信というのがございますが、やはり教育の重要性はもとより、啓発、引っかけからないためにはどうしたらいいかというのを私たちも学んでいかなければいけないかなというふうに思っております。

2点目ですが、消費生活相談員の担い手の不足がやはり問題となっておりますので、その人件費の支援などを国に働きかけていくということも必要かと考えます。

見守りネットワークの連携強化が大変重要になってくるのではないかと考えます。

3点目でございますが、統計上に出ていない被害、ほかの勉強会で聞いたところにより

ますと、レスキュー商法などは、9万円から10万円の線での被害では消費者は泣き寝入りをしがちだそうです。統計には出てこない被害者の人たちの数が多いのではないかと推測しております。難しいことかとは思いますが、未然防止、被害防止のためのあらゆる取り組みをお願いしたいと考えております。

以上でございます。

○鹿野会長 ありがとうございます。やはり予防が大切だということで、教育啓発の重要性ということも御指摘いただきましたし、先ほど御指摘いただいていた消費生活相談員の処遇の問題も重要であるということも御指摘いただきました。それから、見守りネットワークとの連携ということで、より大きくいうと福祉部門等との連携ということがますます必要になるのではないかというふうに私も感じております。そこについても御検討をぜひいただきたいと思っております。

それから、少額の被害はなかなか表面には出てこないというのはおっしゃるとおりで、やはり相談で数字として出てくるのは、被害の氷山の一角ということで、なかなか表面化しない問題が存在するのだということは認識しておかなければいけないなと思うところがございます。この辺りのことについて、何か東京都のほうでございいますか。よろしいですか。

○企画調整課長 ありがとうございます。いろいろ御意見をいただきました。最後のところの相談について、少額であってもセンターに相談をしていただく、その相談をしていただくと、それが行政側でどういう被害が生じているのかということも把握をできて、次、それをどういうふうに減らしていくのか、それを普及啓発につなげていくのか、それとも事業者の指導につなげていくのかというのがありますので、なるべく少額であっても御相談をいただきたい、と考えています。これは被害防止の啓発、被害に遭わないように、という啓発にあわせて、消費生活センターに相談をしましょうという、啓発も行ってきたところですが、今後も引き続きやっていく必要があり、消費生活相談というのが消費者行政を進めていく上で基本となるものだ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。今までもそういうメッセージを届けてきたということでございますが、消費者に、自分の利益というだけではなく、今後の消費者政策等にもつながるということも自覚していただいて、ぜひ、相談にアクセスしていただきたいというメッセージも重要かと思えます。

ほかに、いかがでしょうか。

平澤会長代理、お願いします。

○平澤会長代理 あちらから

○鹿野会長 そうですか。まず、星野委員から、その後、平澤委員に。

それでは、星野委員、お願いします。

○星野委員 すみません。御説明ありがとうございます。今年度のところから次期の話まで、とても分かりやすく聞きました。その上で皆さんの御意見を聞きながら、今、相談

員さんの処遇についての御意見が多くありました。今年度から国も強化交付金のところで相談員さんの育成のところに財政を割いていただいておりますので、できましたらそちらのところ、今、区市町村のところにそれがっておりますけれども、なかなか今年度からということで、うまく活用がされてないということも聞いております。なので、次年度以降になりますけれども、東京都、皆さんからもこちらのところに一緒に、国のところも一緒に進めていくというところで、長い年月のこの取組ですので、長い目で見ながら一緒に取り組んでいただけたらいいと思います。

あと、もう1点ですが、やはり高齢者に対する情報があまり行っていないというのが私の思っている感想です。どうしても欲しい情報が欲しい人に行かないなというのは、ずっとこの間、感じております。いろいろな施策がありますし、いろいろな方法で発信はしていますが、やはり取り残されている方が多くいらっしゃいます。なので、そこは、この表にも消費者、事業者、消費者団体、区市町村といろいろなフェーズで取り組んでいきたいと思いますけれども、同じ地域に暮らす消費者として、事業者も消費者団体も区市町村もみんなでこの問題を考えながら、どうアプローチしていけばそういった脆弱な方を救えるのかというところの観点も入れていただけるといいと思います。意見も入りました。

以上です。

○鹿野会長 ありがとうございます。国の施策との関係というところについても触れていただきました。特に強化交付金のところについても触れていただきましたし、それから、高齢者に必要な情報が届いていないという問題も御指摘いただきました。やはり高齢者の被害というのは深刻であります。一方で、柿本委員も先ほど触れられたように、若年者の消費者被害というのも増えていて、これはデジタル化の進展と恐らく関係があるのかもしれませんが。様々な層に合った形での情報の届け方というのを、今までも取り組んでこられたと思いますけれども、さらに工夫していかなければならないと思うところです。

それでは、平澤委員、お待たせしました。

○平澤会長代理 平澤です。いろいろ報告等をいただき、説明いただきましてありがとうございます。いろいろよく分かりました。

その上で、ちょっと多少、意見、感想等を幾つか述べさせていただきます。検討部会、小野先生はじめ、皆さんでやっていただいて、報告書を読みまして、やはりここが肝だなと思ったのは、その消費者市民社会において目指している公正かつ持続可能な社会の形成という言葉、次期のその消費生活基本計画の肝に据えるというところです。この消費者市民社会という言葉は、前回の基本計画に書いていなかったところをわざわざ盛り込んだというのは非常に意味があることだと思っています。消費者市民社会というのは、平成24年に成立した消費者教育推進法の条文に載っている言葉であり、非常にそのキーワードとして注目されていたし、重要だと思うものですが、最近ちょっと後ろに隠れがちというか、あまり言葉として出てきていなかったように思っています。それを東京都がこういう形で取り上げるということ自体に非常に意味があるんじゃないかなというふうに考

えています。

そして、消費者市民社会ということになると、その批判的思考という言葉が割と出てきて、私はそれが非常に重要なんじゃないかなというふうに思っています。検討部会の報告書、参考資料の③につけていただいていますけれども、各主体に期待される役割の消費者に期待される役割のところに批判的思考というのが出てきていて、被害防止の欄と消費者市民社会の実現に向けた消費者教育の欄の両方に出てきていると思います。後者のほうでの批判的思考というのがやはり重要だと思っており、そういう位置づけで重要だということを中心に考えていただきたいと思います。

そういう視点からしても、その消費者教育も、この報告書にも出てきていましたけど、被害防止と消費者市民社会の実現に向けた消費者教育の両方が大事だということを明記されていて、その点もとても重要です。被害防止に重きを置くような消費者教育がなされる傾向があって、それ自体とても重要なんですけれども、消費者市民社会を踏まえた消費者教育というところでやっていくということがとても重要だと思います。

その中で、現在のいろいろ実行されているということで東京都のほうから御報告いただきましたけれども、消費者教育コーディネーターが非常に機能しているという報告がありました。ただ、その案件の数とか今後の方向、発展していくところとかについて多少説明いただければなと思いました。

それから、ちょっと手短に幾つか言いますけれど、金融経済教育のことがやはり今、注目されていますけれども、この報告書だと被害防止の欄の消費者に期待される役割のところに出ているとともに、消費者市民社会の実現に向けた消費者教育のところにも、自らの価値観に基づく選択ができる、自律した消費者になるための基礎的な知識・各種リテラシー教育（金融経済・デジタル）という記載があります。この金融経済教育については、資産を形成するための技術のような教育ではなくて、ウェルビーイングにつながるような教育ということをきっちり位置づけていただければなというふうに思いました。

それで、この次期基本計画との関係でいいますと、今もう既にいろんな話が出てきましたが、最近のこの生成AIのすさまじい、加速度的な進化というのがあり、一方では、その社会経済は非常に不安定化して将来が見据えられなかったり、少子高齢化とか、あるいは気候変動が大きいとか、非常にその不確定な要素がたくさんあります。これを、来年もよく分からないのに、来年、再来年から5年間とかいっても、もうさっぱり分からないというのが本当だと思っていて、そういう中で5年計画で出すということをしっかり考えなくちゃいけないと思ったりします。そういう中であつても、芯を持ったこういう形の、その消費者が主役になる、主体になれる社会を目指すんだということが打ち出せるような計画、それが消費者市民社会において目指している公正かつ持続可能な社会の形成ということだと思っており、これはすごくすばらしいなと思っていて、そういう軸を置いた計画にしていいただきたいなというふうに思いました。

それと、あと2点だけ、ちょっと細かい話ですけど、1つは、やはり相談員の方の処遇

の話です。この点も何回かもう出ましたが、小さな消費者被害も上げてほしいとか、泣き寝入りしないでやってほしいといっても、それを受けるのは消費生活相談員でして、それから、特商法の改正とか消費者契約法の改正とか今いろいろ動いていますけれども、特商法の小さい金額の相談なんかは弁護士に来ないです。だからそこは消費生活相談員の方が、もう非常にその専門的知識の中で日々やっておられるわけで、これはやっぱりもうずっとやってきている話ですけれども、やっぱりその処遇については本当にそれを改善するというのが重要だなと思います。

それから、もう一つ、不動産取引被害の対応強化というのが、この報告書の別紙の都の消費生活部門が連携する各主体の取組のところで住宅政策本部との連携ということで出てきているんですけど、今、高齢者の不動産取引被害、不動産持分とかを強引に売られるみたいな被害も物すごく多いです。被害について、本人全然覚えてないとかですね、業者めちゃくちゃ悪質でみたいなことが多いので、不動産部門とは連携する形の姿勢、取組というのが求められるかなというふうに思います。

ちょっとたくさん言って申し訳ありませんけど、以上です。

○鹿野会長 ありがとうございます。かなり多くの貴重な点を御指摘いただきましたが、質問も含まれていたもので、それでは、質問部分について御回答をいただけますか。

○企画調整課長 消費者教育の消費者教育コーディネーターの部分、センターのほうでお話しできることはありますか。

○消費生活総合センター所長 消費生活総合センター所長の田中といいます。よろしく願いいたします。

消費者教育の重要性というものは皆様共通の御意見としてお持ちいただいているかと思います。そのために、我々としては、被害が増加していると思われる若者を中心とした教育に力を入れておりまして、特に、若者といえば学生なので、大学、高校、中学校へ教育コーディネーターを派遣する形で消費者教育をしているところではございます。ただ、学校に通っていない若い人たちへの教育をどうしていくかというところは課題と考えておりまして、特にネット利用に関する若い人たちへの教育、これについては今後、検討していくべきことなのではないかという意識は持っておるところでもございます。その辺りはぜひ委員の皆様からも御提言などをいただければと考えております。

その他、相談員の処遇について、皆さんから御意見いただいております。我々、相談員のスキルアップのための研修教育というものも力を入れてやっておりますし、もちろんスキルを高く維持されている相談員の方々を大事にしていかなきゃいけないと考えておるところでもございますので、今後、人事的にどのように人材確保していくかというところは、東京都だけではなくて、国も含めた全体的な課題であると認識しております。その点についても皆様方から様々な御提案ですとか、また、東京都としてやるべきことなど、御意見いただければと思っておるところでございますので、ぜひ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。

17時10分ぐらいをめぐりというふうにお伝えしていたのですが、オンラインで坪田委員からお手が挙がっているようですので、坪田委員、お願いします。

○坪田委員　ありがとうございます。

御説明ありがとうございました。消費者市民社会というのは、推進法ができたときのキーワードでありまして、非常に重要な言葉だと思っております。被害防止のための消費者教育と、消費者市民社会を目指した消費者教育というのは実は連続的なものだと考えておりまして、やはり消費生活センターに相談するという一つの行動自体が主体的な消費者の第一歩であると考えておりますので、こういった点を含めてトータルに消費者教育ということを見ていただければと感じております。

また、デジタルCATSでございますが、全国に類を見ないということが書いてありますが、そのほかの施策に関しましても東京都は全国に類を見ないことをたくさんやっていただいております、非常にそれには敬意を表しているところでございます。

一方、行政指導の件数が上がっている、処分、措置命令にいく前に、行政指導で何とか改善をしてもらえれば一番いいというところがあるわけですので、ここをさらに強化をしていただきたい。このデジタル社会におきましては事業者の数も非常に無数になってきます。AIを活用した対策も当然取っておられると思うのですが、さらにマンパワーが必要となってくると思っております。こういったことのマンパワー、また、私ども消費生活相談員の団体でございますが、消費生活相談員の処遇も大切ですけれども、安心して職務に専念するためには、私どもの職場である消費者行政がしっかりとしていることが非常に大きな力にもなります。そういった面を考えますと、東京都の中における消費者行政の位置づけというのをさらに大きくしていただきたいと感じております。今、たくさん盛り込んでいただいておりますが、どれも欠くことができない大切なことでありまして、これを充実・強化し、実行していくためには、定員要求というのもしっかりといただかなければならないと思います。ぜひここに書いていただいていることをしっかりと実行できるような体制整備ということを考えていただきたいと思っております。

また、東京都の相談件数は非常に多いですし、事業者数も多いですので、国が察知する以前に、東京都のほうで消費者問題について課題を認識することがあるかと思っておりますので、ぜひそういった力も生かした上で、国への要望も、基本計画とは別ということですが、基本計画に基づいて行った施策の上でこのようなことをしていただければと思います。

それから、エシカルは、非常に重要だと思っております。特に都民の、「子供の頃から」と書いてあるところがあります。エシカルは、立派な行為、行動というよりは、むしろ人間として当たり前というふうに思っただきたいところがあります。東京都内の子供たちにはこれが当たりの暮らしぶりだよ、暮らしの方法だということを体に身につけていただきたいと思っております。

以上です。

○鹿野会長　ありがとうございました。これについてもよろしいですかね。ありがとうございます。

ざいます。

予定した時間が来たのですが、どうしてもこれをという方がもしいらっしゃいましたら。よろしいでしょうか。ありがとうございました。

それでは、ただいまの議題１、議題２についての議論は以上にさせていただきたいと思います。様々な貴重な御意見等、ありがとうございました。

それでは、改めて、諮問事項についての今後の審議の進め方などについて、お諮りさせていただきたいと思います。先ほど事務局の御説明にもあったとおり、来年５月頃をめどに中間のまとめを行うこととして審議を進めていくということにしたいと思います。この限られた期間の中で詳細な審議をしていただくという必要がありますので、先ほどの事務局からの説明にもありましたけれども、条例４５条９項に基づきまして、部会を設置し、まずは部会において審議を行っていただき、その経過を総会に御報告いただき、最終的な結論は総会で決定するという進め方としたいと思いますが、いかがでしょうか。部会の設置について、御了解いただけますでしょうか。はい、ありがとうございました。

それでは、検討部会を設置して、審議を進めたいと思います。

続きまして、今、御了承いただきましたので、検討部会の委員及び部会長の選任を行いたいと思います。部会の委員及び部会長につきましては、審議会運営要綱第７の第１項、第２項により、会長が指名することとなっております。そこで、御了解いただいた場合を前提にして、案を作成して、事務局に御用意いただいておりますので、そちらを御覧ください。今、画面に投影していただきました、御覧いただけますか。

このような形で指名をさせていただきたいと思いますが、お名前が上がっている委員の皆様、こちらについて御了解いただけますでしょうか。

○原田（由）委員 すみません、漢字が間違っています。

○鹿野会長 本当ですね、「り」が違いますね。

○原田（由）委員 はい、すみません。

○鹿野会長 大変失礼しました。

○企画調整課長 大変申し訳ありません、失礼いたしました。修正いたします。

○鹿野会長 委員への就任については御了解いただけるということで、ありがとうございます。

それでは、大変お忙しいところ恐縮ですが、よろしくお願いいたします。

続いて、部会長を指名させていただきたいと思います。こちらの部会長につきましては、経験も豊富でいらっしゃいます角田委員にお引き受けさせていただきたいと思います。角田委員、よろしいでしょうか。

○角田委員 はい、会長からの御指名ということで、引き受けさせていただきます。

○鹿野会長 ありがとうございます。

それでは、角田部会長から一言御挨拶をいただければと思います。よろしくお願いします。

○角田委員 国際情勢の変化、気候変動、災害、A I の浸透に象徴されるデジタル化の急速な進展など、時代が大きく動く中、消費者問題も安全問題や取引問題など様々な問題があり、多くの課題があります。東京都が、積極的に多様な方法によって効果的に政策を進めることが重要です。急激な変化への対応という難しい状況がありますけれども、前期の方向性の検討、また、今日の御意見も踏まえ、皆様のお力をお借りしながら取り組んでまいりたいと思います。どうぞ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。角田部会長、よろしくお願いいたします。それから、部会のメンバーになっていただいた委員の皆様にもよろしくお願いいたします。

続きまして、前回、第28次の審議会でも設置しておりました、消費者教育推進部会について、事務局から御説明をお願いします。

○企画調整課長 それでは、消費者教育推進部会について御説明申し上げます。

資料9を御覧ください。部会そのものの説明の前に、消費者教育推進計画について、簡単に御説明申し上げます。

平成24年12月に施行されました消費者教育推進法では、都道府県に消費者教育推進計画の策定に努めるよう規定が置かれました。東京都におきましては、その翌年、平成25年に、平成25年度から平成29年度までを計画期間とする消費者教育推進計画を策定し、その後、平成30年度からは、消費生活基本計画と一体のものとして策定をしております。

消費者教育推進部会でございますけれども、これまで東京都における消費者教育の実施状況について御意見をいただくということをしておりましたが、そこに含めて、消費者教育推進計画に関しても御審議をいただいております。消費者教育推進法第20条に消費者教育推進地域協議会というものはございますが、こちらの消費者教育推進部会をこの法に基づく消費者教育推進地域協議会に位置づけるということで、御意見をいただいていたところなんです。引き続き、部会を設置していただきまして、法に定める消費者教育推進地域協議会に位置づけていただきたいというふうに考えております。

以上でございます。

○鹿野会長 ありがとうございます。

ただいま御説明いただきましたように、今まで消費者教育推進法に基づきこの部会を設置してきたということでございまして、これまで同様、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、東京都消費者教育推進部会を設置したいと思いますがよろしいでしょうか。はい、ありがとうございます。

それでは、東京都消費者教育推進部会を設置することとし、委員及び部会長を指名したいと思います。

こちらについても事務局から案をお示ししますので、御覧ください。今回はお名前の記載ミス等ございませんでしょうか、よろしいでしょうか。ここにお名前を掲げさせていただきました皆様、こちらの部会のメンバーになっていただくということでよろしいでしょ

うか。はい、ありがとうございます。

それでは、こちらもお忙しいところ大変恐縮ですが、よろしくお願いいたします。

続きまして、同部会の部会長についてですが、こちらについても前期から引き続きとなりますが、平澤委員にお願いしたいと考えております。よろしいでしょうか。

○平澤会長代理 はい、謹んでお引受けいたします。

○鹿野会長 ありがとうございます。

それでは、平澤部会長から一言、改めて御挨拶をお願いします。

○平澤会長代理 今、御指名いただきました平澤です。今日の議論でも消費者教育の重要性、たくさん意見がありまして、こういう状況の中では消費者教育、とても重要だし、次期の基本計画ではやはり消費者市民社会というワードも出てきているところですので、そういうのも踏まえて、部会を充実して、議論させていただこうと思います。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。

それでは、平澤部会長、部会での審議、よろしくお願いいたします。また、部会のメンバーに御就任いただいた委員の皆様にもよろしくお願いいたします。

本日、総会で出していただいた御意見等については、今後の部会での検討の際に参考にしていただければというふうに思います。

本日の議事は以上になります。

最後に、事務局から連絡事項があればお願いいたします。

○企画調整課長 本日は大変多岐にわたる御意見、本当にありがとうございます。

事務局から1点、お伝えをいたします。ただいま検討部会の委員の御指名をいただきましたけれども、基本計画改定の検討部会につきましては、9月後半から10月上旬頃を目途に第1回目を開催したいと考えております。部会委員の皆様方には日程調整等、御連絡を差し上げますので、よろしくお願いいたします。教育推進部会は、すぐに開催という予定はありませんけれども、また開催が近くなりましたら御連絡を申し上げますので、御出席のほどよろしくお願いいたします。

事務局からは以上でございます。

○鹿野会長 ありがとうございます。

以上をもちまして本日の会議は終了となります。本日はお暑いところお集まりいただき、活発な御議論をいただきまして、どうもありがとうございました。

それでは、閉会とさせていただきます。

(午後 5時24分 閉会)