

第 2 8 次東京都消費生活対策審議会

第 2 回総会

令和 7 年 6 月 2 6 日（木）
集合・オンライン併用

(午前 10 時 02 分 開会)

○企画調整課長 それでは、時間になりましたので、まだWEBのほうで入られていない委員がいらっしゃいますが、開催に当たりまして、事務局より、まず御案内をさせていただきます。

事務局を担当しております消費生活部企画調整課長の阿部でございます。どうぞよろしくお願いいたします。着席にて発言させていただきます。

本日は、集合・オンライン併用の方式として開催させていただいております。それぞれマイク等の操作について御説明いたします。

オンラインで御参加の皆様におかれましては、発言される際以外はマイクをオフにさせていただきますようお願いいたします。会長から指名があった際にはマイクをオンにしてお話しください。

なお、委員・専門員以外で御参加の皆様、傍聴の皆様は、会議中はマイク、カメラともにオフにさせていただきますようお願いいたします。

音やカメラについて不具合が生じた際には、一旦、会議から退出していただき、再入室を試みていただきますようお願いいたします。再入室をしても改善されない場合につきましては、あらかじめお伝えしております緊急用の電話番号に御連絡をお願いいたします。

会場にお越しの委員の皆様におかれましては、発言の際には、お近くのマイクを御使用ください。発言時にマイクの電源をオンにいただき、御発言終了後はオフにいただくようお願いいたします。また、マイク御使用の際には、オンライン出席の皆様にも声が届きやすいよう、恐縮ですが、マイクを口元に近づけてお話しいただきますようお願いいたします。

本日の会議資料につきましては、会場の皆様にはタブレットにて閲覧をお願いしております。タブレットの操作など、御不明な点がございましたら、近くの職員まで声をかけていただければと思います。

御案内は以上でございます。よろしくお願いいたします。

○消費生活部長 都庁会議室の皆様、またオンラインで御参加の皆様、本日はお忙しい中、出席を賜り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東京都生活文化局消費生活部長の志村でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

開会に先立ちまして、一言御挨拶申し上げます。

今年度は令和5年度から令和9年度までの5年間を計画期間といたします、東京都消費生活基本計画の3年目、ちょうど真ん中となります。本日の総会では、昨年度の取組の主な実績や今年度の取組予定を御報告させていただきますとともに、現在の基本計画策定後の消費生活の動向、趨勢等を踏まえまして、次期の計画改定を見据えた方向性の検討ということ、その進め方について御説明させていただきたいと思っております。

急速なデジタル化の進展、SDGs達成に向けたニーズの高まりといった社会情勢の変

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

委員、専門員の皆様には幅広い見地から忌憚のない御意見、御助言を賜りますようお願いいたします。

簡単ではございますが、私からの挨拶とさせていただきます。本日は、どうぞよろしくお願いいたします。

それでは、議事の進行は本審議会の会長をお願いしたいと思います。

鹿野会長、よろしくお願いいたします。

○鹿野会長 承知しました。

ただいまより、第28次東京都消費生活対策審議会第2回総会を開会させていただきます。

本審議会の会長を務めます鹿野でございます。本日、私が進行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。

事務局から本日の委員の出席状況と定足数及び会議の公開について御報告があります。よろしく申し上げます。

○企画調整課長 本日の出席状況について御報告させていただきます。

委員の生駒委員、川地委員、牧野委員、本橋委員、平委員からは事前に御欠席との御連絡をいただいております。また、WEBで参加御予定の北村委員につきましては、WEBでの参加が遅れております。

現在、御出席いただいております委員の方は、会場に13名、オンラインで9名、また、委任状を御提出いただいた先生が1名いらっしゃいますので、委員総数の半数以上御出席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に定めます定足数に達しておりますことを御報告申し上げます。

また、本審議会につきましては、原則公開としております。総会の内容につきましては、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あらかじめ御了承いただきますよう、お願いいたします。

以上でございます。

○鹿野会長 ありがとうございます。

それでは、続きまして、事務局から前回の総会以降に委嘱されました委員の御紹介及び幹事・書記の御紹介をお願いします。

○企画調整課長 第1回総会以降に御就任いただきました委員の皆様を御紹介申し上げます。資料1の委員・専門員の名簿を御覧いただければと思います。

お名前をお呼びいたしますので、マイクをオンにして御発言いただけると、大変助かります。また、紹介が終わりましたら、マイクはオフにさせていただきますようお願いいたします。

名簿順で御案内申し上げます。

まず、本橋委員でございますが、先ほど申し上げたように、本橋委員は、本日御欠席ということでございます。

慶野委員でございます。

○慶野委員 慶野です。よろしくお願いいたします。

○企画調整課長 松永委員でございます。オンラインでの参加でございます。

○松永委員 よろしくお願ひします。

○企画調整課長 同じくオンラインで御参加、平澤哲哉委員でございます。オンラインで御参加の平澤先生、すみません。音声が届きづらいようなのですが、マイクのほうは入っていらっしゃいますでしょうか。

申し訳ありません。後ほどお声がけさせていただきます。

第28次審議会の幹事・書記でございますけれども、資料2にて幹事・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。

以上でございます。

○鹿野課長 ありがとうございます。

次に、事務局から本日の資料の確認をお願いします。

○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いただきますようお願いいたします。

最初に、次第がございまして、その後、

資料1 委員・専門員名簿

資料2 幹事・書記名簿

資料3 東京都消費者教育推進協議会名簿

資料4 東京都消費生活基本計画現行計画2年間の主な実績

資料5 東京都消費生活基本計画令和7年度の実施予定

資料6 東京都消費生活基本計画の次期改定に向けた方向性の検討について

資料6-2 検討部会委員名簿(案)

資料7 東京都消費生活条例の食品表示に係る告示について

資料7-2 東京都消費生活条例の食品表示に係る告示について 業界団体等からの提出資料

資料7-3 東京都消費生活条例の食品表示に係る告示について 補足資料

また、その他、参考資料といたしまして、

①「東京都消費生活基本計画」具体的施策取組状況調査票

②「東京都消費生活基本計画」(令和5年度～令和9年度)

となっております。よろしくお願いいたします。

○鹿野会長 それでは、ただいまから議題に入りたいと思います。

本日は、議題及び報告事項が合わせて三つございます。まず初めに、(1)と書かれて

いる東京都消費生活基本計画の進捗状況等について、続いて（２）東京都消費生活基本計画の次期改定に向けた方向性の検討について、これらについて御議論いただきます。

最後に、報告事項ですが、東京都消費生活条例の食品表示に係る告示について御報告いただきます。

まず、議題１について、事務局から御説明をいただき、意見交換を行いたいと思います。それでは、早速ですが、事務局より御説明をお願いします。

○企画調整課長 それでは、引き続きまして、事務局から着座にて御説明させていただきます。

議題１でございます。東京都消費生活基本計画の進捗状況等について、資料４及び資料５に基づき一括して御報告いたします。なお、御議論いただく時間を長く取りたいと考えております。ポイントを絞っての説明とさせていただきます。

資料４でございますが、現行の基本計画に基づく主な取組について、令和５年度からの実績をまとめたものでございます。基本計画に定める五つの政策分野に沿って構成しております。資料４①に政策分野をインデックス的に記載し、資料４②以降に具体的な事業を記載しております。

それでは、資料４②から御覧いただければと思います。政策１、消費者被害の未然防止と拡大防止に関する実績でございます。

「東京くらしWEB」の活用など「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も機動的に実施しております。

令和６年度には悪質ホストクラブ等に関連する消費者被害に関しまして、若年層に知名度のあるタレントを活用したCM動画を制作しまして、ホストクラブなどの多い新宿歌舞伎町の街頭ビジョンで放映いたしております。年代などの属性に応じまして、様々な媒体、手法を活用、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ございます。

次のページでございますが、高齢者の見守りによる消費者被害の防止と早期発見の実績でございます。

見守りネットワークにつきましては、既に全ての区市町村に構築されており、充実強化に向けた支援を実施しております。また、消費者安全法に基づきます消費者安全確保地域協議会につきましても、設置促進に向けて各区市町村への支援を実施しておりまして、先月末現在で１５区市が設置済みとなっております。

都内の消費生活相談窓口に寄せられる相談の約３分の１は６０歳以上の方からのものとなっております。東京都では、このページの下段にありますように、消費生活総合センターに高齢者のための専用相談・通報受付体制を整えまして、高齢者からの相談に迅速に対応するように努めているところです。

資料４④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でございます。

東京都では法や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

いまして、指導・処分などを実施しています。

資料４④に業務停止命令等の件数、主な業務停止命令処分案件を記載しております。また「東京くらしWEB」に開設しました悪質事業者通報サイトを通じまして、不適正な取引行為の情報について、都民などからの通報を受け付けているところでございます。

資料４⑤には、寄せられた通報の状況及び通報を基に処分・指導などを行った件数を掲載しております。

資料４⑥は、インターネット広告の監視について掲載しております。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WEB専門家などによる助言員チーム「東京デジタルCATS」を令和５年度に発足しております。令和７年３月には地方自治体として初めてとなるステルスマーケティング告示に該当する不当表示について措置命令を実施したところでございます。

資料４⑦は健全な市場の形成に向けた取引でございます。不適正な取引行為の防止ですとか、広告表示の適正化に向けましては、東京都が的確な事業者指導、処分等を実施することも、もちろん必要でございますけれども、事業者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るところです。

資料４⑧及び⑨ですけれども、大きな政策３、消費生活の安全・安心の確保に係る実績となっております。

東京都では消費者庁や消防庁の情報、ヒヤリ・ハット経験などの事例調査などから情報を収集するとともに、関係機関と情報を交換しております。こうして収集しました情報を基に調査・分析を行いまして、都民への注意喚起を積極的に実施するほか、業界団体への改善要望なども実施しています。

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しましては、傘がぶつかったときにどのぐらいの衝撃が発生するのかというのを実験した映像を公開したところ、全国ネットのテレビ局だけではなく、地方のテレビ局にも取り上げていただくなど、大きな反響がございました。

資料４⑩から⑰でございますが、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。

令和２年度に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年度は大学などにも拡大しまして、学校からの要望に合わせた提案を行うほか、質問・相談に対してワンストップで対応しているところでございます。また、生徒・学生だけでなく、教員向けの情報発信なども引き続き実施しております。

資料４⑪の下段に、若者の消費者被害をテーマとしたCMシナリオ・動画コンテストについて掲載しております。毎年度、工夫を凝らしながら事業を実施しているところでございまして、昨年度の応募総数は８，０００件近くまで増加しております。

昨年度に作成しましたCMにつきましては、Y o u T u b e での総再生回数４６万回以

上となるなど、通常の行政の広報ですとか、啓発活動、啓発動画とか、そういったものになじみのない層にリーチできたのではないかと考えているところです。

資料 4 ⑫及び⑬は、昨年度の本審議会での御議論を踏まえて実施しました学生によるミーティング企画についてです。

都内の大学生たちに声をかけまして「これからの消費社会の主役として、どう行動するか」ということをテーマとして、4 チームに分かれて議論をした上で提言として取りまとめ、その内容を基に大学の広告研究会の学生が普及啓発用のポスターを作成するという企画でございます。

資料 4 ⑬に 4 チームの提言と、それを基に作成したポスターを掲載しております。今後、これらのポスターにつきまして、都立施設ですとか、デジタルサイネージなどで発信していこうということを考えているところです。

資料 4 ⑭は、各種講座などの実績、また⑮は、作成した消費者教育用教材について掲載しております。

資料 4 ⑮上段に掲げましたWEB 版消費者教育読本「ちえとまなぶのず〜っと役立つお金の話 〜キャッシュレス決済に挑戦してみよう! 〜」というのがございますが、こちらにつきましては、公益財団法人消費者教育支援センターが主催する消費者教育教材資料表彰 2 0 2 5 におきまして消費者庁長官賞を受賞しております。

資料 4 ⑯には、消費者団体との協働で実施している、くらしフェスタ東京の開催実績、また東京都計量検定所における普及啓発活動の実施について掲載しております。

資料 4 ⑰でございますが、持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進として、エシカル消費の普及啓発に関する実績を掲載しております。

エシカル消費に関する取組を推進するパートナーについて、引き続き公募を行うとともに、パートナー企業の連携を強化するカンファレンスなどを実施しまして、多数の参加をいただいております。また、パートナー企業同士が連携したエシカル消費の取組が生まれるなど成果も上がっているところでございます。

資料 4 ⑱及び⑲は、政策 5、消費者被害の救済に係る実績でございます。

⑱には令和 6 年度に消費生活総合センターで受け付けた相談の状況について速報値を掲載しております。

⑲下段には、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について掲載しております。

ここまでが資料 4 でございます。

引き続き、資料 5 に基づきまして、本年度の主な取組について御報告申し上げます。

資料 5 ①につきましては、項目を一覧としたものでございますので、資料 5 ②から御覧いただければと思います。

資料 5 ②につきましては、先ほど資料 4 のところでも触れましたけれども、不当なインターネット広告への対応力を強化するために、令和 5 年度に発足しました「東京デジタル

C A T S」に関する取組を記載しております。

A Iを含めましてデジタル技術の進展の速度はとても早くなっています。インターネット広告は、今後、引き続き拡大、多様化が見込まれるところでございます。広告の content と実際の商品の金額が違っていたというような従来からあるトラブルだけではなく、アプリを利用した新たな手口ですとか、ターゲティング広告の増加、またはアフィリエイト広告に見られるような複数の事業者の関与などによりまして、東京都が調査などを行う際の追跡や保存した再現なども困難な状況になっています。

不当なインターネット広告への対応を強化していくためには、最新のデジタル技術などに関する高度な専門知識がますます重要になってくるところでございます。

こうしたことを踏まえまして、今年度の取組として、今、ネット広告で何が問題なのかということをテーマとして東京デジタルC A T Sの先生方の御助言を得ながら情報発信を強化することで、ネット広告に対して社会の厳しい目が向くようにしていきたいと考えているところでございます。

資料5③につきましては、消費者教育コーディネーターの活用促進でございます。

先ほど、消費者教育コーディネーターの活動範囲を拡大してきたということを御説明したところでございますが、消費者教育コーディネーターにつきましては、消費生活総合センターが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、様々な提案をしております。

今年度の取組としまして、東京都教育委員会との連携強化を図りまして、高校や中学をはじめ、特別支援学校などへの働きかけも推進していくと考えているところでございます。

また、資料5④につきましては、大学や専修学校等を対象とした取組でございます。例えば、新入生ガイダンスでの出前講座などの実施や、学園祭でのブース出展などを提案いたしまして、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くということに取り組んでおります。

資料5⑤につきましては、若者参加型事業として実施しておりますCMシナリオ・動画コンテストでございます。先ほど申し上げましたように、大きな成果を上げている事業でございまして、今年度の一般公募は既に開始しているところでございます。引き続き着実に実施してまいりたいと考えています。

資料5⑥-1から⑥-4までは、T O K Y Oエシカルに関する取組でございます。

T O K Y Oエシカルでは、プロジェクトに賛同したパートナー企業などと連携した取組を展開しておりますが、消費者の具体的な行動につなげていくためには、都民に対するさらなる普及啓発と理解の促進が必要と考えているところでございます。

こうしたことを踏まえまして、今年度は新たに二つの取組を実施しています。一つはパートナー企業等に向けた取組としての助成事業、もう一つは消費者に向けた取組としてのアクションコンテストでございます。

資料５⑥－２は助成事業についてまとめたものでございます。

パートナー企業等が連携して実施する都民のエシカル消費の認知度向上等の事業を対象としまして、一事業あたり３０万円を上限に対象経費の２分の１を助成するというものでございます。

二つ目のアクションコンテストにつきましては、資料５⑥－３に掲載しております。

小学校４年生から６年生を対象としまして、エシカルに関するイラストを募集し、その中から１２作品を選んでカレンダーを制作します。制作したカレンダーについては都内の全小学校に配布するという企画でございます。対象となる学年につきましては、環境問題ですとかＳＤＧｓの学習の始まる時期であることなどを踏まえて設定しております。

また、資料５⑥－４は、新規事業ということではございませんが、キャンペーン等について掲載するというもので、本年度のスケジュールを掲載しております。

以上、長くなりましたけれども、資料４及び資料５に基づきましての報告でございました。なお、基本計画は庁内の各局における具体的な取組を掲載しております。取組状況及び今年度の取組予定につきましては、本日の参考資料にまとめてありますので、後ほど御覧いただければと思います。

以上でございます。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した。

ただいま、資料４と５に基づき基本計画の進捗状況及び本年度の取組予定について御説明をいただきました。ただいまの御説明につきまして、御質問、御意見等がございましたら、お願いいたします。

なお、少々時間が押しておりますが、当初１０時３０分頃までということを用意していましたが、あまりにもそれでは短いと思いますので、意見交換を１０分程度取らせていただきたいと思います。

オンライン参加の委員で発言される場合には、挙手ボタンをオンにいただければ私のほうで指名させていただきますので、その際はマイクをオンにして御発言ください。

それでは、いかがでしょうか。

原田委員、お願いします。

○原田委員　御説明ありがとうございました。ＥＣネットワークの原田と申します。

令和５年から９年までの３年目ということですが、これからの取組もそうですが、始まった令和５年と今とで全然違う背景がございまして、これは何かというと、ちらっと出てきましたけれども、いわゆるＡＩの進化ということがものすごく進んでいるわけなんです。

去年の今ぐらいは使い物にならなかったんですけども、今ぐらいになると、結構、消費者相談とか消費者問題に関しても、法的にも正しい知識をきちんと答えてくれたりとかするというようなところで、急速にＡＩを使う消費者も増えてきておりますし、逆に言うと、学校さんとかは、そういったＡＩを使って子供たちが作文とか絵とかを平気で作っち

やうのをどれだけファクトチェックするのかというのも先生の大きな課題になってくるといような、それぐらいの世界に急に進んでしまったというようなところがあります。

なので、例えば、いろいろな啓発事業をしているのですが、やはり、消費者相談がなかなか減らないというのは、特にネットの分野は消費者と事業者との間で技術力に物すごく差があって、そこがA Iを含めることでさらに広がっていくということで、悪質な広告もそういったA Iを使って、前よりさもというような情報が出始めると、より消費者のリテラシー、ファクトチェックというような知識がなくてはならない。さらに底上げが必要な状況になってきているのだろうと。

とはいえ、利用するのは非常に便利な道具でもございますので、消費者啓発とか消費者教育にも、こういったA Iを活用するというのもいい視点ではないのかなという感じで、令和5年から9年の間にすさまじくA Iが進化しているというところを課題点として入れておくというのはいいんじゃないかなというふうに思います。

○鹿野会長 御意見ということですが、事務局からございますか。

○企画調整課長 ありがとうございます。

まさにA I、デジタル化はどんどん技術が進行し、新たな課題が出てくるといのは、非常に重要なことだと思っております。それに関しましては、この後、議題2のほうで、次の基本計画の改定について、またいろいろ御意見を伺いたいと思っております。次の計画のときに、もちろんA I、デジタル技術も取り入れていかないとはいけませんし、今できることもやっていかなければいけないというふうに考えております。ありがとうございます。

○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。

柿本委員、お願いします。

○柿本委員 柿本でございます。具体的な取り組み内容が良く確認できました。御説明、ありがとうございました。

コメントでございます。資料4⑪、Y o u T u b eの再生回数、資料5②、デジタルC A T S及び、⑤のC Mシナリオ・動画コンテストなど、今、原田委員がおっしゃったことと相まって、子供たち、青少年に向けて、実効性の高い、効果的な取組が進むように、より進化した形で取り組んでいただきたいと思います。

○鹿野会長 ありがとうございました。

よろしいですか。それでは、事務局にもお願いしたいと思います。

ほかにいかがでしょうか。

それでは、藤田委員から、その次に会長代理ということでお願いします。

○藤田委員 弁護士の藤田でございます。

私のほうから意見という形で述べさせていただければと思っております。

令和7年度の主な取組予定ということで、政策1のところの消費者被害の未然防止及び

拡大の防止の中の一つとしての、高齢者の見守りについての話をさせていただければと思います。

私のほうで実務家弁護士として、高齢者の消費者被害について日々対応しているという立場ではあるのですが、ここに書かれている消費者安全確保地域協議会の設置がまだ不十分かなと思っております。

私は不動産の押し買い被害というのに日々取り組んでおりまして、近時では国会などでも議題として挙がっているような状況ではあるのですが、いまだにこの被害が防げていません。なおかつ、業者のほうも増えるばかりという状況です。

この問題は、なぜこういうふうになってしまうのかというのは、近時の事例を例にすると、今年に入って介護保険が切れてしまった方がいまして、88歳の単身独居の方なんですけれども、消費者被害、押し買い被害ですね、不動産業者が訪問して不動産を買い取ってしまうという被害がありました。

市場価格よりも半額以下という金額での買取りなどが被害の実態としてはあるわけなのですが、介護保険が切れた中で、見守りが切れてしまっているという状況で、そういう悪質な不動産業者が接近し、当初は人の目が入ることによって防げていたとは思っているのですが、それがかなわなかった、切れてしまったというところで被害に遭ってしまい、今、私のほうで対応しているという案件があります。

福祉のほうで対応してもらえませんか、見守りしてもらえませんかとお願いと、介護保険の申請の手続だけはできますみたいなことを言われてしまうのです。福祉だけに任せてしまうと、そういう形になってしまう。

地域包括支援センターなどに相談をしても、見守りというのはどこまでやるのでしょうか、みたいなことを言われてしまう。家に行くと、生活ゴミが山積みになっています。最近だと、気温が高くなってくるので、エアコンが入っていないのですね。暑さ寒さを認知できなくなってしまう方もいて、本当に見守りしないと駄目なんだよ、とっているのですが、なかなか福祉も動いてくれない。仕組みとして、福祉や消費者被害といった視点で見守りというものをしっかりとつくるべきではないかと思っています。

今回の資料の中でも見守りネットワーク構築完了と書いてありますけど、消費者安全確保地域協議会は、現状、消費者庁が発表しているのは東京都内で15自治体ですね。まだまだです。

ですので、これを各自治体において設置する。東京都は、じゃあ、どうすればいいのかということなんですけど、東京都のほうの情報網や、東京の権限を利用して、司令塔のような形で、市町村に色々な情報の提供をし、例えばモデル事業のような形で、よくなされている取組があるのであれば、そういったものを紹介しつつ、東京都のほうで取り組んでいただければと思っています。

理想を言うと、この間、消費者庁の方と意見交換したんですけども、地域包括支援センター、これは福祉の関係ですけども、それが設置されている単位ぐらいの小さな範囲

内の中で作っていただくのがいいんじゃないかなと思っています。

消費者庁のアンケートにもありましたけれども、年に1回しかやっていないというのが、今、消費者安全確保地域協議会の実態ということのようなのですが、情報の共有しかやっていないという状況もあると思いますので、そうではなくて、大きな中の小さな部分というのを作って行って、その中で月1回でもいいので、そういう会議を作っていただいて、消費者の見守りということで、高齢者の方は自分では相談できませんので、第三者が見守らなければいけないというところを構築していただいて、ぜひ、高齢者の消費者被害の減少、未然防止について、真摯に取り組んでいただければと思っています。

○鹿野会長 ありがとうございます。

藤田委員からは高齢者の消費者被害の実情、問題点を御指摘いただくとともに、御提言をいただいたわけなのですが、事務局から一言、ありますか。

○企画調整課長 見守りネットワーク、消費生活センターの取組について御説明します。

○消費生活総合センター活動推進課長 消費生活総合センターでは、例えば、地域協議会の設置促進に向けて、現行の見守りネットワークをベースに、見守り人材向け出前講座ですとか、それから、区市町村における消費生活部門と福祉部門の連携強化、好事例などを取り上げながら、各区市町村にアプローチを続けているところでございます。

ただ、今、藤田委員からお話があったように、東京都の区市町村の見守りネットワークの特性として、多くが福祉のネットワークをベースに、そこに消費者被害防止の機能を備えてもらおうと、こういう形になっていますので、どうしても福祉のケースワークですとか、それから要支援者へのアプローチ、これがベースになっております。

したがって、なかなか、今の藤田委員の例にもあったように、福祉の機能が一旦途切れてしまったり、あるいは若干弱まったりした状況の中において、消費者被害防止の観点はどうしても届きにくくなる、そういう観점에서要支援者を見ていただく目が、どうしても弱くなってしまうがちになるということがございます。

一方で、消費者被害防止のために、例えば、消費者庁から必要な法整備が、国のほうで必要な法整備がされ、その法整備に基づく通知が消費生活行政部門のほうには流れてきます。消費者被害にかかわらず、もっと広く申し上げれば、いわゆる様々な困難を抱える方を地域の中で救っていきこうということで、重層的支援体制というものの法整備、あるいは通知で用意されています。

こうした様々な情報、地域における要支援者を守っていくための様々な情報が、内閣府、消費者庁、それから、場合によっては農林水産省ですとか、様々なところから都道府県に流れてくるわけですが、これがどうしても区市町村の高齢者見守りネットワークの性格とマッチしないという状況があるので、こういった要支援者を守っていくための制度、それから、取りわけ消費者被害防止のための制度を生かしていくためには、こうした様々な用意された仕組みをどう区市町村に届けていくか、この辺が課題になっていると痛感しております。

○鹿野会長 ありがとうございます。

ぜひ頑張っていたきたいと思います。

○藤田委員 1点だけよろしいですか。取組の事例を紹介していただいて、ありがとうございました。社会福祉法によって重層的支援体制というのが福祉の関係ではできてはいますが、消費者安全確保地域協議会の、私が今一番いいなと思っているのは、警察も関わっていたり、金融機関も関わっていたりというところがあります。

この間も押し買い被害について警察に行ったんですけれども、高齢者の方はなかなか記憶が定着できないので、どういう犯行だったのかというのが特定できないという点で、警察の対応もなかなか難しいという話はあったのですが、ただ、その後の支援について警察が動いてくれたというところで、本人も警察が来ると安心するということもあって、そういう連携が取れるというところで、消費者安全確保地域協議会というのは機能するのではないかなと思っていますので、ぜひともさらに機能拡大ということで検討いただければと思っています。

○鹿野会長 貴重な御意見、ありがとうございました。

既に時間が経過しているのですが、先ほどから平澤会長代理がお手を挙げていらっしやいましたので、それでは、平澤委員、できれば手短にお願いします。

○平澤（慎）会長代理 分かりました。手短に。

消費者教育コーディネーターの活動を紹介していただきました。ありがとうございます。

さらに充実しているということで、これ自体は非常にいいことだなと思っているんですけど、消費者教育の関係を見る中で、今、昨年度からできている金融経済教育のお話が今回の報告には、取組の中には出ていなくて、一方で具体的施策取組状況・取組予定調査票の中の4-2-18にファイナンシャル・ウェルビーイングの実現に向けた支援というところがあって、これが金融経済教育の話なのかと思いました。

それで、この調査票を見ると、令和7年度については、個人のファイナンシャル・ウェルビーイングの実現に向けた支援を実施するということが書いてあって、特に学校への講師派遣の話とかはこの枠には入っていませんけれども、実際にはそれもやっているはずかと思いました。それから、金融経済教育自体は消費者教育の中にも位置づけられる、あるいは金融経済教育が単なる資産形成のテクニックを指導するようなものではあってはいけないのではないかというふうに思っていて、その辺りの消費者教育としての金融経済教育への関わりというのを、去年の8月から本格稼働したJ-FLECの動きも踏まえて確認したくて質問します。なお、意見としては連携してやってほしいということになります。

○鹿野会長 それでは、御質問ということなので、どなたにお答えいただけますか。

○企画調整課長 消費者への啓発事業に関して、消費生活センターから御説明します。

○消費生活総合センター活動推進課長 センターの、今、平澤先生から御指摘いただいた関連の事業として、例えば、本日の資料4⑮に示してございますとおり、「ちえとまなぶの役立つお金の話」というのを教材として用意しながら、各学校等にお使いいただい

るという状況でございます。

いわゆる金融経済教育というのは、特に力が入れたのが所得倍増計画のタイミングかと思いますが、実はそれ以前からこうしたお金に関わる消費者教育、あるいは家計に関わる消費者教育というのはセンターにおいて実施してきております。

今後、J－F L E Cが設立されたということもあって、ややといいますか、所得倍増の視点もかなり社会的には強まっているのかなと思いますので、その辺は、今我々、そうした視点での消費者教育、金融経済教育というのは、ある意味、センターとしては実施しておりませんが、今後、東京都の新しい消費生活の基本計画の中で、どのように整理されていくのかというのは、一つ課題になり、それに基づいて実施していくことになろうかと思います。

とはいえ、我々は消費者被害防止の観点から、様々な消費者教育を実施しているという立場でございますので、新しい方向性、いわゆる所得倍増的な方向性については、センターとしては現時点では考えていないという状況でございます。

いわゆるスタートアップのような組織、経済の観点から東京の力を向上させていこうという、そういう部局がございますので、そちらのほうで、いわゆる攻めといいますか、所得増の部門については、ブレーキもかけつつ、新しい教育なりが予定されているのではないかと考えております。

○鹿野会長 平澤委員、よろしいですか。

○平澤（慎）会長代理 ありがとうございます。

私のほうは、新しい動きに向けた対応をすべきではないかというよりは、新しい動きが資産所得倍増プランの方向に引っ張られ過ぎて、投資偏重になっちゃうといけない、そこについて十分、さっきブレーキという話もありましたけども、ブレーキまで行かなくてもいいのかもしれないけども、十分配慮していただきたいという意見でございました。

○岡崎専門員 東京都金融広報委員会では、J－F L E C、金融経済教育推進機構から研修を請け負っておりまして、J－F L E Cの講師及び認定アドバイザーの研修を行うということを請け負っております。

昨年度1月22日に開催しました都内在住の全対象者に対する研修、130名対象で、90名が参加したんですけども、こちらのメインの講師を、ただいま御発言いただきました野口課長、当時、消費生活部企画調整課長でいらっしゃいましたけれども、消費者トラブルの最新の情報を講義いただくというコマを設けまして、認識を深めていただいております。

J－F L E Cでも資産形成だけではなく消費者トラブルも含めまして、生活設計、家計管理等々につきまして全般的に活動していくということを定めておりますので、その方針の下で東京都様とも密に連携させていただいておりますということを申し上げます。

○鹿野会長 ありがとうございます。

岡崎専門員からは、補足として、投資偏重にならないように、むしろ消費者という観点

からの教育を推進しているという御説明がありました。

平澤委員、よろしいですか。

○平澤（慎）会長代理 はい。

○鹿野会長 ありがとうございます。

次の議題に入るといふふうに申していたのですが、原委員からお手が挙がっておりまして、原委員は所用のため途中退席の必要があるということです。ここで原委員から御発言をいただきたいと思います。お願いします。

○原委員 ありがとうございます。原純子です。

大変な、このような多岐にわたっての取組、お疲れさまです。本当に素晴らしい取組をされていると思います。

消費者被害の救済についてちょっとお話ししたいんですけれども、資料4⑱のページで見ますと、消費生活総合センターの生活相談が大変増えていまして、本当に深刻な事例などの専門的対応が求められているというふうに思います。日々の取組に敬意を表します。

それで、どうしても気になるのが、ここで働いている皆さんなのなんですけれども、会計年度任用職員での募集などが散見されまして、正規職員をちゃんと配置していく必要があるんじゃないかということと、会計年度任用職員って、東京都だと4回の更新で5回目は新規採用みたいな形になっているのが気になるのですが、そういう継続ができるのかどうかということをお聞きしたいのと、それから、主任の消費生活相談員の方の幅広い知識が必要ということで、令和6年度から給与がかなり大きくアップしたと思うんですけれども、それ自身は大変大事なことだと思うんですけれども、同じフロアで働いている様々な専門の知識を持って対応されている方などの給与も見直していく必要があるんじゃないかということを感じております。ちょっと外から見ていてということなんですけれども、そうした精査も必要ではないかというふうに思いました。

あと、私は江戸川区の地域で被害がかなり多いのですが、広報の車が結構出ていまして、それは注意喚起ということでは、とても役立つんじゃないかなというふうに思うんです。先ほど被害がこの地域でありましたとか、とても具体的な広報なんですけれども、そうした被害の広報を区でできることとかがあるのかなということなどで教えていただければというふうに思いました。

よろしくをお願いします。

○鹿野会長 事務局からお答えいただけますか。

○企画調整課長 ありがとうございます。

消費生活総合センターでの相談体制のことかと思うので、消費生活総合センターから説明いたします。

○消費生活総合センター活動推進課長 センターで相談体制というか、人事制度のことかなと受け止めましたけれども、まず、御質問のありました会計年度任用職員さんの配置、正規職員にということなんですけれども、こちらは、我々107名の定数の中で様々な12の

職種の会計年度任用職員さんとともに仕事をさせていただくということで、今、定数上の決まり事でやっております。

それから、特に相談員さんにつきましては、国家資格が必要だということで、広くそういう資格がある方を求めるという都合上、そのような形で、今、定数上構成しているという状況でございます。

それから、主任相談員さんを含めての更新の話でございましたけれども、4回の更新可能の5か年の中でお仕事をしていただいて、5か年満了すると、一旦公募をし直すという形になりますので、仕組みとしてはそのようになっています。その中で、したがって、公募で選考を合格すれば、さらに続けていただけるという、そういう仕組みになっています。

それから、給与については、公募の時点で給与水準は明示して、そこに合意した方に応募いただいているという状況でございますけれども、東京都の一般職員同様、人事委員会勧告を踏まえた改定は反映される仕組みになっております。

○消費生活総合センター相談課長 相談課長の高村でございます。

1点補足をさせていただきたいのですが、相談員の方を非常勤ではなく正規雇用したほうがいいのではないかと御意見、ありがとうございます。

今現在、相談員の資格を持っている人たちというのはかなり重要視されておまして、いろいろなところで必要とされているということがございます。特に私どものセンターに通っていらっしゃる相談員の中には、兼職されている方がとても多くて、都センターだけではなく、他のセンターの相談員も兼務、例えば国民生活センターのように土日とかだけ望んでいる、そういったところと兼職しているというような状況もございます。週4日、月16日の勤務で、御自身がちょうどいいとおっしゃっている方もいらっしゃる中で、本当に正規雇用したほうがいいのかというところは、ちょっと検討の余地があるのかなとは思っております。

現在、5割ぐらいの方が兼職されているという状況であるということは御理解いただきたいと思います。

○鹿野会長 ありがとうございます。

原委員から何かありますか。よろしいですか。

○原委員 ありがとうございます。結構です。

○鹿野会長 ありがとうございます。

ほかにも御意見があるかもしれませんが、時間がかなり経過しておりますので、ここから次の議題2に移らせていただきたいと思います。もし最後に時間が取れましたら、前の議題も併せて、そのときに御発言いただくという形で進めさせていただきたいと思います。

それでは、事務局より議題2について御説明をお願いします。

○企画調整課長 それでは、議題2の御説明をさせていただきます。

その前に、すみません、先ほど委員の御紹介で新任の委員のオンラインで御参加いただ

いています平澤哲哉委員です。WEBの調子が悪かったのですが、今、音声がつながるようになったようですので、平澤委員を御紹介いたします。

○平澤（哲）委員 平澤と申します。先ほど音声の不具合で申し訳ございませんでした。どうぞよろしくお願いいたします。

○企画調整課長 よろしく申し上げます。それでは議題2のほうの説明に入らせていただきます。

議題2につきましては、東京都消費生活基本計画の次期改定に向けた方向性の検討について資料6に沿って御説明いたします。時間が大分押しておりますので、かいつまんで御説明させていただきます。

資料6①が現行の基本計画の概要となっておりますので、おさらいの意味を含めて、ここに掲示しております。

計画期間につきましては、令和5年度から令和9年度までの5か年となっております、現在3年目で、次期の計画策定に向けた検討を開始する時期かなというふうに考えているところです。

資料6②は、次期計画の策定に向けた行程表のイメージでございます。計画を策定する場合には本審議会の諮問、答申が必要となってまいります。令和10年度から次期計画を開始することとした場合には、逆算していきますと、来年夏頃までには諮問をいただいて、令和9年秋頃に答申をいただくということが必要になってくるのかなというふうに想定しているところでございます。

今年度の第28次の審議会で御議論いただきたいという事項でございますけれども、諮問に先立ちまして、新たな基本計画が目指すべき方向ですとか、盛り込んでいく内容などについて幅広く御意見をいただきたいというふうに考えています。そこでいただいた意見を踏まえて、来年度第29次の当審議会に改めて諮問していくというのが事務局としての考え方でございます。

資料6③は、改定に向けた方向性に関する事務局案をまとめたものでございます。左側には計画の基礎となる消費者が置かれている状況、先ほど原田委員からも御指摘がありました令和5年度とは大分状況が変わっているのではないかというお話がございましたけれども、計画の基礎となる消費者が置かれている状況について左側にまとめております。この内容ではまだまだ不足しているというところがあると思いますので、御指摘いただければと思っています。

また、右側には基本計画の方向性についての事務局案を掲載しております。これまでの基本計画では、計画全般を貫く目指すべき姿というようなものを特段掲げてきておりませんでした。それが悪いということではないのですけれども、次期の基本計画では消費生活部門と関連部署が戦略的に施策を推進していく上で、目指すべき姿というのを共有していく必要があるのではないかと、そのほうが事業がうまく推進できるのではないかというふうに考えているところです。

具体的には、「消費者市民社会の実現」というのを念頭に置きまして、公正かつ持続可能な社会の形成というのを基本計画の大きな目標として設定して、その上で各施策を位置づけて不足している施策はないのかどうか、取組はないのかどうか、もっと重視すべき取組があるのでないかというようなことを検証していくことを想定しているということでございます。

資料6④には、大きな目標、目指すべき姿として置いた場合の都の役割について、直接的な取組と実現していくための間接的な取組に分けて現時点で考えられるものを幾つか例示させていただいているというものでございます。

資料6③及び④に記載した事項につきましては、検討のたたき台として事務局のアイデアをお示ししたものでございます。これらを前提として検討を進めていただきたいということではございませんで、計画案の方向性や盛り込んでいくべき内容について幅広く御意見を承っていききたいというふうに考えております。

この検討に当たりましては、まずは議論を深めていくということが必要かと存じます。審議会総会で御意見をいただくことも重要かと思っておりますけれども、まずは検討部会を設置して御検討いただくのはどうかということで御提案をさせていただきたいと思っております。

資料6③には、その検討スケジュール案をお示ししております。本日の総会で検討部会の設置が決まりましたならば、7月から10月頃にかけて検討部会を開催して、一旦中間取りまとめを行い、11月以降に開催する総会で御報告いただくということを考えております。

その総会で、また意見をいただきまして、その意見を踏まえた検討を来年2月、3月頃を開催して、来年5月の総会で最終報告というスケジュールを考えているところでございます。

以上でございます。

○鹿野会長　ありがとうございました。

ただいま基本計画の次期改定に向けた方向性について御説明いただきました。

それでは、ただいまの御説明につきまして、御質問、御意見がありましたら御発言ください。なお、大変恐縮ではございますが、かなり時間が押しておりまして、11時10分頃に次の議題に入りたいと考えております。

それでは、よろしく願います。いかがでしょうか。

齊木委員、願います。

○齊木委員　齊木でございます。御説明、ありがとうございます。

私からは2点です。一つは今後の方向性の中で指し示していただいた消費者市民社会という言葉、この言葉をぜひ核として推進していただければと私も思っております。

公益社団法人の消費者関連専門家会議に属しておりますけれども、ここでも大きなビジョンとして、消費者市民社会の形成ということをやっとテーマに掲げて、もう45年にわたっております。消費者はもちろんですけれども、事業者も巻き込んでいただければあり

がたいかなと思っております。

もう一つは、消費者が置かれている状況の中に、6の③のところに、カスタマーハラスメントが社会問題化とあります。

これを入れていただいたことも、現状として認識していただいたことも非常にありがたいなと思っております。今後、カスハラの啓発に関してということが大きなテーマになってくるかと思います。事業者はもちろん対策を今取っておりますけれども、消費者に対して啓発を行っていくという観点が非常に大事なかなと思います。

その中で、この間は冷静に対応しましょうということが大きく伝えられておりますけれども、もちろんそこは大事なところですが、ただそれだけではちょっと不足かなというところで、消費者はそもそも消費者の権利があって、意見を言う権利があるというところを大前提に伝えていただくということが必要なかなと思っておりますし、なおかつ、企業ということを考えていただくと、企業は消費者の声を非常に大事にしている、そういった考え方も伝えていただくといいかなと思っております。

あと、カスタマーハラスメントに関しては、行為をした人そのものを悪人とするような決めつけの仕方ではなくて、行為そのものを正していくというような形にしていきたいなと思っております。行為をした人そのものを善悪の中で悪というふうに決めつける風潮を進めてしまうと、やはり消費者が萎縮してしまうことにもつながるので、そこはお願いしたいところです。

あと、もう一点、カスタマーハラスメントが、今、このような状況になっている背景、そこに目を向けていただく必要があるかなと思っております。

そういった中の一つとしては、今、比較的シニア世代とZ世代との世代間ギャップがあったり、物の売り買いのスタイルが大きくこの十数年の中でも変わってきたりしています。

実際、対面の中から物を売ったり買ったりするという社会が減ってきて、これが無人化していく、もしくはEC化していくというところで、そういった売り方と、買い方が変わってくる基本形式が変わってきているということ、実はここが大きくカスタマーハラスメントの要因にもつながってきている。

何かというと、対面で物を言う機会が減ってきているという社会の現象が起きていることを考えております。では、そういったコミュニケーションの取り方をどうしていくのかということも考えていく必要があると思っております。

ぜひ、こういった観点を取り入れていただければありがたいと思っています。

以上です。

○鹿野会長 ありがとうございます。

齊木委員から消費者市民社会と、それからカスハラに関して、非常に貴重な御指摘、御意見をいただきました。

事務局で何かありますか。

○企画調整課長 ありがとうございます。

消費者と事業者の関係というのが大分変わってきている、消費生活行政の黎明期である昭和40年代の頃と今では大分情勢が変わってきています。デジタル化によって、先ほどもA Iという話もありましたけれども、例えば、デジタル化が進んで、SNSなどを発信すると、一見、消費者の力がすごく強くなったような、口コミを入れたりとか、そういうことで、事業者に対して一見強く言えるところもありつつ、それがまたカスハラのようなものになっていくという、それはもう状況は大分変わってきているのかなと思っております。

消費者が置かれている状況を十分情報をいただき、御意見いただき、分析をしながら、次の計画にぜひ生かしていきたいというふうに思っています。ありがとうございます。

○鹿野会長 ありがとうございます。

それでは、オンラインで神山委員からお手が挙がっていますので、御発言をお願いいたします。

○神山委員 神山です。

次期の基本計画について、ぜひ、目標値を定めていただきたいと思います。K P Iの設定、重要業績評価指標と言われているんですが、重点項目を幾つか出すと思いますが、そこに対してK P Iを設定して、施策の効果検証ができるようにしていただきたいと思いますというふうに思います。

今、中間報告ということで、現在の基本計画の状況の説明がありましたけれども、こういうことをしたということの説明となってしまっていますので、実際、どの程度達成しているのかということが中間の時点で、私にはあまりよく分かりませんでした。

最初に目標値を定めておいて、例えば、中間地点で、この程度達成できたというような数値目標で説明があれば、とても分かりやすいと思います。次期、大変だとは思いますが、ぜひK P Iの設定をしていただければと思います。

以上となります。

○鹿野会長 ありがとうございます。

この点についてはいかがでしょうか。

○企画調整課長 ありがとうございます。

おっしゃるとおりだと思います。事業がどの程度進んだかの可視化をしていくということは必要ですし、どの部分が足りていないのかというようなことを見ていくためにも、数値化をしていくことは重要かと思っております。ありがとうございます。十分検討してまいります。

○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。

原田委員、お願いします。

○原田委員 ありがとうございます。

資料6、素人的な考えなんですけれども、資料6①のところに計画の基本的な考え方、

サステナブルなライフスタイルの推進とデジタル社会に対する新たな課題ということで、今後、デジタル化とかが、A I もそうですけれども、ネットも進んで、どんどんE C とかも進んでいく世界だと思って、トラフィックは非常に多くなっていくかと思うんです。

そうすると、電力を使いますので、電力を使うと、全然サステナビリティではなくなっていくということで、ここで既に並んでいるんですけれども、大いなる矛盾があるというふうに素人的には思ってしまうので、デジタル化を進めるということは、決してサステナブルではないという矛盾が生じるかなというのが一つ。

それとともに、資料6④のところなんですけれども、3の公正かつ持続可能な社会のところも、批判的思考・リテラシーの向上とエシカル消費の意識と実践というのが同じ(1)の中に入っているんですけれども、エシカルというのは、私もいいとは思いますが、ただ、何となく世の中エシカルにいきましようみたいな、すごくメリットのことばかりを言って、デメリットや矛盾点については、あえてタブー化しているというようなのが実情だと思うんです。なぜかエシカルに関しては批判的思考を許してくれないというか、こういうようなエシカルな行動をしたら、逆にマイナスがあるんじゃないかと。

例えば、洋服を大事に着ましようとかといったら、じゃあ繊維業界とか、ファッション業界というのは潰れていけということなのかとか、海外のフェアトレードをしましようといったら、じゃあ子供の貧困はなくなるのかといったら、そんな簡単な話ではないと思うのですね。

それなのに、そういうのをタブー視して、そこの批判を何となく世の中は許してくれない。そうすると、例えば、エシカルな消費をしたいというのが9割を超えましたみたいなデータがよく出てくるんですけれども、要は消費者がエシカルしていませんと言えない世の中ですから、そうすると、ああいうデータ自体も私は批判的に思っていて、そんなの本音じゃないよねみたいな、そういうふうに思ってしまうので。

何かそこら辺は、矛盾がかなりこの中には入っているところを自覚した上で、これが駄目とは言わないんですけれども、いいことばかり連ねてしまって、何だかなみたいな、ちょっとしらけたところがありましたので、意見として。

○鹿野会長 ありがとうございます。

この資料の6①で、デジタル化ということとサステナブルの推進というところが同じ四角の中で横並びになっているということがあり、これは少々矛盾するところもあるのではないかと、その関係をどういうふうに捉えているのかと。これは一部御質問の点もあったと思います。

それから、もう一つ、御意見として、エシカルの問題点とか矛盾点などもあるので、それをきっちりと踏まえて進めていく必要があるのではないかとということで受け止めていいですか。

それでは事務局からお願いします。

○企画調整課長 ありがとうございます。

資料6①につきまして、令和5年度に策定したときに、こういうまとめ方をしたということなので、そのときの詳細をここで御説明するのは難しいところではあるのですが、二つ並べているのは、こういうことを今後考えていかなければいけないということで、並べ立ててこれとの関連性を結ぶというものではないのかなというふうに考えているところでございます。

それと、もう一点御意見いただきました、いろんな視点がありまして、その中には当然矛盾が生じたりとか、どちらを優先させるべきなのかという、そういうところは当然出てくるかと思います。その辺も部会のほうで御意見、御議論いただけるといいのかなというふうに思っているところでございます。

○鹿野会長　ありがとうございました。

予定した時間になったのですが、それでは、あと一人だけ……。

お二人同時にお手が挙がったように見えましたので、小浦委員、そして坪田委員に御発言いただいて、それでこのセクションについて御意見を承るのはひとまず終わりということにさせていただきたいと思います。

それでは、小浦委員、お願いします。

○小浦委員　すみません。時間がないところで、では、先に発言させていただきます。

私も資料6④のところにありますように、消費者市民社会という言葉が前面に出てくる、次の計画は賛成いたします。過去には、消費できない人もあるのに、消費者という言い方はどうなんだという議論も少しあって、生活者というべきだ、みたいなこともありましたけれども、やはり私たちは消費者なのです。ですから、目指すべき姿というところは賛成をしたいと思っております。

3番の実現するためのポイントというところですが、国際消費者機構が消費者の八つの権利と五つの責任ということを示しています。

ですので、責任という言葉が前面に出さなくても、知らず知らずのうちに、こういった次期の計画を進める中で、消費者として責任ある行動が身についていくというような、そういう社会になるということは、すばらしいことだなと思っておりますので、ぜひ、進めさせていただきたいと思っております。

(2)の都の施策で、消費者教育の推進のところと関連しますけれども、子供の頃からの人権教育というのも非常に重要だと思っております。国の「こども基本法」、「東京都こども基本条例」に基づき子供の人権教育が進められておりますけれども、もっともっと浸透して、子供の頃から自分の権利というものを意識して大人になっていくということが本当に大事だと思っております。

何もかも消費者教育のところに入れ込むと、大変だと思うんですが、そういうことも一つ意識して取り組んでいただけると、非常にいい世の中になるのではないかなというふうに期待しております。

以上です。

○鹿野会長　ありがとうございます。

それでは、続けて坪田委員、お願いします。

○坪田委員　まず、目指すべき姿として、消費者市民社会というのを大きく掲げていただいていることは、大変方向がはっきりしていいと思っております。

公正かつ持続可能な社会の形成をしていくには、消費者部門でも様々な分野で取組が必要と思われますが、2として、被害防止・救済、不適正な取引行為の排除、安全・安心の確保を挙げていただきました。

これはやはり消費者行政の核になるものだと思っております。ここから発して様々な3以下に書かれているポイントを挙げていくことになると思います。まず現状、足元で非常に被害が悪質化しているところがあります。高齢者の被害が増えているということ、それから、若者の被害も成人年齢引下げのときに懸念されていたような、ぐっと悪化するということとはなかったんですけれども、じわじわと、クレジット契約が簡単に18歳からできてしまい、若い方のクレジットの債務の超過も増えていると聞いております。

ぜひ、消費者行政としては、2番に書いてあることを中心に東京都ではやっていただきたいと思っております。事業者も多いですし、高齢者、若者も多いですので、ここはしっかりお願いし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す。

ただいま小浦委員と坪田委員から続けて御意見等をいただきましたけれども、事務局から一言何かありませんか。

○企画調整課長　ありがとうございます。

御指摘のところはごもっともなところでございます。

今、坪田委員からもありましたように、2番目の被害防止・救済、確かにここを核としていくべきではないかというお話がありました。

ここでは若者や高齢者がより狙われやすい層の特徴を捉えたというふうに書いてありますが、今、もちろん高齢者の相談は引き続き多いのですけれども、狙われやすい層というのが高齢者だけではなく、働き盛りの層の方々、デジタル化によっていろんな被害というのも発生していますので、様々な脆弱性があるのではないかというふうに考えております。

そういった方々の被害防止・救済をきちんとこの辺を核として検討していければというふうに思っております。ありがとうございます。

○鹿野会長　ありがとうございました。

ただいま大きな改定の方角性について御説明と御議論をいただいたところでございますが、今後、事務局から御提案があったとおり、本議題についてはさらに議論を深めていきたいと思っておりますので、消費生活条例の第45条第9項に基づき、本審議会に部会を設置して検討を進めるという形を取りたいと思います。御賛同いただけますでしょうか。

(「異議なし」の声あり)

○鹿野会長　ありがとうございます。

それでは部会を設置するということになりました。続きまして、検討部会で審議をお願いする委員及び部会長ですが、審議会運営要綱第7の1項及び2項により、会長が指名するという事になっております。

そこで事務局から資料6-2、検討委員名簿（案）について読み上げていただきますようお願いいたします。

○企画調整課長　資料6-2でございます。

勝手ながら、検討部会設置を前提として資料を作っておるのですがけれども、会長と御相談いたしまして、部会委員の案をこちらに掲載しております。時間もありますので、名簿の読み上げは省略させていただきたいと思っております。よろしくお願いいたします。

○鹿野会長　読み上げは省略ということですが、ここに記載の方々に委員を務めていただき、部会での検討をお願いしたいと考えております。

そして、ここでの部会長には、都が推進すべき消費者教育に関する審議に御尽力いただいております小野委員をお願いしたいと思っております。よろしいでしょうか。

小野委員、もしお返事がありましたら。

○小野委員　今、お話を伺いまして、大きな目標を立てていくというところでございます。また、こちらに名前の挙がっておられる委員の方々から既に御意見もありましたように、K P Iの話であったり、あるいは事業者の方を、そういったことを一緒に議論して、皆様に報告ができるといいなと思っております。

微力ながら務めてまいりたいと思っておりますが、以上でございます。

○鹿野会長　ありがとうございます。

それでは、検討部会委員について、それと部会長について御承諾をいただきました。ありがとうございます。皆様、どうぞよろしくお願いいたします。

それでは、続きまして、3 報告事項に移らせていただきます。

事務局より報告事項について御説明をお願いします。

○企画調整課長　報告事項、東京都消費生活条例の食品表示に係る告示でございます。こちらについて御説明申し上げます。

条例では、食品をはじめとしました商品やサービスなど様々なものにつきまして、知事が表示すべき事項などを定める旨を規定しております。この規定に基づきまして、商品などの名称や表示事項について東京都告示ということでお示ししているところでございます。

本件は、このうちの食品表示の一部に関しまして、現在、改正に向けて検討を進めております。その検討を進めている事項について報告させていただくというものでございます。

食品表示を所管する保健医療局におきましては、本審議会と同じ知事の附属機関であります東京都食品安全審議会というものがございしますが、こちらの意見を聞きながら検討しているところでございまして、本日の報告につきましては、食品表示について所管いたします保健医療局健康安全部食品監視課より食品安全審議会における状況も含めて説明させ

ていただきたいというふうに思っております。

それでは、丸山課長、よろしくお願いします。

○食品監視課長 今、事務局から御紹介がありました食品安全審議会の事務局を務めております保健医療局の食品監視課長、丸山でございます。

説明にございましたとおり、消費生活条例に基づきまして、幾つかの食品カテゴリー、商品パッケージの表示について義務づけがございます。二つの食品のカテゴリーにつきまして、審議会において見直しの検討をいただいているところでございます。本日は、この検討の経過を御説明させていただくとともに、今後のさらなる検討の参考とさせていただくために、皆様方から御意見を頂戴したいと考えております。どうぞよろしくお願いいたします。

それでは、早速説明させていただきます。最初に、食品安全審議会についての御紹介。次いで、なぜ見直しが必要になったかという経緯について。最後に関係する業界団体のヒアリングを行いましたので、その内容について御説明させていただきたいと思います。

資料7でございます。

まずは、食品安全審議会についての紹介でございます。

食品安全審議会は、東京都食品安全条例に基づきまして設置された知事の附属機関として、食品の安全に関することを審議事項としております。

委員の構成は、資料にあるとおりでございます。左半分が本審議会、右側が掘り下げた議論を行う際に設置する部会の委員の構成でございます。どちらも都民、事業者、学識経験者が3分の1ずつで構成されております。

次に、検討が始まった経緯についての御説明でございます。

まず、冷凍食品の表示に関する説明でございます。資料では、現行の食品表示制度に基づいて作成される冷凍食品の表示の例をお示ししております。

細かいルールの説明は時間の関係もございますので、省略させていただきますが、この事例の中にあります赤い太字の部分、原材料配合割合、えび2%というのが左側下でございますが、この部分が条例に基づいて東京都が独自に義務づけている部分でございます。今回の見直しの検討対象としているものでございます。この表示義務を廃止すべきか否か、これが議論のポイントとなっております。

なお、こちらは一つの商品に関する表示例としてお示ししましたがけれども、この中でも国の制度である食品表示法に基づくルールと、それから、先ほど御紹介させていただきました条例に基づくルールが混在しているということが見てとれるかと思います。食品表示は複雑とされるわけですがけれども、その典型的な一例でございます。

次、お願いします。

このように複雑な食品の表示制度でございますけれども、今般、国において大きな見直しの動きがありました。これが東京都としても検討が必要になった背景でもあります。どのような動きかと申しますと、いわゆる骨太の方針でございます。

この骨太の方針に基づきまして、消費者庁において、食品表示制度全般に関して、合理的、シンプル、分かりやすいというコンセプトを立ち上げて、制度全体を見直そうという動きが令和５年に開始されました。

その一連の見直し作業が令和５年以降続けられているわけなのですが、その中で冷凍食品にだけ適用されている国が定めた個別表示のルールが廃止されるということになりました。その国の表示制度は何かということが、次のスライドでございます。

これは冷凍食品のみに適用されている個別ルールをまとめたものでございます。左半分は先ほどの国のルール、右半分が東京都のルールでございます。

国のルールからまず説明させていただきますが、例えば、左上の表にあるえびフライの例に取って説明させていただきます。えびフライの冷凍食品の場合、衣の割合（％）というものをパッケージに表示しなければならないとされております。

一方、これは何の冷凍食品かによって東京都のルールか、国のルールか、どちらが適用されるか決まるわけですが、えびグラタンのようなものは東京都のルールが適用され、えびの割合（％）を表示するという、そういったルールになってございます。

これらの国のルール、都のルール、どちらも冷凍食品だけに適用される個別のルールなのですが、冷凍食品の普及が始まった時代に、まがい物食品を排除する目的で制定されたという共通の制定の背景を持っております。

このたび、国のルールが廃止されるということが決まったことを受けまして、東京都としてどうすべきかということを改めて検討する必要性が生じたということが経緯でございます。

次のスライドは、国の制度と東京都の制度を対比するものでございます。これまでの説明と重複する部分が多いため、省略させていただきます。

続いて、検討の対象としているもう一つのカテゴリーであります生食用カット野菜、カットフルーツの表示ルールに関する経緯等についてでございます。

生食用カット野菜、カットフルーツについては、東京都の条例により、加工年月日の表示が義務づけられております。今般の検討で加工年月日の表示義務を廃止するかどうかというところが論点のポイントになっております。

この表示義務の設定経緯でございますけれども、義務づけが行われたのは平成４年、大体このカテゴリーに該当するような食品が出回り始めた頃というふうに思われます。当時、このカテゴリーに属する食品について、日付表示を義務づけるものは国においても東京都においてもございませんでした。

また、当時の状況としましては、食品に日付表示をするとすれば、製造年月日、そういった時代でもございました。その後、国において制度の見直しが行われ、現在、日付表示に関しては、このカテゴリーに該当する食品のうち、複数の原材料から成るものに関しては期限表示が義務になっています。一方、単一の原材料から成るものに関しましては、期限表示は義務づけられていませんが、実態としては任意で各事業者が自らの商品に期限表

示を記載している、そんな状況が今現在の状況でございます。

一方、期限表示のルールが国によって定められた際に、都では条例に基づく加工年月日表示制度の見直しが行われなかったということもございまして、現状でも加工年月日の表示が義務づけられているということでございます。

総合すると、現在、該当する食品に関しては、加工年月日と期限表示の日付がダブルで記載されているというのが実態でございます。

このたび、国において、先ほど冷凍食品のところで御紹介させていただきましたとおり、大きな食品表示全体の見直しの動きがあったということがありました。さらに、期限表示に関しては、国においてガイドラインが改正され、その内容は、SDGsの観点からの内容でございました。

加えて、加工年月日の義務があるということで、現場に様々な不都合が生じているという指摘もあったということを踏まえまして、今日的な視点から検討しようということで検討が始まったものでございます。

次のスライドは、ここまでの説明のまとめですので、省略させていただきます。

ここまでの経緯を踏まえまして、では、現場でどういうことが起きているだろうということで、業界団体からのヒアリングを実施しております。

まず、カット野菜の業界団体のヒアリング結果から御説明させていただきます。

カット野菜の業界団体として、野菜流通カット協議会からヒアリングを行いました。1ページ目は団体の概要でございまして、説明は省略させていただきますが、右下の棒グラフにあるとおりで、このカテゴリーに属する食品は市場規模として拡大傾向にあるということでございました。

次のページに進んでいただきまして、まず、カット野菜は、どんな作り方をしているかという説明でございしますが、これはかなり専門的な内容ですので、詳細は省略させていただきますが、厳格な衛生管理の下に製造していますという説明でございました。

続きまして、厳格な衛生管理の下に製造されたカット野菜の期限表示をどうやって設定しているかという説明でございします。これもかなり専門的ですので、かいつまんで説明させていただきますが、国が示したガイドラインに基づいて科学的根拠をもって期限表示は設定していますという説明でございました。

さらに、次のスライドから現場で起きている不都合、こんなことが起きていますという説明でございします。

カット野菜メーカーは、取引先から加工年月日表示が納品する当日の日付のもの、つまり、今日納品するものは今日加工されたというふうに書かれているものを求められているということでございました。この結果、メーカーとしては日付が変わったタイミングから商品の製造加工を始めているということでございます。

また、日付が変わってからの短時間での大量生産、さらに納品を行う必要があるということで、深夜帯の夜間労働でありますとか、あるいは食品ロスを大量に発生せざるを得な

い生産体制、あるいは非効率な物流体制というものが余儀なくされているという状況にあるということでございます。総じてSDGsに照らして好ましくないといった状況が起きているという説明でございました。

さらに、深夜労働に関連しましては、労働力不足によって現実的には担い手がかなり限られるということで、事業継続への懸念もあるという説明もございました。

次は、少し視点を変えまして、お客様相談室の対応状況についての説明でございます。過去5年間で約7,500件の問合せがあったということでございますが、そのうち期限表示に関するものが約4%だったということでございます。

一方で、今回問題としております加工年月日表示に関しては、問合せは特にないということでもございました。

このことを踏まえ、加工年月日表示のない商品を都外で試験的に流通させてみたということでございます。それがこのスライドの結果でございます。半年間、約6,000万パック以上の出荷をしたということでございましたが、加工年月日に関する消費者からの反響は特になかったということでございました。

こちらはSDGsの関係ですので、先ほど説明をしておりますので省略をさせていただきます。

最後に団体としての意見表明でございます。これによりますと、ここまでの取りまとめた説明内容を踏まえまして、加工年月日表示の義務は廃止してほしいという趣旨が述べられております。

ただし、仮に廃止となった場合は、加工年月日という情報が商品パッケージからなくなることは事実でございますので、このことを踏まえた消費者とのコミュニケーションをより一層しっかりと取り組む所存であるという表明もございました。

以上、ここまでがカット野菜の業界の状況でございます。

次に、カットフルーツの状況についての説明でございます。

カットフルーツに関しましては、業界団体がいないということでございましたので、私どもの職員が都内のカットフルーツメーカーに足を運び、ヒアリングを行い、結果をまとめたスライドでございます。カットフルーツに関しましては、納品日と加工年月日の日付をそろえてほしいという、リクエストがないということが分かりました。このため、日付を印字させるということによって発生する問題は特にないということでございます。

一方、日付表示はどのように行っているかということですが、資料のとおり、消費期限、加工年月日ともに表示されている実態があることを確認してまいりました。

カットフルーツに関しては、以上でございます。

最後に冷凍食品の団体からのヒアリングの結果でございます。この業界団体からは、まず、冷凍食品の歴史の説明がございました。ひし形の一目にあるとおり、1970年代、冷凍食品が出回り始めた時代ですけれども、この頃は品質のばらつきがかなり大きかったということでございました。

先ほど冷凍食品の表示ルール説明の中で、まがい物食品を排除する目的だったとかということも説明をさせていただきましたけれども、業界団体としても、その現象をばらつきという表現で当時の状況を説明していただいたということでございました。

このような当時の状況を踏まえて、当時 J A S 規格が制定されたりしました。それから時代が進み、製造管理の技術も大きく進展して、ばらつきはかなり小さく抑えられるようになってきているという説明でございます。

次のスライドは、冷凍食品は、今現在どのような環境におかれているかということを取りまとめたスライドでございます。ヒアリングを行った際、時間の関係で説明が省略されてしまいましたが、主な部分を二つほど紹介させていただきます。

ポツが並んでいるうちの二つ目ですが、現在、事業者による情報開示がかなり進んでいるという説明が記載されてございます。商品パッケージの表示のみではなくて、インターネット等でも情報を出しており、消費者は必要に応じて、その情報へアクセスできる環境に今の時代はなっているということが記載されてございます。

続いて、その次のポツでございます。消費者の意識向上により、粗悪品は排除されることが記載されてございます。粗悪品は買わないという消費行動であるとか、あるいは、消費者自身の情報発信により、市場から淘汰される、そんな関係になっているということが記載されていると読み取れます。

次のスライドが、お客様相談室の対応状況でございます。こちらかなり数が多く、昨年 1 年間で約 2 万 9, 0 0 0 件、問合せを受けているということでございましたが、そのうち今回問題としております原料の配合割合に係るものは、全体の 0. 1 %、2 3 件ということでございました。

ただ、関係するということで、そのままずばりではなかったということでございます。その内容、具体的にどういうものかというのが次のスライドで例示がございました。

例えば、パッケージ写真と中身が違うといった問合せがあったということでございます。具体的にはえびがいっぱい写真には写っているんだけど、中身を開けてみたらとても少なかったというような、そういった内容ということでございます。

商品に表示されている原材料の配合パーセンテージ表示と、商品の中身との関連での問合せはないということでございまして、業界団体は、考察として、消費者が商品選択の際に情報源としているものが、パーセント表示というよりは、むしろイメージ写真なんじゃないかという結論を導いております。

次のスライドは、業界団体の会員企業の情報開示の取組例でございます。

先ほどの資料にもございましたけれども、いろんな情報チャネルを使って、情報開示していますということでございます。ホームページ、フリーダイヤルあるいは二次元コード、複数の手段によって情報提供に取り組んでいるという御説明でございます。

また、今後についても表示制度のありようにかかわらず、消費者が知りたいとする情報

は前向きに対応していきたいという説明でございました。

以上を踏まえ、最後のスライドになります。

業界団体としての意見表明でございます。ポイントは三つございまして、一つ目は先ほどの繰り返しでございますが、消費者は原材料配合割合のパーセント表示よりもパッケージの写真を重要な情報源としているのだということでございます。

それから二つ目でございます。これは突然出てくる考え方ですけれども、現行の表示制度はとても複雑なので、その結果、ミスが生じやすいということを指摘しております。ミスが発生した場合には、商品回収が必要ですし、回収したものは出荷ができないので、廃棄になってしまいます。これがすなわち食品ロスにつながる可能性があるという説明でございます。

それから三つ目でございます。国で食品表示全体を合理的、シンプル、分かりやすいというコンセプトで見直しの動きがあり、実際に調理冷凍食品は国のルールが廃止になったということがございます。東京都もこの流れに乗るべきであるという意見でございます。

以上、3点を基に東京都が定める冷凍食品の表示ルールである原材料配合の表示について廃止してほしいという意見でございました。

以上、ここまでは食品安全審議会で進めてきた検討の経過でございます。さらに議論を深め、パブリックコメントも行いながら、11月頃を目途に食品安全審議会としての取りまとめを行う予定でございます。

以上でございます。

○鹿野会長 ありがとうございます。

ただいま保険医療局から御説明をいただきましたが、さらに事務局から資料の7-3について補足の説明があるということですので、よろしくお願いします。

○企画調整課長 若干、補足させていただきます。資料7-3を御覧ください。

保健医療局からの説明に先立ちまして、条例及び告示について概要等、御説明したところでございますけれども、関連する規定を抜粋したものがこちらの資料7-3でございます。

左側上段にその表示の根拠となる条例16条の記載をし、また右側に表示に関する告示の今回の関連部分を抜粋したもの。告示自体はもっと量が多いのですが、関連部分だけを抜粋したものでございます。

保健医療局から説明をした、現時点における検討内容でございますけれども、右側の表の黄色で表示した部分に関心を持っていることになります。商品と調理冷凍食品のうちの原材料配合割合のところと、その下、四十四になりますが、カット野菜カットフルーツというところでございます。

左側の下段のところに条例45条、消費生活対策審議会の諮問事項等について抜粋して掲載をしております。こちらの第2項第2号では、指定を行う商品もしくはサービスを選定し、またはその解除をしようとするときについて、本審議会の諮問が必要としておりま

す。ですので、今後のこの検討の状況によりましては、本審議会の諮問が必要ということになるかと考えています。

本日の総会につきましては、今後の保健医療局及び食品安全審議会の検討に反映をしていくため、今、保健医療局から説明があった内容について本審議会として御意見を伺いたいというふうに考えております。

本日の御議論も踏まえまして、都としての方針を検討しまして、改めて本審議会のほうでお諮りするということを考えております。

補足は以上でございます。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、ただいま御説明いただいたことについて、御意見、御質問等ありましたら、御発言をお願いします。

小野委員、何か御発言ありますか。

○小野委員 小野でございます。

消費生活条例の食品表示に関わる告示について、御説明をいただきまして、ありがとうございました。

特に事業者側の御事情とか御意見を知る機会があまり私自身はなかったので、大変よく知ることができたのですが、一方で、私たちの審議会としては、食品表示の在り方の後退にならないように努めなければいけないというふうに思っています。

パブリックコメントをされるということではありますけれども、やはりそれだけではない、消費者からの声を丁寧に集めて検討する、そういった機会を設けたほうがいいのではないかと思います。

以上がコメントなんですけれども、質問を一つさせていただきたいと思いますが、都民や消費者を対象にした調査があるのかということをお尋ねいたします。例えば既にあるということでしたら、その概要について教えていただきたいと思います。

あるいは、なければとか、十分じゃなければ、どういった方法で今回の件について都民、消費者の意向を確認できるか、現在の状況について教えていただければと思います。よろしくお願いいたします。

○鹿野会長 ありがとうございます。事務局から。

○企画調整課長 ありがとうございます。

それでは、この案件に関して今、我々のほうで調査をすることも、実際始まっているものもございますけれども、調査について御説明をさせていただきたいと思います。

○消費者情報総括担当課長 消費生活部で消費者情報の担当をしております鈴木と申します。よろしくお願いいたします。

今、お話の中にありました調査の関係についての取組を御説明させていただきたいと思います。

市場ルールの遵守状況の調査や市場の監視、あるいは消費者を取り巻く環境や課題の把

握等を都民との協働により実施するため、消費生活部では消費生活調査員を設置しています。

18歳以上の都民300人から構成されておりまして、小売店舗等における商品についての表示の調査を実施し、その結果を事業所指導等に活用しているほか、都が必要と判断したテーマについて調査を実施しております。

また、災害時に都が必要とするときに災害時緊急調査としまして、小売店舗等における物資の流通状況の調査をしております。

どうしているかということなんですけれども、幾つかございまして、一つ目が食品表示に関する調査というもの。もう一つが、表示、広告に関する調査。さらにもう一つが、計量に関する調査。あとは都が必要と認めるテーマについての調査を行っております。

今回のカット野菜についての説明をさせていただいたところでありますが、私どもの食品表示に関する調査で、今年度の一回目の調査といたしまして、カット野菜の期限表示などの日付に関する表示の調査を実施するところでございます。

以上です。

○鹿野会長 ありがとうございます。

○企画調整課長 保険医療局のほうでも進めているものがございますので、保険医療局のほうから説明させていただきます。

○鹿野会長 はい、お願いします。

○食品監視課長 丸山でございます。続けて説明させていただきます。

今、調査員調査の説明がございましたが、今、まさに実施している真っ最中でございまして、調査員さんが実際に都内のお店に行き、どんな商品が並んでいるかを見ていただいている、そんな状況です。

実際には、カット野菜とカットフルーツを確認していただいているところでございまして、加工年月日の表示の義務がきちんと履行されているかということを確認するとともに、期限表示がどのように表示されているかということと併せて確認をしていただいているところでございます。

実施中でございますので、結果の取りまとめは少し後になるかなというふうに思いますが、その結果をまとめていきたいと思っております。

この調査員調査は、都民がどう思っているかということというよりは、実際に流通しているものがどんな状況かという調査でございます。先生の質問に近い回答として一つはインターネット都政モニターアンケートというものがございます。

インターネットを使って、都民から様々な東京都の施策に関するアンケート調査を行っているものなんですけれども、昨年、令和6年に食品の安全性についてという大きなテーマで何点か質問をさせていただいて、その中で食品表示に関する質問も何項目かさせていただきました。実施時期としては令和6年7月、御回答いただいたのは、492名の方で

した。

アンケートの設問ですが、例えば、食品を購入する際に表示を見ますかとか、それから食品表示を見るときには、表示のどの部分を見ているかということ。あるいは、食品表示が分かりにくいと感じることはありますか、あるとすればどんな部分ですかということをお質問させていただいております。令和6年の調査では、食品表示を見ますかということに関しては、いつも見ている、あるいは食品によって見ているという方を合わせると98%でした。また、どんな部分を見ますかという質問に関しては、1位が原産国や産地、それから2つ目が原材料、3つ目は期限表示という結果でございました。

一方、今回冷凍食品やカット野菜などで今回議論にしておるものに関しましては、選択肢を設けていないので、なかなか一概に言えない部分あるんですけれども、その他という御解答に関しては、0.2%ということで、かなり小さいのかなというふうには受け止めているところでございます。

また、分かりにくいと感じることについてですけれども、分かりにくいと感じるポイントもトップ3で御紹介させていただきますと、第1位が、用語が分かりにくい。2つ目が、文字が小さい。3つ目が、書かれている内容が多過ぎる、これがトップ3でございます。食品表示に関しては、今回の見直し作業にダイレクトに利用できる部分は少ないんですけれども、このような結果でございました。

これ以外に、都民、消費者から御意見いただく機会としましては、やはり審議会というものを重要視しております。

先ほど、食品安全審議会の議員構成も見ていただきましたけれども、全体の3分の1が都民の声を代表するための都民代表として、御審議に参加いただいている皆様でございます。都民代表の7名のうち、5名の方が5つの消費者団体から御推薦いただいた方、残りの二人が公募委員となっております。

さらに別の3分の1で学識経験者という枠もあるのですが、この学識経験者の中にも、消費者団体に所属する委員の方がお二人いらっしゃいまして、かなり都民や消費者からの御意見はすくい上げやすい委員構成なんじゃないかなというふうには考えております。

それに加えて今回、消費生活対策審議会でも御意見を頂戴したいと考えておりますし、パブリックコメントだけではという御意見もございましたが、それも組み合わせながら、いろいろ意見を吸い上げて、検討に生かしていきたいと、このように考えています。

長くなりました。以上でございます。

○鹿野会長 今、都民の声も把握できるよう様々な調査とか、あるいは審議、会議体における消費者の声が反映できるような仕組みをとっていることなどについて御説明がありましたが、小野委員、よろしいですか。

○小野委員 ありがとうございます。

こういった合意までのプロセスを確認するのも、私たち審議会の大切なことだと思っております。御説明いただきまして、ありがとうございます。

改めまして、消費者は表示されているものでしか情報が得られませんが、一方で消費者もそれぞれの行動特性がありますので、様々なリソースを使って検討していくという必要があって、本件についても改めて認識いたしました、御説明ありがとうございます。

○鹿野会長 ありがとうございます。

かなり時間が押しておりまして、あとお一人、ないしお二人から御発言をいただければと思いますが、いかがでしょうか。

齊木委員、お願いします。

○齊木委員 御説明ありがとうございました。

消費期限についてこのような形で進めていただくのは結構かと思います。消費者市民社会の形成や賢い消費者をつくっていくという点でも大事な点が一つあるかと思います。それは表示されている賞味期限、消費期限だけに頼るような消費者をつくらないというような考えも非常に大事だと思います。

食べられるかどうかについて、一昔前であれば五感に頼って、まず目で見てどうか。匂いを嗅いで、食べてみてというようなことがプロセスとしてあったと思います。今、Z世代を中心にそういうことをする方たちはほとんどいないです。

消費期限だけでなく、賞味期限であっても1日過ぎたら食べられないというふうに捉えている方が多いです。

今後に向けて、消費者啓発というところにつながるとは思いますけども、ぜひ、五感を大事にしましょう、と伝えていただくといいかなと思いました。

以上です。

○鹿野会長 ありがとうございます。オンラインで沖野委員、御発言ありますか。

○沖野委員 直前の御発言とも関連するように思いましたので、発言の機会をいただきたいと思いました。二点気になることがございます。

一つは、資料7-2④についてなんですけれども、こういった懸念事項が生じている大本のところには、そもそも取引先から納品日と同じ日の日付の商品の納品を指示されているというところがあって、この指示自体が本当に正当なのかという問題があるように思われます。

ただ、こういった指示がされる背景には、やはり消費者の受け止め方ということが大きく反映していて、この日付に対する理解ですとか、まさに直近でおっしゃった消費者自身が正しく全体を理解しているかとか、あるいは判断方法がいいのかということに関わってくるように思いますので、その観点からも御検討いただくといいのではないかなと思ったということです。

もう一つなんですけれども、今回の御説明を伺いまして、私のほうでよく分からないと思うのが、仕込み時という言葉でして、先ほどパッケージとの関係で仕込み時の割合としては、まさに正しい割合を書いているんだけれども、しかしパッケージの写真から見られるものと齟齬があって、パッケージに入れるときに考え直しているというような話があっ

たのですが、この仕込み時という言葉自体は、最後のスライドからも、むしろ条文といいますか、そちらから出てきているものであるので、これを書かれているということだと思うんですけども、その意味が本当に理解されているのかとか、あるいは仕込み時というような基準が本当にいいのかとか、そういうこともありそうです。

結局、この規律を仮になくしてしまいますと、難しさというか、分かりにくさというのは解消するので、それで解消するのかなと思いましたけれども、表現の中には概念が分かりにくくて、一層の消費者の理解を促すというか、そういうものがあるのではないかというふうに思いましたので、そういった点は御考慮いただくとよろしいのかなと思いました。全体としての方向性は結構だと思っております。

以上です。

○鹿野会長 ありがとうございます。

ただいま、齊木委員と沖野委員に、続けて御発言いただきましたが、今の点について事務局から何かございますか。

○食品監視課長 御意見、ありがとうございます。

全体としては消費者に対する啓発をもっとしっかりする必要があるという御意見と受け止めました。私どもとしても、食品の安全に関するところを所管しているわけですが、リスクコミュニケーションという形で食品の様々なリスクに関するコミュニケーションを行政、消費者、事業者の三者で行うということを事業としていまして、様々なテーマでイベント的に実施しています。そういった中で、期限表示は非常に関心が高いところでもございますので、テーマの一つとして、検討していきたいと考えているところでございます。

最後、沖野委員からご意見のあった仕込み時について、補足をさせていただきますと、例えばえびを原材料とすると、食品を製造する前のえびの重量と、完成したときのえびの重量がかなり違うんですね。これは、えびから水が抜けて、えびが軽くなってしまうためです。

メーカーとしては、出来上がりの水が抜けた、水が抜けて縮んだ状態のえびが完成品の中で何%になるかということを予測するのは非常に難しいようです。そういったこともありまして、原材料として使うときに、原材料全体の何%かという形で表示義務を課しているというものでございます。

以上でございます。

○鹿野会長 ありがとうございます。仕込み時という概念を使われていることの意味についても、御説明いただきましたが、沖野委員、何かございますか。

○沖野委員 意味がよく分かりました。その意味のものを使うことの適否などもまた引き続き御検討いただければと思います。ありがとうございます。

○食品監視課長 承知しました。ありがとうございます。

○鹿野会長 ありがとうございます。

司会の不手際により、ほぼ時間がきているのですが、全体を通じて何かこれだけとはいうことがございましたら、御発言をお願いしたいと思います。いかがでしょうか。角田委員、お願いします。

○角田委員 令和7年度の取組予定と基本計画の方向性と両方に関わるかと思われませんが、消費者の支払方法の多様化についての問題です。

消費者の代金の支払い方法に関しては、キャッシュレス化が進んでおり、経済産業省の調査によればキャッシュレス決済の割合が既に4割を超える状況になっています。決済手段の多様化に加え、例えば、クレジットカードに決済代行やバーコード決済、決済プラットフォームが連動するものなど、複雑化も進んでいます。

消費者トラブルにおいても、コンビニの後払いであるとか、キャリア決済など消費者保護法の適用が難しいとされるものが増加したりしていますが、全体として消費者被害の未然防止や回復のためには、キャッシュレス決済の仕組みや関連の法制度を知ることが不可欠です。

現在、消費者委員会の専門調査会で検討もされているところですが、今後さらに浸透していくことが予想され、重要な課題として位置づけて取り組んでいただければと思っております。

来年度の取組に、もしかしたら入っているのかもしれませんが、まずは消費者への啓発の強化であるとか、消費生活相談員の研修、相談のアドバイス体制の整備などが考えられ、ご検討いただければと思います。

最後に恐縮ですが、よろしくお願いいたします。

○鹿野会長 ありがとうございます。

御意見ということで、よろしいでしょうか。事務局、一言。

○企画調整課長 ありがとうございます。

十分踏まえながら、各施策や事業の検討を進めてまいります。ありがとうございます。

○鹿野会長 それでは、予定の時間も参りましたので、議論はここまでとさせていただきたいと思えます。

皆様、非常に貴重な御意見をありがとうございました。

最後の報告事項につきましては、本日の御意見を踏まえて、さらに御検討を進めていただきたいと思えます。

また、その前に御議論いただいた議題については、本日の総会でいただいた御意見を今後の部会での御検討に生かしていただきたいと思います。部会での検討の取りまとめ状況については、またここで御報告いただけるものと思っております。

本日の議事は以上となります。

本日も熱心に御議論をいただきまして、大変ありがとうございました。

以上をもちまして、終了とさせていただきます。

(午後 0 時 0 2 分 閉会)