

令和4年度第1回 東京都商品等安全対策協議会  
議事録

令和4年8月9日（火）

都庁第一本庁舎 42階北側 特別会議室B

午後 1 時 31 分開会

○折原課長 それでは、定刻になりましたので、ただいまから令和 4 年度第 1 回東京都商品等安全対策協議会を開会いたします。

委員の皆様方には、お忙しい中、オンラインでご出席いただき誠にありがとうございます。また、日頃から消費者行政をはじめ本事業へのご理解、ご協力を賜り、ありがとうございます。この場をお借りして御礼申し上げます。

私は、本協議会の事務局を務めております生活安全課長の折原と申します。会長と進行を交代するまでの間、司会を務めさせていただきます。よろしくお願いいたします。

本日の議事に入らせていただく前に、本協議会の委員及び特別委員の皆様をご紹介いたします。事前に委員名簿をお送りしております。こちらの名簿の順に沿って、ご紹介いたします。その際はマイクとカメラをオンにして、お返事いただければと存じます。終わりましたら再びマイクをオフにさせていただきますよう、よろしくお願いいたします。

公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会の釘宮悦子委員でございます。

○釘宮委員 釘宮でございます。よろしくお願いいたします。

○折原課長 公益社団法人全国消費生活相談員協会、週末電話相談室長の鈴木春代委員でございます。

○鈴木委員 全国消費生活相談員協会の鈴木と申します。よろしくお願いいたします。

○折原課長 東京工業大学、工学院機械系、教授の西田佳史委員でございます。

○西田委員 西田佳史です。よろしくお願いいたします。

○折原課長 独立行政法人国民生活センター、商品テスト部長の菱田和己委員でございます。

○菱田委員 すみません。カメラのほう調子悪くて、申し訳ございません。国民生活センター、商品テスト部の菱田と申します。よろしくお願いいたします。

○折原課長 よろしく申し上げます。

東京消防庁、防災部、地域防災担当参事の山根朋公委員でございます。

○山根委員 すみません。改めまして、東京消防庁の山根です。よろしくお願いいたします。

○折原課長 よろしく申し上げます。

続きまして、特別委員の紹介です。

SOMPO リスクマネジメント株式会社、上級コンサルタントの安藤悟空特別委員で

ざいます。

○安藤特別委員 S O M P O リスクマネジメントで P L 担当をやっております安藤悟空と申します。よろしくお願いいたします。

○折原課長 国立研究開発法人国立成育医療研究センター、総合診療部、診療部長の植松悟子特別委員でございます。

○植松特別委員 はじめまして。国立成育医療研究センターの救急診療科で小児救急をやっております植松悟子と申します。よろしくお願いいたします。

○折原課長 W i t h 未来考研究所、代表の浦野栄子特別委員でございます。

○浦野特別委員 W i t h 未来考研究所の浦野と申します。よろしくお願いいたします。

○折原課長 特定非営利活動法人キッズデザイン協議会、事務局長の奥村茂行特別委員でございます。

○奥村特別委員 キッズデザイン協議会、奥村と申します。よろしくお願いいたします。

○折原課長 独立行政法人製品評価技術基盤機構、製品安全センターの鹿野歩子特別委員でございます。

○鹿野特別委員 製品評価技術基盤機構の鹿野です。よろしくお願いいたします。

○折原課長 B l o o m S k e t c h、デザイナーの田崎咲絵特別委員でございます。

○田崎特別委員 田崎と申します。よろしくお願いいたします。

○折原課長 続きまして、関係者のご紹介です。

プラットフォーム構築の主体であります特定非営利活動法人 S a f e K i d s J a p a n、事務局の太田由紀枝様です。

○太田氏 S a f e K i d s J a p a n、事務局の太田由紀枝と申します。よろしくお願いいたします。

○折原課長 プラットフォームの作成を担当していただいています株式会社シフトの芝操枝様です。

○芝氏 シフトの芝操枝でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

○折原課長 続きまして、事務局の紹介をさせていただきます。事務局職員名簿をご覧ください。

消費生活部長の片岡でございます。

○片岡部長 片岡でございます。よろしくお願いいたします。

○折原課長 生活安全課の木村でございます。

○木村課長代理 木村でございます。よろしくお願いいたします。

○折原課長 同じく、松田でございます。

○松田統括課長代理 松田です。よろしくお願いいたします。

○折原課長 同じく、今井でございます。

○今井主任 今井です。よろしくお願いいたします。

○折原課長 よろしく願いいたします。

続きまして、事前にお送りした会議資料を確認させていただきます。お手元にご用意ください。最初に、会議次第になります。委員等名簿、事務局職員名簿、これまでの取組テーマ、東京都商品等安全対策協議会設置要領、資料1、プラットフォーム構築までの経緯、資料2、国内外の子供の安全のための広報広聴活動について、資料3、プラットフォーム構築に向けた論点、資料4、子供の安全のための情報収集・発信に関するアンケート調査（案）でございます。

以上となります。よろしいでしょうか。

それでは、続けさせていただきます。

なお、本協議会は公開とさせていただいております。

それでは、協議会開会に当たり、消費生活部長の片岡からご挨拶を申し上げます。

○片岡部長 改めまして、消費生活部長の片岡でございます。

皆様方には、お忙しい中、本協議会の委員並びに特別委員にご就任いただきまして、誠にありがとうございます。また、日頃より東京都の消費生活行政に多大なるご協力を賜りまして、重ねて御礼を申し上げます。

さて、本協議会でございますが、身近にある商品等の使用に伴う被害から都民を守るため、商品等の安全対策につきまして、事業者、消費者、有識者の皆様方によりご検討いただく会議でございます。

これまでにご検討いただきましたテーマにつきましては、お手元のこれまでの取組テーマという資料にまとめてございますけれども、子供服のひもやブラインドの等のひもに関するJISの制定、ライターの子供レジスタンス機能の法規制、また事業者団体様による子供が素手で開けにくい電池パッケージの基準の策定など、都民にとどまらず全国の消費者のための安全対策へつながっているところでございます。

今年度は、特定の商品等ではなく、広く子供向け商品の安全対策の一環としまして子供の安全のためのプラットフォームをテーマとさせていただきました。このプラットフォーム

は、特定非営利活動法人 Safe Kids Japan様と東京都が協働して構築するもので、既に協定を締結し作成を始めております。子供の事故防止をさらに進めるために、皆様のお知恵をお借りしまして、より効果的で発信力の強いメディアにしたいと思っておりますので、お力添えをどうかお願いしたいと存じます。

今年度の協議会には、日頃から様々なお立場で子供に関係する商品等を含めた安全対策に取り組まれている方々に特別委員として加わっていただいております。委員、特別委員の皆様が多角的な視点からご検討いただきまして、このプラットフォームにつきまして幅広くご助言いただきますようお願い申し上げます。本日は、どうぞよろしくお願いたします。

○折原課長 会長は、協議会設置要領第6に基づき、消費生活部長の指名により選任することとなっております。それでは、部長から指名をさせていただきます。

○片岡部長 それでは、会長につきましては、これまで長年、会長代理をお務めいただきました西田委員にお願いしたいと存じます。また、会長の職務を代理する委員につきましては、釘宮委員にお願いしたいと存じます。よろしくお願いたします。

○折原課長 それでは、ここからは西田会長に進行をお願いいたします。よろしくお願いたします。

○西田会長 よろしくお願いたします。

ただいまご指名いただきました西田でございます。最初に、会長として一言、ご挨拶申し上げたいと思います。

私は東京工業大学に所属しています。そこで心身機能、頭の機能とか体の機能ですね、が変化する子供や高齢者の生活安全、製品安全について、これまで20年ほど研究と教育を行ってまいりました。この協議会の会長をさせていただくに当たりまして、この協議会の位置づけについて簡単にご紹介させていただければと思います。

この協議会は平成10年度、1998年ですかね、24年というところで、非常に長く、事業者団体の皆様、消費者団体の皆様、それから関係する有識者の皆様に集まっていただきまして、毎年、特定の商品を取り上げて業界団体様や国等に安全対策の推進を提案させていただいています。一昨年度は防水スプレーについて、そして以前は、先ほど部長からも紹介がありましたけれども、ベビーゲートの安全な使用、電気ポットによる子供のやけど、ベランダの安全、子供の歯ブラシの喉突き防止、コイン電池の子供の誤飲等を扱ってきています。

例えば、100円ライターに関しましては、これはきちんとした安全規格になって、それから東京消防庁さんのデータによると効果も上がっているというふうに聞いています。こう

した研究を行って、提言をして、製品を改善させていくという取組は、これを自治体でやっているというのはほとんどないのではないかなというふうに思っています、国際的にも非常に先進的な活動だと思っています。また、国ではできない機動力を持った取組も特徴だと思っており、やはり今後、こうした地域ベース、自治体ベースの取組は非常に大事だと思っています。

本年度は特定の商品ではなくて、製品安全を下支えするものとして子供の安全のためのプラットフォームがテーマとして選定されています。このプラットフォームは、先ほどもご説明がありましたけれども、NPO法人Safe Kids Japanと東京都が協働して作成に取り組むもので、子供の事故防止をさらに進めるために皆様のお力をお借りし、より効果的な発信力の強いメディアにしていきたいと考えております。皆様の幅広い見地から多くのご意見を賜り、子供の安全確保や事故を減らすため、プラットフォームの情報発信や収集の在り方について議論が深まることにつながればよいなと思っております。どうぞ、ご理解、ご協力をお願いします。

それでは、会議次第に従い進行させていただきます。今日は、おおむね3時半までには終了させていただきたいと思っておりますので、ご協力をお願いします。

まず、議事1の子供の安全のためのプラットフォームについてです。検討に当たり、事務局が資料を準備しております。最初に、資料1と2を事務局から説明してもらいます。また、現在作成中のプラットフォームのテストサイトを見ていただきます。そして資料3の論点を提示していただき、その後、検討を行いたいと思います。

それでは、事務局から説明をお願いします。

○松田統括課長代理 生活安全課の松田と申します。

今年度の本協議会のテーマは、「子供の安全のためのプラットフォーム」です。早速ですが、プラットフォームの構築の経緯について説明いたします。

資料1の2ページをご覧ください。プラットフォームの構築を東京都消費生活対策審議会から答申されるまでを示しております。審議会では、昨年5月に消費生活基本計画改正について諮問を受け、消費生活の安全・安心の確保に向けた検討が行われました。その結果、答申において、都は民間の事業者や団体と協力して、消費者と事業者が交流することにより、安全意識の向上と変革を促すデジタルプラットフォームの構築に取り組むべきとの方向性が示されました。そして、6月に特定非営利活動法人Safe Kids Japan様とプラットフォーム構築について協定を締結し、現在、作成を進めております。

3 ページから 10 ページまでは、主に政策 3、消費生活の安全・安心の確保の検討を行った昨年 7 月の審議会、第 1 回合同部会の資料の抜粋になります。これについて、簡単にご案内いたします。

6 ページをご覧ください。製品事故の現状ですが、死亡、重症、火災などの重大製品事故の件数は減少傾向にあり、一部製品の安全対策や消費者の行動には改善が見られます。一方、日常生活の事故件数は増加傾向にあります。行政が発信した情報はマスメディアに比べ消費者に届きにくい状況が明らかであり、身の回りの製品の危険に対する安全対策は、消費者に十分に可視化されているとは言えない状況です。また、事故情報について、事故原因が自分にあるなど製品事故特有の消費者心理が働くため、その大半は報告されていないことから、事故情報が埋もれがちで顕在化しない傾向があります。

7 ページをご覧ください。製品事故が起こりにくい社会の実現には、多くの消費者と事業者が当事者として関わり、両者が安全に配慮された製品を通じてつながることが重要であるとしています。都内には、多くの消費者、事業者、医療機関、行政機関等が存在しています。製品事故の防止に取り組む各主体が最新の情報や好事例を交流させることが、課題解決の切り札になります。その際、距離や時間を越えて情報を交流させることができる、そうしたデジタル技術を活用したプラットフォームの構築は有効であり、都は、こうした民間レベルの取組を支援していく必要があるとしています。また、こうした取組の実現によって、今後の都の安全対策事業への反映や充実も可能になるとしています。

続きまして、8 ページをご覧ください。ただいま説明した安全意識の向上を促す交流型プラットフォーム構築支援について、今後の取組の方向性と具体的な方策例を示しています。

一つ目に、民間の団体などが取り組むユーザビリティの高いデジタルプラットフォームの整備支援としています。二つ目に、消費者の興味や関心を引くコンテンツの投入としています。三つ目に、先駆的な取組を行う事業者や団体との協働体制の構築としています。

参考までに、9 ページに長野県佐久市の医師会が中心となって運営している「教えて！ドクター」と、10 ページに特定非営利活動法人キッズデザイン協議会様の「こまもりプロジェクト」を載せています。

続きまして、12 ページをご覧ください。これは、政策 3 の消費生活の安全・安心の確保についての最終答申の概要になります。都民や事業者との双方向性を備えた危険情報、注意喚起情報の収集・発信という一つのテーマでまとめています。これまでの取組や課題を踏まえ、今後の方向性では安全意識の向上を促す交流型デジタルプラットフォームの構築を提

言しています。

具体的には、子供の事故防止対策の実効性を高めるには、子育て世代である 20 代、30 代への注意喚起、情報発信を効果的に行うことが必要であり、その手段としまして消費者と事業者が連携し安全意識の向上と変革を促す交流型のデジタルプラットフォームの構築が期待され、都は民間事業者や団体等と協力してプラットフォームの構築に取り組むべきとしています。

13 ページから 16 ページまでは、該当する答申の抜粋となっています。

経緯の説明は以上となります。

続きまして、資料 2 をご覧ください。プラットフォーム構築に当たって、参考となる国内や海外の子供の事故防止のためのインターネットによる広報広聴活動の取組について、まとめました。冒頭の概要を使って説明いたします。

1 ページをご覧ください。まず、国内の取組について、ご紹介します。

国では、消費者庁、経済産業省などが子供の事故に関する注意喚起のほか、事故情報の収集、公開を積極的に行っています。また、ツイッターなど SNS を利用した活動も取り入れられています。

独立行政法人など公益機関では、国民生活センター、製品評価技術基盤機構などが子供の事故に関連する商品テスト、分析、結果の公表や予防方法の周知等の活動を行っています。

NPO 法人では、Safe Kids Japan、キッズデザイン協議会様などが活動を行っています。消費者や実際に現場で関わる方に近い立場で注意喚起や情報提供を行うものが多く見られ、SNS を利用した活動も取り入れられています。

医療関連機関では、長野県佐久医師会、先ほどご紹介しました、国立成育医療研究センターなどが医療現場での事例に基づいた注意喚起、啓発活動を行っています。医療従事者だけでなく、消費者にも分かりやすく伝える工夫がなされており、SNS の運用を効果的に行う例も見られました。

地方公共団体では、都道府県レベル、市レベルなど様々なレベルでの活動がありました。消費者庁等の行政機関が発信している情報の紹介が多数を占めますが、自治体独自のコンテンツを作成しているものもありました。

民間事業者では、株式会社ベネッセコーポレーションなどの活動が見られました。自社製品、サービスに関連する付加情報として、子供の事故に関するコンテンツを公開しています。

2 ページをご覧ください。続いて、海外の取組についてご紹介いたします。



米国では、米国消費者製品安全委員会C P S Cなどが活動を行っています。ホリデーシーズンの注意喚起のほかリコール等の情報提供、特に事故が多く発生している製品の動画を作成し公開をしています。

英国では、ビジネス・エネルギー・産業戦略省商品安全基準局などが活動を行っています。これも、ホリデーシーズンの注意喚起や事故防止のキャンペーンに取り組んでいます。SNS運用においても、ハッシュタグを活用した普及活動を行っています。

フランスでは、経済・財務・産業及びデジタル主権省などが啓発冊子、動画、アプリ、テレビメディアなど様々な媒体を活用して注意喚起、啓発活動を行っています。

シンガポールでは、消費者製品安全局などが商品テストを通じて消費者等への啓発活動を行っています。

また、韓国では、国家環境教育センターなどが、国民がより安全に過ごすことができるよう様々な法、指針の下に活動を行っています。民間事業者においても、子供の安全、事故予防のためのキャンペーンや支援を行っています。

また、中国では、国家市場監督管理総局などが商品テストや品質分析、リコール制度など検査の公表や認証によって注意喚起を行っています。

また、オーストラリアでは、公正取引・消費者委員会などが活動を行っています。行政機関による注意喚起や事故事例の対処法の紹介のほか、NPO法人や民間事業者団体による様々なキャンペーン、コンテンツが公開されています。

海外情報の説明は、以上となります。

それでは、これから現在作成中のプラットフォームを見ていただきます。既に委員の皆様にはテストサイトのURLを先日お示ししましたが、改めて構築主体のSafe Kids Japan、太田様と作成をされている芝様にこのテストサイトについてご説明をしていただきます。よろしくお願いいたします。

○太田氏 Safe Kids Japanの太田でございます。よろしくお願いいたします。

今から、実際にサイトをつくっていただいている芝さんから画面を共有していただきます。委員の先生方は、既にご覧になっていると思います。同じものです。

○芝氏 サイトのほう、ご覧いただけていますでしょうか。

○太田氏 はい、見えています。

○芝氏 太田さん、よろしくお願いいたします。

○太田氏 はい。今から10分程度、お時間をいただきまして、私からプラットフォームの目的ですとか目指すところ、それから従来のほかのたくさん、今、松田さんから例を挙げていただきましたけれども、そういったところとどこが違うのかというところを5分程度でご説明をしまして、その後、芝さんから、実際にサイトの特徴ですとか運用ですとか、そういったことについて技術的な面からのご説明をいただきたいと思います。

まず、このプラットフォームなんですけれども、「Safe Kids」という名前をつけました。これは、6年くらい前ですか、やはり東京都さんと私どもSafe Kids Japanと一緒に「Safe Kids」という名称の冊子をつくったんですね。これは、いろいろな製品による傷害から子供をいかにして守るかということをもとめたコンパクトな冊子なんですけれども、その名称を引き継いだという形になっています。

まず、ここにフォーラムとありますが、フォーラムというのは、先ほど松田さんからも消費者と事業者が共に当事者として傷害予防に取り組むことが重要だというお話がありましたが、この消費者と事業者、または行政をつなぐ場としてつくったものです。

芝さん、少しスクロールしていただけますか。ちょっと行き過ぎかな。忍者が見えるところ。はい、ありがとうございます。キャラクターも、実は、これは仮なんですけれども、デザイナーさんに十ほど案を出していただきまして、その中から、この忍者がいいかなというふうに私どもは考えまして、忍者に一応、仮決めをしました。

といいますのは、このプラットフォーム、いずれは英語版もつくって国際的にも発信できたらなと思っています。そのときにキャラクター、動物とかいろいろあると思うんですけれども、忍者というのは日本固有のキャラクターですので、日本ではこんなふうにご事故による傷害を予防しているんだなということが一目で分かるように、忍者キャラクターを採用しました。

ここに「初めての〇〇」、「ひやっとしたよ」、「けがをしたよ」、「お勧めグッズ」、「私のSafe Kids」と五つのカテゴリーをつくりました。

「初めての〇〇」は、皆さん、ご覧になってよく分かるように、インスタグラムなどでは「初めての〇〇」が無数に本当にたくさん投稿されているんですね。「初めてのプール」とか、「初めての滑り台」とか、「初めての離乳食」とか。そういったものをここにひもづけて、基本的には「かわいいね」とか「面白いね」とか「楽しいね」というようなコメントをつけます。その中に潜んでいる「危ない」というポイントも、さりげなくコメントとしてつけたいなというふうに考えています。

これ、消費者の方に直接ここに投稿していただくというのが最終的には理想なんですけれども、なかなか、それは難しいと思いますので、当初は私どもがインスタグラムの中から五つのカテゴリーに適しているという投稿を見つけまして、それをリポストするという形でここに載せるということをやっていきたいと思います。

「ひやっとしたよ」は、もう文字どおり、ひやっとしたシーンを載せます。

「けがをしたよ」というのは、それよりもうちょっと、実際にけがをしてしまったシーンを載せます。

「お勧めグッズ」というのは、実は、まだ、これ、ちょっと仮のお話なんですけれども、あるECサイトさんのご協力が得られる見込みで、のページの中に「S a f e K i d s」がお勧めする製品を載せるという、載せてあるという特設ページをつくっていただくことを、今、検討をお願いしております、「お勧めグッズ」を押すとの特設ページに飛ぶと。

といいますのは、例えば、よく保護者の方から伺うのは、川に行くときはライフジャケットと言われているけれども、ライフジャケットというのは、どんなライフジャケットを選んでいいかわからないというお声をいただくんですね。「ライフジャケット、子供用」と検索すると、もう、それこそ無数に出てきて、どれを選んでいいかわからないというようなお声をいただきました。それを解決するために「お勧めグッズ」のページをつくって、この中で、例えば、「3歳、ライフジャケット」というふうに検索すると、「S a f e K i d s」がお勧めする安全なライフジャケットが出てくるということです。

ここににつきましては、本日、ご参会くださっているキッズデザイン協議会様にもご協力、ご指導いただきたいと考えております。

一番右端の「私のS a f e K i d s」なんですけれども、これは安全対策ができていないシーンをここに載せたいと思っています。いわゆるお手本になるようなシーンですね。これを「私のS a f e K i d s」というふうに名づけまして、例えば、小さい赤ちゃんは後ろ向きのチャイルドシート、ベビーシートにしっかり固定して座らせているとか、そういうようなシーンを載せたいなと思っています。

SNSの、特にインスタグラムの活用については、私はとてもできませんので、実は昨日、20代、30代の本当にまさに子育て中の保護者の方たちに集まってお話を伺いまして、オンラインでお話を伺いました。彼女たちは、やっぱりすごいんですね、インスタの使い方が。いろいろとアイデアも出してくれましたので、彼女たちの力を借りながら、このページを充実させていきたいなと思っています。

すみません。ちょっと長くなりました。以降は、では、芝さん、お願いします。

○芝氏 それでは、ここからサイトの構造について、ご説明したいと思います。

今回、システム、CMSとしましてE d i t o r Xというノーコード系のCMSを採用しております。これは、どういうことかというのと、とにかくサイトとして、皆さんの情報交流の場として非常に活発に情報がアップデートされているという状態が理想的でして、管理されている管理者の方々が気軽に情報をアップできるというのを目指しまして、比較的、ウェブサイトの知識のない方でも情報の更新であったり追加であったりという作業が抵抗なくできるということを目的に、E d i t o r Xというシステムを選んでおります。

このE d i t o r Xというのは、最近、増えてきておりますW i xというノーコード系のシステムがありまして、そのアップグレード版、プロ向けというふうなサービスでして、サーバーもこちらのE d i t o r Xに提供していただいて、基本的なテンプレートですとか、そういったレイアウトに関わるサービスを提供してくれているというものです。

太田さんのご説明にもありましたように、とにかく情報交流ということで、まずS a f e K i d sフォーラムというのをサイトのトップに持ってきておりまして、一般ユーザーさんから、このような形で投稿をしていただいて、自分の自慢話だったり、本当に怖い思いをしたというような、先ほどご紹介いたしました五つのカテゴリーをテーマに分類しまして自由に投稿をしていただきます。

そのときに、ここに「ログイン」とか「登録」とかありますけれども、まず、こちらにユーザー登録をしていただきまして、ログインをしていただきまして、個人情報の扱いであるとか、そういったものに許諾をいただいて、許可いただいた方には、ここに投稿がされたよとか、プラットフォームで新しいニュースがアップされたというような最新情報をメールマガジンを利用して情報を提供できるというような仕組みを想定しています。

先ほどのフォーラムに記入いただく際に、自分が投稿している記事がこちらにある五つのカテゴリーのどれに当たるのかというのをあらかじめ選んでいただいて、分類できるような仕組みを想定しています。

フォーラムはユーザーの方に能動的に投稿を促すものなんですけれども、SNSの活用をうまくしたいなということで、まず公式インスタグラムを立ち上げます。そちらで一般の子育て中の親御さんの書き込みをリポストして、こちらの「S a f e K i d s」の公式インスタグラムのほうに転載するというような形になりまして、転載された記事に対して、「いいね」ですとかアドバイスであるとか、あとは、このS a f e K i d sプラットフォーム

ームへの誘導であったり、今、こちらにこういった有益な情報が載っていますよみたいなコメントを「S a f e K i d s」のほうでしていただいて、こちらのメインのサイトのほうに誘導するような、そういったことを活動として行っていくということです。

今、公式のインスタグラムが1件しかアップされていませんで、ここに一つだけ窓として表示されておりますが、今後、投稿が増えていきますと、ここに3件、並んで表示される形になりますので、公式インスタグラムのほうでリポストや記述がありますと、常に新しい情報がここに並んでいくというような形になります。

そのほかツイッターの活用も想定してまして、今はS a f e K i d s ワールドワイドを表示させておりますが、今後はS a f e K i d s プラットフォームの公式ツイッターのアカウントを作成しまして、こちらに表示させていくという形を取っていきたいと思います。今はツイッターの記述が1件しか表示されておりましたが、インスタグラムのほうのように複数、最新の情報が表示されるようにウィジェットを組み込みまして、表示件数を少し多く改良していきたいと考えています。

もう一つ、SNSの表示をトップページにすることを予定しておりまして、こちらは、フェイスブックも公式のアカウントを作成していただきまして、やはりほかの二つのツイッター、インスタグラムと同様に一般のユーザーの投稿をシェアしたりコメントを追加したりということで、こちらに転載させていただくようなことを取っていきたいと考えています。

そのほか、S a f e K i d s ライブラリ、事故事例と対策ということで、現在、S a f e K i d s J a p a n のほうで様々な情報を掲載しておりまして、それをそのまま引き継ぐ形でこちらに例を表示させています。こういう事故の事例なんかを、そのまま引き継ぐ形を取ろうとしております。そのほか参考資料であるとか動画も集約させていただいて、こちらのS a f e K i d s ライブラリに掲載を予定しています。

あと、S a f e K i d s プラットフォームとECサイトのコラボレーションということで、ECサイトの「S a f e K i d s」に配慮した製品群を見せるということで、こちらのトップにリンクをつくりたいと思っています。

そのほかは、今のところですが、現在のS a f e K i d s J a p a n のコンテンツをそのまま引継ぎつつ、先ほど東京都さんのほうでご紹介いただきました様々な情報のリンク集のようなものを追加していく方向で考えております。

あと、こちらのE d i t o r X で作成したサイトなんですけれども、今、これ、PCで

見ていると、このような見え方ですが、スマホでそのままレスポンスブルということで問題なく表示がされる仕組みを取っていますので、むしろスマホで見やすいような形で、情報の配置をこのように縦配置で行っております。

基本的なところは、以上となっております。

太田さん、お戻しします。

○太田氏 芝さん、ありがとうございました。

私にも分からない言葉がいっぱい出てきて、ちょっと「あれ」と思ったんですけども、そんな形で芝さんのチームで今、一生懸命、つくっていただいています。

先ほどちょっと言いそびれてしまったのですが、このプラットフォームをつくる目的ですね。目的は大きく分けて二つあるかなと思っていて、一つは保護者の方、消費者の方の暮らしを知りたいということです。飾ったものではなくて、インスタに載せるので多少盛ってはいるかと思うんですけども、いつもの使い方、いつもの遊び方をしている、その姿を捉えたいというふうに考えています。

といいますのは、製品をつくれるメーカーの方とか条例とかルールをつくれる行政の方、リアルなところをどこまで把握されているかなというのがちょっと疑問に思っています。本来の使い方とか本来のつくる側が想定している使い方が、実は、されていないケースもあるんじゃないかなと。そういったものをSNSから拾い上げられたらなと思っています。そのことにより、例えば、けがをしたとか、ひやっとしたのであれば、それが製品や環境や、またはルール等の改善につながるのではないかと。それが、すなわち傷害を減らしていくことになるんじゃないかなというふうに考えております。

私からは以上です。先生方のご指導、ご協力をぜひよろしくお願いいたします。失礼します。

○松田統括課長代理 どうも、ご説明、ありがとうございました。

それでは、事務局のほうで議題1の論点について提示いたします。

資料3をご覧ください。大きく一つ目は、新規プラットフォームの機能やコンテンツについて。消費者への情報の伝わりやすさや、消費者からの報告や情報提供のしやすさについて。二つ目は、プラットフォームへの誘導の仕方について。このプラットフォームにどうやってたどり着くのか、ネガティブな情報が多い内容でも、より多くの人にアクセスしてもらうにはどうすればよいかについてです。

プラットフォームの具体的な検討事項について、今、ご紹介いただきましたが、名称は「子

供の安全のためのプラットフォーム」、愛称は「S a f e K i d s」ということですが、どちらも、まだ仮称となっています。

それから、コンテンツの種類・内容ですが、まず、今、紹介いただきました保護者からの事故やヒヤリハット情報の提供をフォーラムという形でお示しをいただいています。それから、次に傷害予防情報の提供ということで、S a f e K i d s J a p a nさんご自身、それから、ほかの東京都とか国、関係行政機関が発信するものとなっています。それから、イベント、プレゼント、モニター情報などインセンティブに関するもの。それから、専門家に聞く。それから、民間トップランナーとの連携とか、オンラインモールの運営事業者との連携ということがございます。ここまでがコンテンツです。

そのほか、デザイン・レイアウト、検索方法、SNSとの連携、メールマガジンという言葉もありましたがプッシュ型の情報配信など、プラットフォームへの誘導に関することがございます。

論点については以上となります。

なお、論点以外にもご意見などがございましたら、これにとらわれず、ご表明いただければと思います。よろしくお願いいたします。

○西田会長 ご説明、ありがとうございました。

それでは、早速、検討に入りたいと思います。本日は初回ということもありますので、まずは委員の皆様全員にご発言いただければと思っています。本日の資料やテストサイトに関するご意見などについて、ご発言をお願いいたします。皆様にご発言いただきたいということと会議の進行の都合もありますので、ご発言はお一人3分程度でお願いしたいと思います。

それでは、委員名簿の順で皆様からご発言をお願いできればと思います。最初に、日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会の釘宮委員、よろしくお願いいたします。

○釘宮委員 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会の釘宮でございます。

ご説明、ありがとうございました。ご説明を伺いまして、まず、子供の安全に関する情報発信、収集を目的としたポータルサイトを構築するという、この基本的な方向性については賛同をいたします。それを前提としまして、意見を3点ほど述べさせていただきます。

まず1点目ですが、運営方法あるいはプラットフォームの位置づけというようなところです。テストサイトを事前に拝見したんですけれども、そうしますと、NPO法人のS a f e K i d s J a p a nさんの情報と、それからS a f e K i d sフォーラムという

のでしょうか、今回のポータルサイトの情報とが同じサイト上に混在をしているような状態にあるように思いました。

私としては、今回、構築する交流型のデジタルプラットフォームというのは、NPO法人のSafe Kids Japanさんのサイトとは明確に分けるほうがいいのではないかというふうに思っております。例えばなんですけれども、私が知っておりますポータルサイトに働く人のメンタルヘルスのポータルサイトで「こころの耳」という厚生労働省が構築しているサイトがありますが、そちらは実際には日本産業カウンセラー協会が委託を受けています。この場合、「こころの耳」というサイトと、それから日本産業カウンセラー協会というのは別々の全く違うサイトというような形になっております。

「こころの耳」の運営実態を私は存じませんが、同じサーバー上で別のサイトを構築するというのは設定上、可能なはずですが、もちろん運営者ということで、そこからSafe Kids Japanさんのサイトが改めて立ち上がるという形になっている、これは全く問題ないことだと思いますが、ぜひご検討いただきたい点です。

2番目ですけれども、発信する内容です。事業者との協働体制の構築、これも発信する内容の一つになっているかと思えます。事前に頂いた資料で資料の1がございまして、8ページのところに都の取組の方向性ということを書いておりますが、その中で少し気になりましたのは、右下の例3のところにございます商品等の顕彰とか、あるいは商品見本市等のイベントの開催といったようなものです。こういった情報につきましては、場合によっては少し販促的な意味合いも強くなる可能性があると思っておりますので、ポータルサイトに掲載する情報として適切かどうかを少しご検討いただきたいところになります。

あと、先ほどECサイトさん、あるいはキッズデザイン協議会さんのほうのご協力をいただいて、お勧めグッズなども載せていきたいというお話がございましたが、やはりいろいろな商品がございますので、ぜひ、その辺りは取舍選択をした上で載せていただきたいというふうに思います。

3点目、これが一番最後になりますけれども、情報の発信方法です。若い保護者の方のSNS上での発信力というのは大変すばらしいものがあるというふうに思ひまして、そちらに期待したいところではありますが、それにプラスして、例えば、自治体でもいろいろSNSをやっているところがございます。

例えば、私は渋谷区に在住しておりますが、渋谷区はラインを使って、渋谷区と友達登録をするといろいろな申請や相談ができるようなメニューになっていまして、その一つに「子



育て」というメニューがあるんですね。さらに、そこにアイコンがありまして、夜間の救急診療とか、あるいは保育施設の検索とか、いろいろなものがあるんですが、例えば、そんなようなところに「子供の安全」のようなアイコンを追加してもらうことも考えられると思います。そういう基礎自治体の施策の中に入れてもらい、発信先を広げていくこともご検討いただければありがたいなというふうに思っております。

以上となります。

○西田会長 ありがとうございます。

それでは、次に、全国消費生活相談員協会の鈴木委員、お願いします。

○鈴木委員 全国消費生活相談員協会の鈴木と申します。

若干、釘宮さんの発言とダブる部分もあると思いますが、事前の資料でいろいろ、私もフォーラムというか双方向性のプラットフォームということで、先ほどご発表のモデル的なものをつくっていただいた内容と自分が想像していた双方向性のものとの、若干ずれている感じがいたしました。

中身的、内容的ですけれども、まず、名称が先ほどのタイトルにあったような「フォーラム」という言葉を使っておりますので積極的に消費者が自らアクセスしないと、このプラットフォームは利用できないのかなという感じがすごくいたしました。なぜならば、このプラットフォームに先ほど発表された製作者の方々の意図としているところの消費者がこのサイトに入ってこれるかという、なかなかそこまでの消費者はごく少ないと思っていたんですね。なるべく、誰もが、「あ、これ、危ないね、こんなところがあるけども、ちょっとアクセスしてみたいな」というようなフォーラムの最初のトップ画面の作りをしていただけるといいなと、すごく感じました。なので、愛称なども一般というか、普通の人に興味を持ってもらって、自分が知りたい情報にたどり着くようなアピール性のあるコピー用語がとても大切じゃないかなと思います。

自分が提供するのではなく、今、消費者は自分が何かを得たいと思って、アクセスするというのを頭に入れていただきたいと思います。以上からしてフォーラムという、トップ画面の作りがすごく大切ではないかなと思います。

同じようなことで、若い、20代、30代という、子育て世代がターゲットのようにおっしゃいましたが、今は、高齢化でもある事からも、子育てしているのは若い親御さんだけじゃないわけで、子育てに関わる方々に興味を持っていただけることがすごく大切かと思いました。

それと、当初、東京都の方向性では、双方向でいろんなことを検討できる、参加できるというふうにあったんですが、今回の提案は、消費者はこのフォーラムのトップ画面では感じられないと思われま。いろんな情報が入手できる、提供していただい、そして興味が得られ、気軽にアクセスできることが大切と思いま。

また、先ほど、最後に、プッシュ型情報配信をどうするかということなんですが、プッシュ型にもいろんな方法があると思いま。プッシュ型がいいのか、プル型がいいのかと、ケース・バイ・ケースかと思いますけれども、まず、私は、情報発信も大切、でも、消費者からのこういう情報があるよということも大切、それには入り口を、みんなが、アクセスしやすく、あ、ここに聞けばいいの、ここを見ればいいんだねという何かそういうプラットフォームづくりができればいいかなと思います。

あと、先ほど、釘宮さんもおっしゃったんですけれども、東京都との関わり方、今回見ていると、東京都、どこにあるの、どこにいるの……。東京都ということで、消費者が信頼してアクセスできることがとても大事じゃないかなと思いますので、その辺をしっかりとどういう位置づけで、東京都はどのように関わっているのかななどをこのプラットフォームで表現していただきたいと思います。

東京都のほかのプラットフォームを見ると、やはり東京都というものが、どんとどこか出てくるんです、イチョウマークが。東京都だから信頼できるねというイメージづくりのプラットフォームをなるべく希望したいと思います。

以上です。

○西田会長 ありがとうございます。

それでは、国民生活センターの菱田委員、お願いします。

○菱田委員 国民生活センターの菱田と申します。よろしくお願いいたします。

そんなにまとまったお話はないんですけども、幾つか疑問があります。まずは、企業様の関わりという部分が、今のご説明では見えなかったなということがあります。また、よくこういった情報提供をしていく中で、アウトプットはあるんですけども、アウトカムをどうやって計るかというところをもう少し分かるようにしていただけるといいかなというふうに思います。これは、表に出すということではなく、それを生かして、ページを刷新していくという仕組みや、運営に関しても、最初、東京都さんが強くサポートされていらっしますけども、今後、どうやって回していくのか。サイトを運営していくのかということも念頭に置いておかれたほうがよろしいかなというふうに思います。

そのほか、なかなか消費者の方というか親御さんは、こういった情報があるというのは、いろいろと興味を持って、ご覧になられたり、ということはあると思いますが、実際、それが実生活の中で実行できるかというのが、やはり一番の肝になってくるかなと思いますので、その辺りも踏まえた情報提供の仕方というのを考えていかないといけないかなというふうに思いました。

いろいろなコーナーが、まだ構築の途中なのかなと思いますけども、こういった運用にしていくのかというところを、詰めていっていただければな、というふうに思います。

以上です。

○西田会長 ありがとうございます。

それでは、東京消防庁の山根委員、お願いします。

○山根委員 お世話になっております。東京消防庁の山根と申します。

東京消防庁も東京都さんと連携しながら、いろいろな障害予防情報の提供等を務めていきたいと思っております。意見というよりは、現在の東京消防庁の取組、救急の状況について、ご紹介させていただければと思っております。

東京消防庁では、都民生活事故という区分として、情報等を集計しております。過去5年間で、年間平均約13万5,000件、いわゆる家庭内や屋外など、日常生活の中での事故といった件数が発生しております。高齢者の方が多いですが、それとともに0歳から5歳といったような乳幼児の方も多という現状がございます。そして、東京消防庁では、先ほどから皆さんの話がありますように、いかに関心がある子育て世代の方にこのプラットフォーム等に誘導するかというようなご意見等ございましたが、東京消防庁としては、あえてアナログですが、「STOP!子どもの事故」といったA5版の冊子をつくっております。ここにいろいろな事故事例の紹介ですとか、事故が起きたときの応急処置等について、図柄で紹介しております。こういったアナログのものですが、これを、今現在、都内の保健所の窓口に置かせていただきまして、母子手帳の交付と併せて、お配りしており、直接、これから子育てする世代の方にこういった情報を提供しているという形を、紹介させていただきました。

やはりプラットフォーム、デジタルツールというのは、今の時代、大事だと思いますが、いかにそういった方に誘導するか、そして、拡散してもらうかといったようなプッシュ型の情報配信等も含めて、検討していただければなと思っております。

例えば、全国でいろいろな公園の遊具での事故ですとか、子供のベランダ、高所からの落

下事故というのは、ニュースの中でも大きく扱われる事例が多いと思います。そういった事故が起きたときに、やはりそういった同じような世代のお子さんを持つ親御さんというのは、きっかけとして、関心を持つ機会というのがあると思います。都内に限らず、全国でのそういう事故が起きた報道等を端緒として、皆さんをこのプラットフォームに誘導するプッシュ型の配信ができるとか、関心が高いタイミングをもつての時期を失しない形での情報発信といった視点も必要なのかなと感じております。

以上でございます。

○西田会長 ありがとうございます。

それでは、SOMPOリスクマネジメント株式会社の安藤特別委員、よろしく申し上げます。

○安藤特別委員 SOMPOリスクマネジメント、安藤と申します。

まず簡単に自己紹介します。損保と頭にあるように、損保ジャパンという保険会社のグループ会社ですが、保険を扱っているわけではなくて、リスクマネジメントという観点でのコンサルを行っております。なので、主にメーカーなどに製品についての安全性などについて、アドバイスをしたりする業務を行っています。また、私、3歳の男の子と7歳の女の子の2児の父になりますので、一般消費者目線でもコメントをさせていただきたいと思っております。

まず、1点目、先ほど、鈴木委員のほうからもありましたが、私も「フォーラム」という名前を読んだ際、一瞬認識ができませんでした。名称というのは、やはり重要になるのかなと思っておりますが、事前にいただいていた「教えて！ドクター」という名前は、非常に共感を持って、分かりやすいなと思えました。あえてシンプルに伝えることで、消費者側としても使いやすい情報になるのではないかなと思えました。

2点目です。別の調査案件で、スマホやPCの（買い物時の）使用状況に関する調査を行いました。結果、やはり若い世代、10代～30代の世代というのは、現在、PCよりもスマートフォンのほうが利用頻度が圧倒的に多く、10代、20代だと、8割がスマートフォンで買い物をするという結果が出ております。

先ほど、サイト構成のところ、スマホでも使えるようにしているとされており、これはいい傾向だと思いますが、やはり若い親世代に伝えるという意味では、スマホの方の画面を明確に分かりやすくする必要はあるかなと思えました。それと併せて、縦長につくっているインターフェースについて、これも調査で明らかになったのですが、トップ画面の中にある

程度、何の情報があるのかが分からないと、下のほうまでスクロールをする意欲があまり湧かないという結果も出ていました。投稿フォーラム、SNS情報発信、事故ライブラリ、お薦め安全製品のような形で、まず、トップ画面に各ボタンを作っておいて、下のほうにある情に飛べるような仕組みにできるといいかと思いました。

特に「お薦め製品」というのはいいなと思いました。私もチャイルドシートを選ぶときに、別の独立行政法人のサイトのアセスメント結果を参考にしていました。どういう製品がお薦めかというのがあるのは、消費者にとっては非常に有益だと思います。一方で、判断基準について、おかしな製品を紹介できないというのはあると思いますので、そこは十分にキッズデザイン協議会様などのお力添えをもらって、選定をいただければと思いました。

最後に、周知方法について参考程度ですが、日本全国に周知をするという観点で、最近COCOAというコロナ対策のアプリがあったかと思います。このアプリの周知方法について調べてみました。できる、できないはあると思いますが、テレビCM、ウェブ広告、ヤフー、グーグル、シュフーのサイトコンテンツ、屋外・屋内広告のデジタルサイネージを使用、ホテル業へのコンタクト、駅・コンビニ・航空へのディスプレイ、関係業界団体への協力ということで、まず、通信会社、ドコモ、KDDI、ソフトバンクなどに対する広報と、スポーツ・文化界への協力、各種業界団体、経団連や日商などに対しての依頼、自治体協力・周知依頼、チラシづくり、動画作成、SNS発信などを実施していました。CMなど費用が掛かるものは今回の件では難しいかもしれませんが、参考になるかなと思い、お話をさせていただきました。以上になります。

○西田会長 安藤特別委員、ありがとうございました。

それでは、国立成育医療研究センターの植松特別委員、よろしく申し上げます。

○植松特別委員 ありがとうございます。

私も3点ぐらい気づいたことをお伝えしたいと思います。

一つは、皆さんもたくさんお話しされていますけれども、情報の共有と伝達というところと、二つ目は、具体的に事業者と消費者との交流みたいなテーマがあったと思うんですけども、そのことと、それから、三つ目は、これも何ですけど、情報共有なんですけど、やっぱり行動学とか、ちょっと今、皆さんも幾つか挙げていたんですけど、あと、インフルエンサーという言い方が正しいか分からないんですけども、本当にそれが20代、30代の一般的な親御さんだけでいいのかなというところは思ったんですけども。

その一つ目からいきますと、情報の共有と伝達で、先ほどもありましたように、プラット

フォームをつくることは非常によいことだと思いますし、東京都がやる事業としても大事だと思うんですけども、まず、ここに情報があるよということがどうやって伝えられるかというところが大事になるかなと思っていて、今までもいっぱいそういう情報提供の場はあると思うんですけども、その一つとして、Safe Kids Japanさんって、もう既にすごくかわいいイラストのホームページがあると思うんですけども、先ほどメディアからの情報が17から93%、消費者庁のほうで、国民生活センターが出しているものと、マックス9%ぐらいの認知度というか、これはどういうあれか分からないんですけど、そういうところから情報を知りましたということで、そういう観点で、今までもつくっているSafe Kidsさんのホームページでどのぐらいの情報発信の、何というんでしょう、になっているのかなというのがちょっと疑問だったので、もし分かったら、後で教えていただきたいなと思います。

そこに加えて言うと、ちょっと東京都としてのアピールは、やはり、ここが今まで皆さんご意見があったんですけど、少なくても、見ているうちに、下のほうに東京都というのは出てくると思うんですけども、見ているうちに、これは、Safe Kidsさんのみたいな感じになってしまうところがちょっと気になったかなと思います。

あとは、お母さん世代の方たちの投稿とか、そういう情報発信も一つだと思うんですけども、あと、ECサイトさんということで、販売業者さんが入ってきて、すごくそれもいいかなと思うんですが、あとは、やっぱり製造業者さんとか、そういうところと消費者が直接つながれるのか、やっぱり今までのように消費者庁とか国民生活センターが間に入って、かみ砕いて、消費者にお伝えしたりとか、事業者にお伝えするという、間に入る人が必要だとすると、参加者として、やはりそういう間に入る人も、このプラットフォームに参加しなきゃいけないとか、参加したほうがいいのか、参加してもらえますみたいな、そういうところとかが必要になってくるのかなと思います。

そこで、ちょっと幅を広げると、やっぱり医療者だったりとか、それから、西田先生みたいな工学的な観点でやられている方とか、そして、お母さんだけじゃなくて、やっぱりいっぱいの子供を見ているという意味では、私たち、医療者もそうなんですけれども、保育園の先生とか小学校の先生、そういったところが、どういうふうに、皆さん、これって私たちも参加していいのかなというところがいま一つはっきり明確になっていなくて、お母さんたちが発信する情報をみんなで見るみたいな感じに偏る意図はなかったのかもしれないんですけど、ちょっと私から見ていると、偏りがあるかなと思ったので、その点が気になる

りました。

あとは、ずっとこの事故予防をどう伝えるかとなるんですけども、医療者が、我々、病院で事故が起きたときに、お母さんたちにもプラスアルファで情報を提供していただいたりする事故防止プログラムみたいなものを現場でやっているんですけども、そのときに、お母さんたちから出る言葉は、まず、知らなかった、こんなことが起きると思っていなかった、自分の子供には絶対起きないと思っていたというところなので、何にも起きない人が予防として、このプラットフォームにアクセスする可能性はやはり低いと思うんですけども、そういう子育ての中で、予防策は当たり前だと皆さん思っていると思うんですけども、それがどのくらい当たり前かというところに関すると、かなりやっぱり低いんだと思うんですね、事故をいっぱい見ている私たちからすると。

なので、そこがどういうふうにも有効性を持ってやる、活用されるかということになると、行動学とか、行動経済学とか、ちょっと私、その辺は全然分からないんですけど、インターネットのアクセスとか、それから、ちょっと影響力のある人たちをこういうものにどう巻き込んでいくかということも必要なのかなというふうに感じました。

以上になります。

○西田会長 植松特別委員、ありがとうございました。

それでは、次に、With未来考研究所の浦野特別委員、よろしくお願いします。

○浦野特別委員 With未来考研究所の浦野です。

以前、三菱UFJリサーチ&コンサルティングで、商品安全のお仕事に関わらせていただいた後、独立をしているものですから、皆さんの知らない名前になっています。以前の知見、今の活動も含めてコメントを、ということで今回依頼をいただきました。よろしくお願いします。

私からお伝えしたいことの一つめは、今もおっしゃっていただきましたけども、アクセスの問題です。一般の方がふだんの生活の中でこのプラットフォームを気にするのは、かなり厳しいし、そういうふうを持っていくことは厳しいのかなと思っています。ふだんから保護者の方々に知ってもらおう努力も必要ですけども、事故を起こしたり、事故が起こったんじゃないかなと思ったときに、気づける方、すなわち、お医者さんや保育園の方に、「そういったところに気づいたら、こういうところにアクセスしてね」と、そっちのほうを徹底することも大事と思いました。

また、プラットフォームの論点として、消費者への情報提供と情報収集の二つあるかと思

うんですけども、何をどっちに重点を置くかというところをもっと明確にしたほうがより実効的なものになると思いました。

情報発信の話に関しては、ほかの委員からも出ているんですけども、これをさらに知ってくださいというよりは、自治体や学校が既に行っている情報配信システムなどに載せて、時々そこから発信する形でつなげていただければいいと思います。

一方、情報収集の話に関して、本プラットフォームの特徴として力を入れるのであれば、今申し上げたようなアクセスルートを考えるのが大事なかなと思いました。

また今回、写真を撮ってインスタ的にアップするので、気軽かもしれないですけども、個人が直接アップするとなると、どうしてもメーカーへの誹謗中傷であったり、その方の個人情報が出て攻撃されたりなどの懸念もあるかと思っておりますので、これを監視していく運営コストを、きちんと手当てしなきゃいけないと思います。さらには、そのアップしたものをどのように使うのか。ほかの保護者さんたちが参考にするというお話なのか、メーカーさんなり、都なり、研究者がきっちり分析していくような話なのか、後者であれば、そのような誘導の仕方もあるだろうしと、目的によっていろいろやり方が違うんだろうなと思いつつ、今回、お話を伺いました。

なので、ちょっといろんな話に飛びましたけども、このプラットフォームでしかできないこと、目的をもっと明確にして、それをきっちり有効に実現するような施策を考えていくことが今回大事じゃないかなということでございます。

以上です。

○西田会長 浦野特別委員、ありがとうございました。

それでは、製品評価技術基盤機構の鹿野特別委員、お願いします。

○鹿野特別委員 鹿野です。よろしくお願いします。

今、皆さんからのお話を聞いていて、重複するところが幾つか出てくるかと思いますが、気になる点がありました。

一つは、情報発信していく中で、発信される内容の責任の所在がどこになるのか、情報の内容の精査をどのようにしていくのかについてとても気になりました。先ほどのご説明で、SNSなどの書き込みにリポストするというお話がありましたが、そういったリポストした情報の内容の責任がどこになるのか、気になりました。お薦めの製品情報なども載せていきたいというお話もありましたが、それは消費者にとって、特に子育てする世代にとって、とても役に立つことと思うものの、お薦めした商品を使って万が一事故があったときには、



どうするのかということもやはり念頭に入れておかななくてはならないのかなと思います。

もう一つは、子育てされている方が、今知りたい情報は検索して見に行くけれども、そうでないものについては見に行くものなのかどうか、気になりました。お子さんが小さければ小さいほど、また何人かのお子さんを同時に育てている場合なども、今知りたい情報以外はなかなかアクセスしないという現状があるかと思います。私自身の体験では、子どもが小さかったときに、保育士さんや学校の先生、あるいは子育て支援センターのスタッフさんなどから得た情報が参考になっていたかと思うので、そういったところと上手く連携して、先生方や専門のスタッフの方から親御さんのところに、このようなサイトがあるから参考になると、ということ伝えていただけると、そのような仕組みができるとういのかと思います。

三つ目は、先ほどのご説明ではプラットフォームの案は、企業側、行政側あるいはSafe Kids Japanさんの方からの消費者への発信というところが主になってくるように思いました。双方向と言いつつも、企業の方がプラットフォームから情報を得てくる、情報を収集するというところが、今のところはまだ薄いような印象を持ちました。

企業側も一生懸命に製品安全の取り込みをされているかと思いますが、どうしても製品側だけでは限界がありますので、それを消費者の方に知ってもらう方がよいように思います。消費者がこんな想定外の使い方をしてしまうといった情報など、消費者から得られる情報をもとに、製品設計側からだけの安全設計ではどうしても限界があるところを、消費者に知ってもらえないかと思います。消費者の使い方には、負の成功体験といいますが、何か変な成功体験によるものがあって、例えば、自転車に小さいお子さんを乗せたまま、ちょっと忘れ物したから家に帰るとか、ちょっとそのままコンビニに入っちゃうなど、この前やっても自転車は倒れなかったから、うちの子はおとなしく座ってられるからという、負の成功体験を繰り返した結果、あるとき自転車が倒れて子供に大けがをさせてしまう事例があり、私の知り合いにも2名おりましたが、そのような事例を情報提供し、製品側の安全設計だけでは限界があるということを消費者に知ってもらえないかと思います。消費者から得られる事故の内容や、その使い方については想定外なので製品側からの安全設計だけでは限界があるという企業側からの説明が、双方向で交換できればいいなと思いました。

とても期待できるようなプラットフォームかと思いますが、ぜひ、いろいろ意見を聞かせて、いいものをつくり上げていければと思います。

以上です。よろしくお願ひします。

○西田会長 鹿野特別委員、ありがとうございました。

キッズデザイン協議会の奥村特別委員、お願いします。

○奥村特別委員

我々、キッズデザイン協議会でも、ちょうど1年前に協議会ホームページとは別に、キッズデザインマガジンという形で、企業、団体さんだけではなくて、生活者を含めた多くの方に向けて、キッズデザインを知ってもらおうということで、立ち上げています。東京都の「東京くらしWEB」とは、こちらのサイトで連携させていただいております。

先ほどもご意見が出ていましたけど、インタラクティブティビーをどこに持たせるかというところで、運営側の構えが変わってくるのかなと思っているところです。投稿されたご意見だとか、ご質問への返答だとか、先ほどもありましたように、悪意ある書き込みなどへの対応、この質とスピードを持ったリソースは要することになるので、ちょっとその辺り、どう捉えられているのかなと思っています。

今回のフォーラムは、SNSからの転載という形になっているので、タイミング的なことだとか、内容の確認だとかは、バッファーを持っているので、それが担保されているとは思いますが。昨今のAI技術を用いれば、チャットボットだとか、いろいろできると思うんですけど、やっぱりそういう消費者、生活者向けを主とするのか、企業さん、団体さんを含めてのやり取りのその辺り、一言に双方向といっても、何かしら偏りがちになるところがあると思うので、情報を集めたいのか、交流をしてもらいたいのか、力点をどっちに持っていくのかというのがはっきりとテーマにもあって、出てきたほうがいいのかと思っています。

また、投稿を活性化させるためには、何かしらのインセンティブが要すると思うんです。何も経済的メリットが必要なわけではなく、ウェザーニュースのように、自分の情報提供が誰かの役に立つという喜びにとどまらず、ほかのメディアなどに露出する、自分の情報が露出する欲求だとか、やっぱり参加する面白さというのをどうやってコンテンツというか、このプラットフォーム、もしかすると、このプラットフォーム周辺のところにどう組み立てていくかも見据えてやっていかないと、一つの場所をつくったからといって、なかなか活性化するわけではないと思います。当然、ここにどうやって来てもらうか、知ってもらうかも大事ですけど、来てもらった後、どう動いてもらえるかというところなんか踏まえて、活性化案というのを、最初からちょっと考えておくことで、どうしても『情報だけいっぱい貯まってきました。けれど、一方的に貯まっているだけです』みたいな形にならないようにして

いっていただきたいなと思っているところでございます。

あと、ほかにもご意見がありましたけど、やっぱりあっちこっちに情報はあります。私もまだ子供が小さいので、区の情報だとか、普通にメールで飛んでくる状態にはなっていますが、そういったところとどれほどの連携というか、どこに見に行けばいいんだというときに、『一番最初にここに見に来い』という形に持っていけるかというのがポイントになってくるかと思っております。

ちょっと取り留めのない会話になって申し訳ございませんが、私の意見としては以上でございます。

○西田会長 奥村特別委員、ありがとうございました。

それでは、B l o o m S k e t c hさんの田崎特別委員、よろしくお願いします。

○田崎特別委員 よろしく申し上げます。田崎です。

ご説明いただき、ありがとうございます。

自己紹介も兼ねて、少しお話しさせていただけたらと思います。私は、デザイナーとして、プロダクトデザインや、UIデザインに携わってきて、これまで情報をデザインで分かりやすく変換するということに取り組んできました。製品開発を行う企業側からの視点もありつつ、私自身、子育て中でもありますので、より消費者に近い視点で、消費者の方が分かりやすい体験ができるように、この委員会を通して、具体的な連携支援につながるアイデアを出していけたらなと思っております。

ご説明を聞きまして、少しまとめていた意見が解消されたところもありましたので、五月雨式になりますが、感じたことをお伝えできればなと思います。

まず、サイトのデザインについての全体的な印象ですが、余白の取り方とか、ビタミンカラーの明るい色遣いですとか、程よく丸みのあるフォントですとか、それはすごく分かりやすく、取っつきやすい印象を与えるのではないかなと思って、とてもよいなと感じました。ターゲット年代でいうと、もう少し華やかさがあってもいいのかなとは思ったので、何かしらプラスできることが要素としてはあるのかなというふうに感じています。

忍者のアイコンのお話が出ましたが、私はとてもいいなと思っています。忍者の目だけで分類を分けられていたのですが、それは情報が少なく、逆に分かりやすいという感じがありますので、忍者のアイコンの使用に賛同します。

次に、プラットフォーム自体ですが、一方的な情報発信だけでなく、交流型のプラットフォームというのはすごくいいなと思います。やはり行政と事業者と消費者同士という

のも、会話できるような場作りというのが必要だと思います。具体的には、投稿されたものに対して、お話も出ていましたが、反応できるような仕組み、例えば、いいねアイコンだけではなく、これはちょっと危ないんじゃない、みたいなアイコンや、私も同じようなことがあったよ、みたいなアイコンのような、消費者同士がアクションできる仕組みですとか、あとは、事業者とか行政からはしっかりとアドバイスできるようなコメント欄があったりですとか、そういったことがあるといいなと思いました。

現在のシステムですけども、項目として、ひやっとしたよ、けがをしたよというふうを選んでいくのはすごく分かりやすいなと思いました、「私のSafe Kids」というのが、ご説明を聞けば、理解できましたが、タイトルとして、初めて見る人には内容が判断しにくいかなと思いました。ボタンとしては、もう少し目立つ形で、アイコンを含めた大ききさで、分かりやすくしてもいいのかなと思います。

投稿することと、それに対して、その危険なことの対策というのもリンクさせるのがいいなと感じていました。今回の構成ですと、危険な体験を投稿する部分とか、お薦めグッズとか、私のSafe Kidsみたいなのが同列になっていましたので、ここは分かりやすく分けてもいいのではないかなと思いました。

Safe Kids ライブラリについては、内容としてはすごく分かりやすいと思いますが、今、割とスクロールして奥深いところにあります。これが「私のSafe Kids」のところで活用されるのかなとも思いますが、投稿がたまって、データベース化されていくと、近い内容のところにリンクさせてあげるとか、この危険に対しては、こういう取組があるんですよというふうにつなげてあげればいいのかと思いました。

次に、インスタやツイッターのリポストについては、消費者のものも含むのかなという認識でしたが、割と情報が散乱しそうかなと思いましたので、投稿と関連している情報というのを分類できればいいのかなと。技術的にできるか分からないんですけども、そういったことができる、とてもいいなと思いました。

もう一つ、購入について、ECサイトのものご紹介するというので、どなたかのご意見で、取捨選択できるといいねみたいなお話があったと思いますが、これはPSCマークですとか、SGマークとか、STマークみたいなものに限定してもいいのかなと思いました。これはジャストアイデアになります。

あと、誘導についてなんですが、デジタルとアナログの両方からのアプローチがあると思っています。個人的な経験の話ですが、割と、子育て中は、子供の成長に関するアプリみた

いなものはよく使っていて、魅力的なアプリもあるので、そういった利用率の高いアプリと連携したりですとか、あとは、病院とか、地域の子育て広場とか、赤ちゃんグッズ専門店など、かなり高い頻度で利用していましたので、そういったところにも案内があるといった、デジタルとアナログのアプローチというのも考えられるのではないかなと思いました。

五月雨式になりましたが、以上でございます。

○西田会長 田崎特別委員、ありがとうございました。

これで全員ですね。本当にいろいろなご意見いただき、ありがとうございました。これまでの議論の中で、様々ないただいたんですけども、やはり今回の目的、特徴を明らかにするという部分、それを踏まえて、どういう見せ方をしていくか。今回の特徴は、一つ、双方向ということをやっている、情報の発信の話はあるんですけど、収集、それから、企業等がどうこれを活用できるかという部分に関しては、少し、今回、説明が不足していたということで、この辺りの強化が必要です。それから、支援者支援など、適切な人が間に入って、こういう情報を信頼のあるものにしていくとか、どう取舍選択していくかの辺りの整理であるとか、本当に様々な観点でのコメントをいただけたかなと思います。

最後、田崎特別委員からは、具体的なデザイン上でのコメントもいただいて、非常によい意見をたくさんいただいたのかなというふうに思っております。

今回、いただいた意見について、事務局のほうで整理をしていただき、次の協議会までにプラットフォームに反映できるかどうか、どの部分を反映できるかどうかもご検討いただけるようにお願いします。

また、今回、ご意見の足りない方もいらっしゃるかと思いますが、進行の都合上、ここで議事の2に進めさせていただきたいと思います。その後で、また全体を通して、ご意見いただければと思います。

それでは、議事の2、子供の安全のための情報収集・発信に関するアンケート調査の検討に入りたいと思います。

資料4について、事務局から説明をお願いします。

○松田統括課長代理 それでは、子供の安全のための情報収集・発信に関するアンケート調査について、ご説明いたします。

資料4の1ページをご覧ください。このアンケートは、子供の事故防止に関する消費者、この場合、保護者になりますが、情報収集や情報発信の実態を調査・収集し、本協議会で議論する際の参考資料とすることを目的としています。調査地域と調査対象者は、東京都に居

住し、ゼロ歳から12歳までの子供を育てる20代から40代の男女3,000人以上としています。調査方法は、ウェブを利用したインターネットアンケートになります。

調査項目の大枠は、(1)これまでの日常生活における子供の事故などの経験、(2)商品等による子供の事故に関する保護者の情報収集の実態、(3)商品等による子供の事故に関する保護者からの情報発信の実態、(4)行政・事業者団体による主要なウェブサイトなどの認知度、(5)構築中のプラットフォームの評価となります。

では、アンケートの設問について、要点を絞って説明します。

2ページから4ページにかけて、ご覧ください。2ページから4ページにつきましては、プレ調査、属性に関する質問となります。問5で、12歳以下の子供と同居して、3,000人を本調査の対象とします。

なお、SNSの情報収集・発信状況を押さえるため、ふだんのSNSの利用状況に関する質問を設定しました。

4ページをご覧ください。このページから本調査となります。問1から6までは、これまでの自分の子供の事故やヒヤリハット経験の有無、その種類、事故防止の認識などについての質問となります。

8ページから12ページをご覧ください。問7から15までは、子供の事故に関する保護者の情報収集の実態の質問になります。内容は、欲しい情報、情報入手のタイミング、入手方法、信頼する情報源、その理由などになります。

13ページから16ページをご覧ください。問16から23までは、子供の事故に関する保護者からの情報発信の実態の質問になります。内容は、報告やSNSなどでの発信の有無、その理由などになります。

17ページ、18ページをご覧ください。問24から28までは、子供の安全に関する主要なウェブサイトなどの認知度についてになります。対象は、東京都の東京くらしWEBや消費者庁、Safe Kids Japan様、キッズデザイン協議会様などのホームページ等になります。

19ページ、20ページをご覧ください。問29から33までは、構築中のプラットフォームの評価になります。テストサイトを閲覧してもらい、その印象や使い勝手について伺います。選択肢のほか、自由記述欄も設けております。

最後、問34で、子供の事故やその防止について感じることや考えていること、事業者や行政への要望について、自由記述欄を設けました。

アンケート調査案の説明は以上となります。

○西田会長 ありがとうございます。それでは、ただいまご説明いただいたアンケート調査案は、今日、ご議論いただいた後、事務局のほうで進めることにしたいと思っています。何かご意見等ありましたら、この場で頂戴したいと思います。

委員の皆様、ご意見等ございますでしょうか。

○浦野特別委員 浦野です。よろしいでしょうか。

○西田会長 浦野さん、お願いします。

○浦野特別委員 ありがとうございます。

事前にもお伝えした話で、既に少し修正いただいています。何についてかと申し上げますと、「商品等による子供の事故」というところで、一般の事故と商品等の事故と分けているんですけども、一般の消費者と保護者からはその仕切りってないと思うんですね。なので、突然、「商品等による」と出てくるのは、気持ちの切替えが必要というか、説明が必要なので、説明してくださいというお願いを事前にさせていただきました。

その結果、4ページのほうで、「これから商品等についての説明、質問をします。それについての説明、1から4は別のこと、5番から商品等についての質問をします」というふうな、一応、説明は書いてあるんですけども、やっぱり消費者さんにとっては、これって何となっちゃうと思うので、よりスムーズにするためには、ここの場所ではなくて、問5の前、商品等の子供の事故に関する設問が始まる前に、それを書いていただいたほうがいいのかと思いました。

この話と関連するんですけども、先ほどのホームページ、プラットフォームについても、商品等にかかわらず、子供の事故全体、水の事故や交通事故についても入っているという整理でよかったんでしょうか。あちらは全部の事故が対象で、アンケートでは、その中で商品に関する部分について、より聞くという位置づけでよかったんでしょうか。

すみません。そこの切り分けの整理の説明をよろしくお願いします。

○西田会長 浦野委員、ありがとうございます。

ただいまの部分は、事務局からございますか。

○松田統括課長代理 役所の所管で、大変申し訳ないのですが、確かに分かりにくいところがありまして、うちは商品安全をつかさどる部署ですので、商品等の事故という形で入れました。あと、交通事故はまた別の部署で対策等もやっていますので、ちょっと切り分けたところはあるのですが、プラットフォームのほうは、確かに犯罪とか、防犯とか、

そういうことは入れないとは聞いていますけれども、全体的な子供の事故ということで、プラットフォームをつくるということを聞いていますので、ちょっとその辺の整合性については、工夫をしていきたいと思っております。

○西田会長 ありがとうございます。

じゃあ、そこは検討していただければと思います。

浦野特別委員、ありがとうございます。

それでは、次に、釘宮委員、よろしくお願いします。

○釘宮委員 ありがとうございます。

3点あります。まず、問2のところですね。ページでいうと、5ページの⑩と⑪です。自転車使用時の事故というので、まず、転倒・転落などというのがあって、⑪が交通事故（自転車以外）というのがあります。では、自転車の交通事故というのは、どこに入れればいいのかというのが、少し分かりにくいように感じたというのが1点目です。

2点目ですけれども、15ページです。15ページの間20になりますけれども、SNSでの発信というところですね。「自分名義の」というのが少し引っかかりまして、本名で発信することは普通SNSでは少ないとは思いますが、「自分のSNS」というふうに言ったほうがニックネームにしる、しっくり来るような感じが私はします。②のほうが、「自分以外のSNS、ウェブサイトなど」というところで、これも「名義の」というのがちょっと引っかかるのと、あと、コメントとロコミというのは、これは異なるカテゴリーのものを指しているんでしたら、ここは、点、あるいは、中黒が必要ではないかというふうに思いました。

3点目、これが最後ですけれども、19ページ以降に、構築中のプラットフォームの評価というのがありまして、このアンケートをいつの時期に行うのかということです。例えば、問30でしょうか、このサイトを見て、内容・コンテンツについてどのように感じましたかという質問がありますが、現状のサイトでは、メニューとありますが、それはあるんですけども、その中身が今入っていない状況ですので、この状態で、コンテンツが充実していませんかというふうに聞いても、なかなか適切な答えが得られにくいように思いました。もし、アンケートするのであれば、何か一部分だけでも少し内容を、コンテンツを入れた状態で見てもらうとか、そういったようなことも必要ではないかというふうに思います。

以上です。

○西田会長 釘宮委員、ありがとうございます。



今いただいたところは修正できると思いますので、事務局、よろしくお願いします。

今、二方の委員からご質問、コメント等いただきましたけれども、そのほかございますでしょうか。

このアンケート案につきましては、今いただきました改善案を反映させて、今後、実施させていただきたいと思っています。それで、最後のサイトの時期ですね、これに関しては、どうなりますでしょうか。間30の辺りですか。

○松田統括課長代理 このアンケート案について、今いただいた意見を反映しまして、アンケートを取っていくのですけれども、次の協議会には、そのアンケートの結果をご提示はしたいと思っています。その際、テストサイトの進捗状況ですけれども、今、お示ししているテストサイトよりは、今回、ご意見もいただきましたので、内容が充実したものになっていると思いますので、そのテストサイトについて、アンケートで評価をもらおうと思っています。ですので、テストサイトの内容等が改良できる時期を勘案しつつ、そのアンケートの時期を決めて、取っていければと思います。

○西田会長 ありがとうございます。

それでは、そのように進めていただければと思います。

それでは、今いただいたご意見を踏まえて、事務局でアンケートの改善を行って、それから、時期も見て、調査を実施していただき、次回には結果を報告させていただきたいと思います。

このほか、細かいところで何かお気づきのこと等ございましたら、今週12日までに事務局にご連絡をお願いします。

全体、このアンケートだけじゃなくて、全体を通して、ご意見と、追加のご意見等ございましたら、いただけますでしょうか。

それでは、ありがとうございます。

最後に、今後の協議スケジュールについて、事務局から説明をお願いします。

○松田統括課長代理 それでは、今後のスケジュールについて、ご説明いたします。

アンケート調査は、案をご提示したように、準備は進めておりまして、8月下旬以降に実施したいと思います。本日いただいたご意見のほかに、今、会長がおっしゃった今週12日までに事務局までご連絡いただければ、検討いたします。

第2回協議会は、9月下旬以降に予定しております。速やかに日程調整のご連絡をさせていただきますので、よろしくお願いいたします。

第2回協議会では、アンケート調査の結果について報告いたします。また、調査結果や委員の皆様方からのご意見を踏まえ、プラットフォームを改良してまいります。委員及び特別委員の皆様には、こちらについて、ご意見いただきたいと思っております。

その後、第2回協議会で協議いただきましたご意見を反映したプラットフォームを改良し、委員及び特別委員の皆様にご確認いただきます。11月下旬以降に開催予定の第3回協議会で、プラットフォームを確定しまして、Safe Kids Japan様のほうで運用を始めます。東京都は、協議会からのご助言を受けたこのプラットフォームの確定後、公表のプレス発表を行う予定です。

今後の協議スケジュールについては、以上です。

○西田会長 ご説明ありがとうございました。

それでは、これで本日の議事全て終了したかと思っております。これもちまして、本日の協議会を閉会させていただきたいと思っております。

今日は本当にご活発な議論、ご意見等いただきまして、ありがとうございました。ご協力ありがとうございました。

午後3時24分閉会