

第 1 8 次東京都消費生活対策審議会
総会（第 5 回）
議 事 録

平成 1 7 年 5 月 1 7 日（火）

都庁第一本庁舎 42 階 特別会議室 A

午前 10 時 00 分開会

消費生活部長 大変お待たせいたしました。本日は、皆さんには大変お忙しい中をご出席いただきましてまことにありがとうございます。本審議会の事務局を担当しております生活文化局消費生活部長の古川でございます。

ただいまご出席をいただいております委員の方は 16 名、委任状は 6 通でございます。委員総数の半数以上の出席ということで、総会開会に必要な定足数に達しておりますことをご報告申し上げます。

それでは、会長、よろしく願いいたします。

松本会長 ただいま消費生活部長から報告がありましたように、総会開会に必要な定足数に達しておりますので、東京都消費生活対策審議会第 5 回総会を開催いたします。

まず、新たに委嘱されました専門員、幹事につきまして、事務局からご紹介をお願いいたします。

消費生活部長 前回の総会以降の平成 16 年 11 月 15 日付けで新たに委嘱されました専門員をご紹介申し上げます。

高巖専門員でいらっしゃいます。

高専門員 高と申します。どうぞよろしくお願い申し上げます。

消費生活部長 なお、細川専門員は、本日欠席でございます。

続きまして、4 月の人事異動で幹事が交代いたしましたのでご紹介申し上げます。

産業労働局の三枝産業企画担当部長でございます。

産業企画担当部長 三枝でございます。よろしくお願い申し上げます。

消費生活部長 書記につきましては、お手元の名簿の配付をもって紹介に代えさせていただきます。資料番号 2 でございます。

松本会長 それでは、お手元の会議次第に従いまして議事を進めてまいりたいと思います。

まず審議に入る前に、簡単にこれまでの本審議会の経過につきましてお話をさせていただきます。

諮問事項であります「消費者の自立支援に向けた事業者団体・消費者団体等との連携による新たな消費者施策のあり方について」は、平成 16 年 11 月 1 日の第 4 回総会におきまして、知事から諮問を受けたものでございます。諮問の趣旨は、次のような点でございます。

第 1 に、経済のグローバル化や市場メカニズム重視社会への移行等、消費者を取り巻く著

しい環境変化の中で、消費者自身が自立し、自ら適切な商品・サービスを選択していくことが一層求められております。しかし他方で、苦情・トラブルは増大し、多様化・複雑化しております。こうした中で消費者の権利が尊重されるためには、行政、事業者、消費者の各主体が相互に連携して、施策・事業に取り組む必要性が高まっているということがございます。

また、昨年6月に抜本的に改正されました消費者基本法におきましても、行政・事業者・消費者、また事業者団体・消費者団体が相互に連携しつつ、それぞれの役割を果たしていく必要性が強調されているところであります。

そこで、この諮問事項を審議するために、齋藤委員を部会長とする施策連携部会及び梶山委員を小部会長とする施策連携小部会を設置し、それぞれ7回の会議を開催し、ご審議、ご検討を重ねていただきました。そして施策連携部会の中間報告を取りまとめていただき、本日それを報告していただくことになった次第でございます。

では、齋藤部会長からご報告をお願いいたします。

齋藤部会長 それでは、私の方からお手元にあります資料3、中間報告でございますけれども、この内容についてご説明を申し上げたいと思います。

まず1ページ、「はじめに」というところをお開きいただけますでしょうか。

昨年の11月1日に知事から「消費者の自立支援に向けた事業者団体・消費者団体等との連携による新たな消費者施策のあり方について」というテーマについての諮問を受けました。

今、会長のご紹介にもありましたけれども、部会及び小部会を設置して審議を行ってまいったわけでありましたが、41ページ、42ページ、にお移りいただけますでしょうか。審議の経過につきまして、この41ページ、42ページに詳しく整理をしておりますので、これをご覧いただき、ご審議をしていただきたいと思いますというふうに考えております。

その中に審議事項等が記載されておりますけれども、参考人からの聴取も行いました。また、コンプライアンス経営にかかわる実態調査などの結果も踏まえて意見を取りまとめたわけでありますが、その際に連携を推進する際の基本的な視点をまず検討いたしました。その上で、新たな施策を具体的にどういうものを、どのように進めていったらいいかということの検討をしております。その際に、検討を行いました委員の中から、この連携の推進の際には、いわゆる事業者団体・消費者団体と言われているものだけに限らず、もう少し広く連携の対象を捉えていくべきだという意見がかなり出されております。それを踏まえまして、この報告では、規模の大小、目的等を問わず、教育団体、福祉団体、専門家団体な

どの幅広い民間の団体も含めて対象にしております。そればかりではなく、個別の企業、事業者も含めて連携のあり方について検討してまいったということでもあります。

表紙をめくっていただいた目次のページにお移りいただけますでしょうか。まず、全体の構成についてご説明をいたします。本報告につきましては、第1、第2、第3と3つの部分に分かれた内容になっております。

まず第1でございますけれども、これはいわゆる総論部分と言われているところであります。一言で申し上げますと、今、なぜ連携施策が必要なのか、その内容はどうかという点についての基本的な視点を述べております。

3つの項目に分かれておまして、連携という施策を必要とする現在の社会経済状況についての認識を述べたものが1。2番目がこれまでの東京都の施策連携の現状とそこから考えられる課題を述べております。3番目に、以下第2で述べております具体的な施策を考える上で、基本的な視点を3つに整理をしております。その3つについては、第2のところでもまたご説明することになります。

第2のところは、いわゆる各論に当たる部分であります。具体的に都が取り組む施策について、先ほど第1で整理した3の3つの柱、したがって、具体的な内容についての提言、意見をとりまとめております。

具体的には、消費者への教育・啓発、情報提供の推進、それから不適正事業者に対する監視や規制・指導を強化する取組み、それから事業者の消費者志向を高めるための取組みという形で整理をしております。第3は、その全体を通じて具体的な施策を実行する上で重要と思われる点について、少し整理の観点が変わった視点から今後の推進に向けての考え方を述べておると、こういう構成になっております。

それでは、具体的な中身に入っていきたいと思っておりますので、2ページを開いていただけますでしょうか。

まず2ページ、第1、総論の1でありますけれども、先ほど申し上げましたように、基本的な現状認識を述べている部分であります。市場メカニズム重視社会の移行が進行しているという点、それから国の方で消費者政策の基本的な施策の見直しや転換がなされたということが指摘されております。

具体的には、市場メカニズム重視社会の移行に伴って、消費者が自立して、商品・サービスを自らの判断で選択していくという現実が生じている反面、企業不祥事ですとか、悪質商

法による被害も多発しているという認識を述べております。国の施策につきましては、ご承知のとおり、国生審において消費者保護基本法の見直しがなされて、消費者基本法が制定されたわけでありますけれども、その基本理念には、消費者に対して「保護」から「自立への支援」という施策の方向の転換がなされております。また併せて、これも大切なことでありますけれども、消費者の権利を尊重していくと、消費者が権利行使をしていくことによって自ら適切な対応をとれるようにしていくと、こういう政策転換がなされたという認識を述べております。

それを踏まえまして、東京都はどのようなことを取り組んできたかということが(2)で述べられております。具体的には、平成14年の条例改正によって、今回の消費者基本法で取り組まれたテーマにつきましては、ある程度網羅をされているということでありますけれども、今回の消費者基本法の改正、制定によって非常にクローズアップされてきております事業者の責務、団体の役割、消費者団体の役割等については、やはりまだ対応として不十分な面があるということでありまして、今回の報告では、都の消費者行政を、事業者団体・消費者団体をはじめとする様々な、先ほど申し上げました広い民間団体との連携という視点から捉え直してみても、新たな施策を検討するということが必要であるということが述べられております。

(3)でありますけれども、その場合の基本的な視点がどこにあるかということを検討しております。市場メカニズム重視社会においては、確かに市場に委ねることが基本的なポリシーであるわけでありますけれども、それでは、市場に委ねてそのままがいいのかと、いわゆるレッセフェールのような対応でいいのかということが述べられております。そうではなくて、「公正な市場」が必要であろうと。その場合には、「公正な市場」が確保されるためには、消費者が適正な情報を与えられて、その判断ができるような環境を整備する必要があります。そのために連携施策が必要ではないかということです。それから他方、「公正な市場」を確保するためには、その市場の秩序を乱すものに対しては、やはり適切な監視などが必要になってくるだろうということがあります。

ここから2つの方向が出てきます。1つは、やはり消費者に対して自立ができるような支援を行う。その支援の内容は、情報や判断が適切に行われるような支援が必要であると。やはり悪いものはきちんと排除できるような、そういう施策が必要になってくるということになります。

このような目的を実行するために、行政だけでそれを行うというのはなかなか難しい現実にあるということが(4)のところに指摘をされております。特に東京は規模も大きく、市場も大きく、利用者もたくさんいる。人口も多い。いわゆる日本の中心地でありますので、市場の健全性確保のためには、幾ら東京都であっても単独で行うことは難しい。したがって、それを実効性あるものにしていくために、各事業者団体・消費者団体・その他の民間団体との連携を通じて、これを実現していこうということが(4)で述べられているわけであります。

そういたしますと、東京都が今申し上げましたような連携施策をこれまでどのようなことを行ってきたかということをもまず検証してみる必要があるということで、「2 施策連携の現状と課題」と書いてあるところで、そこは述べられております。

具体的には、29ページをお開きいただけますでしょうか。29ページに、東京都が行ってきた消費者行政にかかわる連携事業の概要の一覧が述べられております。幾つかご紹介しますと、東京都消費者月間事業として、この「目的・概要」に書かれておりますような事業を展開してきておりますし、例えば最近の例では、次のページをめくっていただいて、横の架空請求対策ということで、大変被害の多い架空請求、不当請求について関係する団体等と連携をしながら、被害予防の啓蒙、啓発などを行っているということが指摘されております。

このような取組みの中から課題として述べられておりますのは、連携する団体の幅をさらに広げる必要があること。専門的な知識や情報など一層活用する必要があるのではないかと。それから消費者被害に対する情報や認識が十分とは言えない、いわゆるアウトサイダーその他、消費者団体や消費者の面では伝わらない層に対してどのように対応していくかということが今後の課題として挙げられております。

今のようなことを踏まえて連携施策を検討するに当たっての基本的な視点でありますけれども、先ほど最初に申し上げましたけれども、消費者に適切な情報が提供されることが不可欠の前提条件でありますし、悪質事業者に対しては、市場からの撤退ができるような仕組みが必要であろうということになります。そのために、この連携施策を図っていく必要があるということであります。

ただ、連携に当たっての留意点としましては、6ページをお開きいただきたいと思っておりますけれども、(3)の部分で事業者団体につきましては、自らの団体に所属する主体に対しての

ルールの遵守や苦情への対応がまた求められておりますし、消費者団体についても、消費者の意向を行政や事業活動に対して積極的に意見を述べていく。それだけではなくて、消費者に対する啓発活動に取り組んでいただくということが必要であります。一方、東京都の方も、行政内部の連携ももちろん必要でありますし、さらに強化する必要もございますし、その事業者団体・消費者団体との連携・強化を積極的に行うための媒介役としても積極的な役割が求められているということが指摘されております。

次に3としまして、先ほど最初にまとめて申し上げました3つの基本的な視点を掲げております。

まず第1は、先ほどから申し上げておりますけれども、消費者への教育・啓発や情報提供を推進する必要があるということです。これはこれまでも行ってきたわけでありましてけれども、さらに、従前では取り組んでいない場所や媒体、手法を用いて細かく効果的にこれを行っていかねばいけない。その際に社会教育団体など、いわゆる消費者団体、事業者団体と言われているもの以外の民間団体も視野に入れた連携・協働を検討する必要があるのではないかと。それにとどまらず、事業者団体の対象としても、公共交通機関ですとか、電気、ガス等の広域的な事業を行う事業者、もしくは事業者団体との連携も必要ではないかと、こういう視点を1つ考えております。

2番目の基本的な視点は、不適正な事業者を排除する仕組みということで、今、国の方で検討しております消費者団体訴訟制度を担う消費者団体との連携などもこれから検討していく必要があるだろうと。それから、社会的な監視のネットワークを広げていく必要があるだろうということが指摘をされております。その場合に、やはり連携をする団体については、相手方との間で具体的な内容や趣旨、目的、範囲その他についても明白な約束を取り交わして、それに従って行うことが公正・適正な連携になっていくのではないかとという視点が述べられております。

最後に、3つ目といたしましては、事業者団体の社会的責任に基づく経営ということが最近強調されておりますので、特に中小事業者に対して、このような視点による経営を行っていただけるための環境整備に向けた連携の施策が必要になってくるのではないかとということが指摘されております。

次に、9ページ、第2に移らせていただきます。第2は、今のような基本的な3つの方向性と言いますか、視点を踏まえて、具体的な施策を検討してまいっております。

まず、第2の1でございますが、これは「消費者への教育・啓発や情報提供の推進」ということで、先ほど視点のところで述べましたけれども、さらにきめ細かく具体的な情報を消費者に届けていくということのための具体的な施策を述べております。特にこれまで消費者啓発といいますと、ある会場を用意して、広報して人に来てもらって、消費者に来てもらって、そこで一方的に講義をするという形のものが非常に多かったわけでありまして、パンフレットやポスターをつくってそれをまくということの啓発が多かったわけでありましてけれども、もう少しこれを積極的に取り組もうと。いわば、こちらから情報をお届けし、そこに参加をしてもらうと。この報告書で初めて使った言葉ですので、「いわば」と書いてありますけれども、「出前型消費者教育・啓発事業」というようなネーミングをさせていただきました。このネーミングがいいかどうかともご議論いただきたいと思います。

具体的には、まず、事業者団体・消費者団体との連携によって教育・啓発を強化するということでありますので、今、ご説明いたしました出前型消費者教育・啓発事業を強化するというので、具体的な施策は9ページの「 」のところであります。既に事業者団体や消費者団体などでは、このような講座を自ら実施しているところが数多くあります。この充実を図るためにどうしたらいいかということが10ページのところに述べられております。

具体的にこういう活動を行っている団体が、以下、どこに、どのような団体があって、どのようなことをしているかということが、必ずしも啓発等を必要としている対象との間でうまくマッチングがとられていないのではないかとということもありますので、その場を調整する役割をやはり都が果たすべきではないかと。

具体的には、送り手側と受入れ側の相互のニーズを媒介し、調整する場をまず設ける必要がある。それから東京都がこれらの活動している団体と連携して、やはり効果的に学習できる機会を提供するためには、相互の情報提供、連絡調整を行って、もう少し活動の場が広く浸透するような方向を考えたかどうかということになります。

具体的には、活動状況を紹介するというので、各団体の活動状況を、それを必要としている受入れ側にデータとしてまとめて、PR用の情報を作成して、それを活用してもらうということが1つ。それから具体的な啓発・教育事業の中の教材等を東京都の方で作成をし、また作成した資料を活用してもらうために、情報提供なども行っていくということが具体的な方策の2番目です。

3番目は、これを受け入れる側に対して、もう少し積極的にこういうものを行っています

ので活用していただきたいと。少し強く言うと勧誘に近いということになるかもしれませんが、特に関この場合に、教育や福祉の現場を担当している行政部署との連絡も必要でありますし、また、専門家の活用ということも必要になってくるだろうということが指摘されております。

11 ページに移らせていただきます。11 ページの「 」のマークですが、先ほどの9 ページのところは、これは事業者団体・消費者団体が自ら行っている事業でありますけれども、都が実際に行っている消費者教育・啓発事業についても、さらに一層強化する必要があるということになります。この場合、やはり専門家の力をかりよう、専門的な知識や経験を持っている事業者団体や消費者団体の力をかりようということでもありますので、例えば、情報通信が非常に技術的に難しい問題もありますので、その専門家に今のような講座の担当をお願いするというようなことも含めて考えたらどうかということなのです。

また、中小企業関連の事業者団体と共催をして、特に従業員に向けた教育・啓発なども図っていく必要があるのではないかとということが述べられております。

次の「 」でありますけれども、東京都の消費者被害情報は、メコニスというデータベースがございますけれども、その中にたくさん蓄えられておまして、この被害情報を有効に活用することが被害の予防と救済に非常に役に立つということもありますので、これをもう少し都民に対して広く提供する仕組みをつくっていくべきでないかということでもあります。

具体的には、事業者団体や消費者団体を經由して、それに参加をしている、関与している事業者もしくは従業員、消費者個人々々に対して広く伝えていただく方策を考えようということでもあります。中身としましては、様々な広報の媒体や通信手段、ネットワークを使ってこれを広く伝えるということでもありますけれども、1つの具体策としましては、東京都の方でメールマガジンの配信などを考えて、それを受信する人を増やしていったら、その中に今のような被害情報を盛り込んでいったら活用していただくことを考えたらどうかということが述べられております。

12 ページの「 事業者団体等との連携による普及啓発の推進」でありますけれども、ここにつきましては、先ほどからご説明しておりますけれども、パンフレットや資料、ポスターなどはつくって、現在でも広く配布をする努力をしていただいておりますけれども、もう少し一般の消費者が目につれやすい場所にこれを置くなり、掲示するなりすることが考えられないかという観点から検討をいたしました。

具体的には、まず協働した啓発キャンペーンを行うと。これは事業者団体・消費者団体も含めて、皆さん協働して取り組んでいくことによって注目度が増す。その結果、一般消費者に対して情報が伝わりやすくなるということを考えて、こういう協働キャンペーンなどを実施すべきではないかということです。

2番目が先ほどの前提として申しあげましたけれども、小売店舗ですとか、銀行や病院、鉄道の駅、それからインターネットの普及に伴ってポータルサイトなどと呼ばれていますけれども、プロバイダーの事業者のホームページ上の表示などを活用して、消費者に対する啓発や教育、もしくは情報提供の場として使っていったらどうかということが述べられております。

13ページ、(2)でありますけれども、一番初めに申しあげましたけれども、連携の対象として、やはり教育にかかわる団体や事業者主体を視野に入れた連携の施策が必要ではないかということがあります。特に若者に関する被害が増えているという現状があります。他方、学校において消費者教育のためにとらえている時間がそれほど多くない。それから教員や教材についても必ずしも十分ではないということもあります。もちろん東京都は、公教育についての責任も負っておるわけでありまして、公教育についての今のような消費者教育については既に取組みを行っているわけでありまして、さらにそれを一層充実させる必要があるという指摘を述べております。それだけではなくて、私立学校の関係団体及び学校そのものとの連携も必要ではないかという視点をまず13ページのところで述べております。

そのための具体的な施策として、この「 」のところでありますけれども、まず私立学校の団体との連携について、教員向けの研修を充実させる。それから保護者も含めて、学校関係者が学校に集まって、先ほど申しあげたような出前型啓発・教育事業を推進して、そこで消費者に対する啓蒙・啓発・教育ができるような仕組みを考えたらどうかということでありまして。それから、消費者教育のモデル校などを設置して、少しインセンティブを与えてそれを推進していくことも考えたらどうかということでありまして。

14ページの「 」でありますけれども、そのような学校教育における消費者教育を支援するには、やはり東京都の方で学校教育における必要な情報や教材ですね、それから教育のノウハウも含めた実践例なども積極的に紹介をしていかなないとなかなか取り組んでいただけないという現状もありますので、今申しあげたような教育の実践例について、それから教育関連の情報をまとめて教材を作成したり、実施できる団体の紹介なども含めて積極的な情報提

供を東京都が取り組むべきではないかということです。

次の「 」でありますけれども、もう少し大学との連携を進めることによって、消費者教育・啓発を考えたかどうかということでもあります。これは2つの側面があるわけでもありますけれども、2つ目の側面は後半のところでもたご紹介をいたしますが、まずは、大学の学生向けの教育・啓発として、大学における公開講座の開催を促進する。それから調査研究や商品テストなども大学と連携して行うということも考えたかどうかということが述べられております。

最後に3番目ではありますが、これは介護事業者等の連携による高齢者の被害防止の仕組みづくりということでもあります。昨今の報道でも述べられております。埼玉県で認知症のご老人に数千万円のリフォーム工事を、不必要なものを行わせるというようなケースがあったりします。特に高齢者の被害が今の例にありますように大変増えてきておりますし、高齢者が自ら自衛をするというのはなかなか難しいというような現実があります。したがって、この場合には、やはり高齢者のそばにいる主体、事業者や事業者団体、それからそれにかかわる福祉関係者の協力がどうしても必要になってくるだろうということになります。

15 ページがその具体的な方策として検討した中身でありますけれども、福祉関係団体、もしくは介護事業者などとの連携がやはり有効ではないかということです。具体的には、ケアマネージャー、ホームヘルパーです。それから高齢者相談担当者などの専門家が日常的に高齢者と接しているわけありますから、そういう方々と連携の上で、こういう被害の兆候などをつかんだ場合には、消費生活センターなどにすぐに照会や相談に行っていたりするような体制を組んでいく必要があるということでもあります。そのためには、このような福祉関係者、すなわち高齢者の近くにおられる方に対する知識や経験の底上げが必要だということになりますので、福祉の専門家などに向けた資料作成、それから研修や情報交換、「都の出前型講座啓発事業」などによる情報提供の推進をすることは有効だということが述べられております。また、町内会、自治会、老人会、民生委員等についても同様の働きかけが必要ではないかということになります。

続きまして第2番目の柱、16 ページをお開けいただけますでしょうか。これは不適正な事業者が市場から退いてもらうための施策として連携が考えられないかということでもあります。基本的な考え方は、消費者団体訴訟制度が来年度の国会に上程される予定ということで、その辺りを少し先取りして考えていったらどうかということになります。

まず、適格消費者団体との連携ということであります。これまでは悪質業者を規制するというのは行政の役割であったわけですが、こういう訴訟制度ができますと、消費者団体が事実上、悪質業者に対する規制の主体になり得るという状況が出現するわけであります。ただし、消費者団体が自らこれをすべてやっていくには大変なところがある。情報一つをとっても、事業者の持っているものをあらかじめ入手して、差止めの裁判を起こしていくというのはなかなか難しいわけでありますので、その適格を持っている団体に対して、東京都が有している情報の提供などを通じて団体訴訟が有効に活用できるような仕組みを考えていったらどうかということになります。この場合、具体的な内容としては、今申し上げましたように消費者生活センターが有する相談情報を積極的に提供していくということがまず第一に挙げられるわけであります。

次に、民間の自主規制機関というのがたくさんございます。特に 17 ページのところに指摘をしましたが、表紙の適正化については、J A R O その他広告についての自主的な規制を行う団体が幾つかあるわけでありますし、東京都は景表法の執行を担うという立場もございまして、こういう表示に関する自主的な規制機関との間の連携を強化することによって表示の内容の適正を図る、そういう施策を展開すべきではないかということになります。

具体的には 18 ページのところに書かれております。まず、広告適正化のために協議会を設置した上で、その適正な広告のあり方とはどういうものであるか。また、自主的な規制の内容についての協議の場に消費者の利益のための意見が反映されるような、こういう場を設置して、それを運用していくということが提案されております。それから広告媒体事業者との情報交換を通じて、やはり今のような適正な広告表示が図れるような方策を考えていくということが述べられております。

18 ページの (3) でありますけれども、先ほど大学との連携については、学生に対する教育・啓発という側面ともう一つあると申し上げました。この 2 番目の側面でありますけれども、これは不当表示・広告についての収集調査について、もう少し若い学生さんの力を利用したらどうかということであります。東京都は、平成 14 年度から消費者生活調査員制度というのを運営しております。主に計量や表示に関する調査をモニターを募集して行っています。最近、特に若者が被害に遭いやすい商品やサービスについての被害が増加しているわけでありますので、やはりこれは若者の視点を、いわゆる、その力を活用するという側面で、大学との連携も必要ではないか。

19 ページに具体策として挙げられておりますのは、消費者行政への関心が高く、一定程度の知識を有する学生を募集するというのを考えたらどうか。それから、消費者関連の講座やゼミのある大学には、やはり意識の高い学生さんもたくさんいるのではないかということです。この学生さんに参加していただけるような新たな仕組みを考えてみたらどうかということを提言しております。

最後に(4)でありますけれども、不適正取引行為を行っている事業者の情報を広く集めるために、もちろん東京都においても消費者生活相談を実施しておりますので、その中から不適正な行為を行う事業者の情報というのは収集をしているわけでありまして、もう少し幅広く消費者相談を担当している消費者団体などもたくさんありますので、そういう消費者団体に寄せられた情報も東京都の方に提供していただいて、早く正確に被害情報を収集して、それを広く都民に提供できるような方策を考えたらどうかということでもあります。

具体的には20ページの「 」に掲げてあるところでございますけれども、今申し上げましたような相談業務などを行っている消費者団体と連携をすることによって、相談情報を提供していただき、それを活用していくということを考えたらどうかということが述べられております。

21 ページにお移りいただきたいと思っております。「3 事業者の消費者思考を高めるための取組み」ということではございますが、これが3つの柱の3番目でございます。昨今コンプライアンス経営でありますとか、CSRということを積極的に取組むという企業が増加している現実があるわけではございますが、これを実際実効性をもって行っていただくのも難しいところがありますし、特に中小事業者については、人的な問題、物的な問題その他もあって難しいという側面があります。この点につきましては、東京都の方でアンケート調査を実施しております。

31 ページをお開きいただきたいと思っております。31 ページにアンケート調査の調査概要、32 ページ以下に調査の結果のまとめが書かれております。時間もありませんので、細かい調査の内容につきましては、後ほどお目通しいただければ幸いですけれども、具体的には、特に中小企業の場合に、いわゆる自主行動基準策定済み企業というのは約15%、そのうち、社外の公開を行っている企業が18%ということでありまして、いわゆる大企業から比べると、消費者志向を高めるためのコンプライアンス経営というような経営手法と言いますが、経営理念と言いますが、そこはまだ浸透していないという現実があることが理解できるわけであり

ます。それを踏まえまして、東京都はどのようなことができるかということが22ページ以下に書かれております。

まず1番目といたしましては、今申し上げましたような消費者志向経営を支援するための情報提供や啓発事業を東京都が積極的に取り組むべきではないかと。具体的な施策といたしましては、中小企業関連団体と連携をいたしまして、この消費者志向経営を支援するために必要な情報や資料を作成したり、研修会を行ったりすることにより、認識を広めていくという努力が必要ではないかと。その際に、先駆的に取り組んでおられる中小事業者の具体例を広く集め、こういうものが実際に行われていて、うまくいっているというようなことを紹介することを通じて、なるべく広く多数の中小事業者に消費者志向経営の理念、それからその実行を働きかけていくということを考えていいのではないかとということが述べられております。

それから23ページの「 」でございますけれども、今のような活動を通して、消費者志向の経営を進める企業が増えてきていただけることを考えて、それを目的として事業を推進するわけでありまして、その中でうまくいっている例、非常に優秀な例ということを取り上げて表彰制度をつくることによって、インセンティブにしていったらどうかということも指摘されております。

それから将来の課題になるかもしれませんが、行政との契約や調達において、それから公的な融資の際に一定の優遇制度を設けるという議論もこれからしていく必要もあるのではないかとということです。なかなか難しい問題がありますので、具体的な施策としてご提示できるまでに煮詰まっておりますけれども、少なくともこれは検討を進めていくことをお考えいただく必要もあるのではないかとということが指摘されております。

それから第2番目でありまして、実際に自主行動基準などを作成して、消費者志向の活動を行っているという企業につきましては、なかなかそれが一般の消費者に対して情報として伝わらないという現実もあるわけでありまして、この点については、東京都が都のホームページなどを活用して、事業者が自主的に取り組んでいる内容を消費者に対して情報提供を行える場を提供したらどうかと。具体的には、自主行動基準の内容をホームページに掲載して、消費者が、どういう企業がどういう自主行動基準をつくって実際に活動しているのか、営業を行っているのか、事業を展開しているのかということがわかるような仕組みをつくったらどうかということでもあります。それが24ページの「 」の内容として書かれて

いることでありまして、具体的な都の消費者部門のホームページから自主行動基準にリンクを張るとか、一覧をもって比較ができるような、そういう情報提供の仕方を検討したらどうかということになります。

最後に第3であります。第3は、今、検討してまいりましたような施策の連携を推進する際に、ちょっと視点を変えたと言いますか、推進のための方策として検討した内容が書かれております。

具体的には、これまでは東京都が間に入って事業者団体と消費者団体の連携を図るためには都がどんな施策をとるべきかということを検討してきたわけでありましてけれども、歴史的な経過を踏まえると、事業者団体・消費者団体というのは、必ずしも協働してこれまで事業や活動を行ってきたわけではなく、ある場面では厳しく対立をするということもあったわけでありまして。しかし、相互の理解や情報の流通、意見を交換をすることによって、積極的な消費者の被害予防や救済に向けて活動していただくことも必要であります。その場合に、東京都が中間に入って消費者団体や事業者団体との間の意見交換や情報交換の場を提供するという努力も必要なのではないかと。具体的には、定期的な懇談会の機会を増やすとか、両者の信頼関係の醸成のために積極的な役割を果たす必要があるのではないかとということが1番目の点です。

2番目は、「東京都が」ということでこれまで施策連携の問題を検討してまいりましたけれども、やはり最も身近な窓口、主体は市区町村でございますので、やはり同様に市区町村に対しても、今、検討してまいりましたような施策の連携について、積極的に推進していただくように、都と市区町村との間の情報交換を積極的に図っていく必要もあるのではないかと。特に福祉の現場は、都というよりは、市区町村が具体的に担っておりますので、先ほどの高齢者向けの連携施策などについては、市区町村の役割は非常に高いということも言えますので、東京都と区市町村との相互の連携、情報交換なども必要ではないかということが指摘されております。

以上が本日、皆様方にご審議いただく中間報告の内容でございます。ちょっと時間がありませんでしたので、不十分なところがあるかと思いますが、ご審議をよろしくお願ひしたいと思います。

松本会長 ありがとうございます。大変要領よくご報告いただきまして、皆さんもよく理解できたのだらうと思います。そこで、ただいまの中間報告につきまして、ご質問、ある

いは今後の審議に当たっての留意点など、どうぞ積極的にご意見をお出してください。

鈴木（深）委員 全体的には賛成なのですが、10ページの活動状況の紹介の項で、東京都が事業者や事業者団体の作る資料を紹介するとしています。これは一種のお墨付きを与えることになると思います。そのときに、どういうレベルの情報について紹介するのかという基準を事前に明確にしておいた方がいいと思うのです。

私が都立高校の家庭科の授業に教育実習の見回りに行ったときに、「紅茶のおいしい入れ方」というビデオを学生に見せていました。それはある紅茶の輸入業者がつくったビデオなのですが、宣伝は一つもしていないのです。ですけれども、常に画面にそのブランドの紅茶が置いてあるのです。そこまでは事業者としては当然だからいいというのか、それもいけないというのか、その辺の基準をはっきりさせておかないと、それを見た消費者のなかには、東京都の紹介で宣伝にきたと受け取る人もいるし、それぐらいのことは当たり前だと思う人もいると思われるからです。私が行ったのは高等学校でしたので、高校生がそのブランドしか紅茶がないと思うはずはないので、私はその場では問題ないと思ったのですが、それが小学生だったらどうかといったような問題も出てくると思います。東京都としては、事前に紹介する基準を明らかにしておく方が資料を提供する事業者にとっても便利だと思います。

松本会長 今のはご意見ということですから、部会長にお答えいただくということではなくて、こういう観点について今後、議論、最終報告に向けて、考慮事項として加えていただきたいということだろうと思います。

ほかに、今の点に関連してでも結構ですし、ほかの点でも。原委員どうぞ。

原委員 部会にも参加していて、随分意見は言っているので大変恐縮なのですが、ちょっと細かな点で3つと、それから大きな点で1つなのですが、文章を少し追加的にと思いますのが、10ページの頭の部分ですけれども、生命保険文化センターとか、損害保険協会というのが4行目から5行目あたりに書いてあるのですが、金融分野で言えば、金融広報中央委員会が莫大な情報量を持っていて、生命保険文化センターとか損保に限らず、証券も銀行もほとんどすべての情報の整理を終えたところなので、金融広報中央委員会の情報活用というのは付け加えていただきたいと思います。

それから、12ページの9行目に「 」が入っていますけれども、ここにスーパーマーケットが入っています。漫画喫茶みたいなことで若者というものに入ってくると、コンビニエンスストアがかなり大きいので、どこかで、後半の部分のこれからのところがいいのかもしれない

ませんけれども、どこかに「コンビニエンスストア」という言葉がちょっと必要ではないかと思いました。

それから14ページですが、一番上の「 」が学校における消費者教育を支援するということになっているのですが、学校における消費者教育と考えると、財団法人消費者教育支援センターの存在というのがありますので、消費者教育支援センターというのがやはりどこかでは出てこない、せっかく15年ぐらいの歴史がおありになりますので、ここがいいのではないかなと思いますけれども、そちらとの連携ということも書いていただきたいと思えます。

それから大きな話なのですが、どちらに書くべきかというのはよくわからないのですが、「はじめに」のあたりで規制改革が進んできてということで、2ページから3ページ、4ページあたりにかけて、ずっと3ページに市場メカニズム重視社会における消費者政策となってきた、(4)で「行政主導から施策連携の強化へ」と書いてありますよね。一番最後のところに来て、25ページが、これが連携の促進となっているので、「はじめに」でこれを受けているという感じになるのですが、間に団体訴権を担う団体への情報提供という話が入ってきて、私としては、これまでの行政主導から、これからはこういった連携の部分と、それから、やはり緊張関係を持った団体訴権を持つ消費者団体の活動という、両方の手法が用意されたという感じがしていますので、この「はじめに」の段階の(4)のところの頭に入れるのか、それとも、25ページの第3の連携の最初の3行あたりのところをもう少し膨らませて、今後の消費者政策という点での消費者団体・事業者団体の連携強化ということによる施策の展開の部分と、それから団体訴権ということについても、何かどこかで触れておかないと、間に具体的な項目としては入っているので、ちょっとそれが必要ではないかという感じがいたします。

以上です。

松本会長 どうぞ。

齋藤部会長 もう少し具体的におっしゃっていただけるとありがたいのですが、団体訴権を入れるというのはどういうふうに入れるのか、その位置づけをもうちょっと具体的におっしゃっていただくと議論がしやすいのではないかと思います。

原委員 多分、3ページの最後の行、3ページから4ページにわたっている部分なのですが、(3)の最後のところに入ってくるか、それが(4)の頭の3行目が終わったところあたり

に入ってくるのではないかなと思うのですが、行政規制中心主義の非効率性とか、不合理な側面が指摘をされていると。やはり今後は、事業者団体・消費者団体の自主的な活動・連携よっての消費者政策の展開や、それが、またさらには消費者団体へ団体訴権を付与することで市場で消費者政策を実現化していくというようなことが考えられるという、特に今回は連携の部分に焦点を当てて、東京都の答申はまとめましたという感じになるのではないかと思います。

齋藤部会長 要するにご趣旨としては、3ページか、4ページの最後か、4ページの冒頭のところで、(4)のところかどちらかに、こういう悪質な事業者に対して市場監視型のルールを守ってもらうための役割が、団体訴権が入ることによって、消費者団体もそれに役割を果たせるような状況になりますよということをまずどこかに入れておくと。そうすると、なった場合については、こういう連携施策は考えるということにつながりやすいと、こういう趣旨でよろしいでしょうか。

原委員 そうです。

齋藤部会長 わかりました。

松本会長 はい、どうぞ。

高橋委員 私も実は部会にも参加させていただいて、今ごろこんなことを言うのは恐縮なのですが、先ほどの鈴木先生のご指摘に関連してちょっと申し上げたいことが、一点気づきました。それは何かというと、行政の分野でも、協働の施策連携という話が議論されているときからずっと申し上げてきたのですが、そのときにやはり注意しなければいけないのは、一方当事者に深くかかわったり、連携の相手に選ばれなかった、いろいろなほかの利害関係者の信頼というのをかち取るという点では、行政の中立性をきちんと保持してかかわっていくという視点が重要であるということです。かつ、連携の過程や、その基準というのをあらかじめオープンにして、透明性を高めるといった留意点というのは施策の強化の場合には必要なのではないかとということです。その視点は最初のころ申し上げていたのですが、ここから抜けていたことに気がつきました。そこで、6ページぐらいの最後のところに、少しその辺の視点を入れることができるのではないかと思います。「都は」というところにいると書いておられますので、そこら辺について施策を強化する際にも、行政の中立性に対する信頼を損なわないようにとか、それから連携の過程を国民に広く、利害関係者や都民にオープンにして知らしめていく努力をするといったような基本的な視点が必要ではないか

というようなことを付け加えていただければ、鈴木先生がおっしゃったところに具体的に結びついていくのではないかと思います。

以上です。

松本会長 ほかに何かご意見、ご質問ございませんでしょうか。

古屋委員 コンプライアンスとか、このあたりは連携という施策とどういふかわりがあるのか。つまり、それぞれの企業が意識を高めるという意味ではわかるのですが、事業者団体・消費者団体との連携という新しい施策の中にコンプライアンス経営というのが入ってくるというのはどういう意味があるのかちょっと伺いたい。

齋藤部会長 ご説明申し上げます。先ほど少し調査の結果などもご紹介をしましたが、やはり中小事業者の場合、なかなか自分で全部コンプライアンスに必要な、例えば自主行動基準をつくったり、社内の体制をこういうふう構築をしたりということはなかなか難しい側面があるわけです。その場合に、やはり中小事業者の団体、もしくは中小事業者に限らず、事業者の団体として具体的にこういう例があるじゃないかと。それから、コンプライアンス経営をやる場合には、こういう点を注意して、こういうやり方があるじゃないかということ、そもそも情報をあまり持っていらっしやらない。それからノウハウもあまり持っていらっしやらないということがあるわけですね。そうしますと、その間を取り持って事業者団体の皆さんに東京都の方からお願いをするなり、そういう場を提供してもらうような働きかけをするなり、それから、都の方で先ほど申し上げたような例や教材や具体例を提供して、その事業者団体の内部で中小事業者に対してもう少し積極的に今のような取組みができるような環境をつくっていただくことが必要になってくると。そういう意味で、都の役割が事業者団体との間で連携をしながら、今のような活動をしていく必要があるのではないかと、こういう指摘をしているということなのですが……。

古屋委員 それは中小企業と消費者団体との関係ということではなく、中小企業に対して都は何ができるかという。

齋藤部会長 そうですね。最終的には中小企業者に自らやってもらうわけですがけれども、直接中小企業者に、あれしろ、これしろというのではなくて、やはり事業者団体を通じ、もしくはA、Bという中小事業者者ではなくて、もう少し広い意味で情報を使っていただく。ノウハウを学んでいただく。そういう場を提供するために事業者団体との連携や個別の事業者との連携もあるのではないかと。そういう趣旨で述べているとご理解いただければと思い

ます。

古屋委員 こういう見出しがついていて、ずっと読み上げて網羅的に全部ここへ入っているからそうかなと思いつつ、今ご説明を端的に伺ったのですが、要するに時代が変わってきて、保護から自立というものを中心にされましたよと。そのときにトラブルを避けるためには、まず個々人がどういうふうなことをしたらいいのか、あるいは意図的に悪質な人をどうやって排除するか、あるいは過失によるトラブルというものをどうやって排除するか、これは多分3つだろうというふうに思うんですね。そういうトラブルのあり様を排除するという方向から見出しをつけていただいた方が非常にわかりやすいなと。コンプライアンスというのが先に出てくると、「何だろうな、これ？」というふうに突然思うんですね。悪質ではないし、意図的にするのではないけれど、今、過失のトラブルということが非常に多い。それなので、コンプライアンス意識というものを中小企業を含めて高めていきましょうと。そのときには、都がやるべきことはこういうことですよというふうに、多分、引っ張り方がもうちょっとわかりやすい方がいいかなという感じがいたしました。

それと、今、ずっと字で追っていきましたが、半分ぐらいしかわからないのですが、図式化していただくとどういうふうになるのかなと思いました。チャート式にそれぞれのブロックを図でかいてみて、消費者団体はここにいます、中小企業なりの団体はここにいます。間に入る都はこれをやるんですと。今までこれをやっていたのだけど、これはやめます。その代わりこれをやりますというのを明確にいただいた方がわかりやすいなという印象です。

松本会長 チャートについては、部会の審議の中では議論されていたというふうに。

齋藤部会長 あれはちょっと趣旨が違うチャートですよ。今のご指摘ですと、もうちょっと施策ごとの関係性をということですからけれども、チャートはこの意見書の総論、各論の対応関係のチャートみたいなものが出ていますけれども、多分それはまだだと思えます。

消費生活部長 できるだけ図式化と言いましょか、理解しやすいものにするという、最後はそういうふうに仕上げるように努力したいと思っております。特に、個々の施策の組立て方が見てわかるようなものを、今、鋭意検討しておりますので、最終報告に載せられるよう努力したいと思っております。わかりやすいものを目指します。

齋藤部会長 今の古屋委員のご指摘ですけれども、例えば、項目として、こういう表題がよるしいのではないかとか、何か具体案をお持ちでしたからご紹介をいただけるとまた議論ができるのですけれども。

古屋委員 トラブルを防ぐために、1．消費者への啓発、2．意思的なトラブルを避ける、3．過失のトラブルを避けるというような3つぐらいの表題でいけたらいいなというふうに思います。

齋藤部会長 大変貴重なご意見だと思いますが、諮問が連携による施策について検討せよということなのものですから、どうしてもそれに対する答えになりますので、連携の施策はこういうものだという形で項目を立てて答申案ができているという、諮問と答申との関係もあるものですから。

古屋委員 ということは、連携による施策の中にコンプライアンスというのは入ってきた方がいいのか、入ってこない方がいいのかということもあるんですね。都と中小企業との関係でしかあり得なくて、事業所と消費者団体との関係とかということとはちょっと遠いですよ。ちょっと違いますよね。

齋藤部会長 その辺は議論がいろいろあって、例えばコンプライアンスの内容、例えば自主行動基準を決めていく際に、消費者もしくは消費者団体の意見をどのように反映していくかということも、特に大企業なんかですと議論されているわけですがけれども、同様に中小企業の場合にも同じようなアプローチも考えられると。その際に、いきなりAという企業の自主行動基準をつくるときに、誰か意見を言えということで、これはちょっと変な話ですので、やはり、そうするとワンクッションにおいて、団体間のそういう連携や調整を図った情報の伝達を促進する役割を東京都にさせていただいて、そういう活動も、当然、視野に入りますので、そうなりますと、必ずしもコンプライアンスの問題だから、個別の消費者や消費者団体とは関係がないということにはならないというふうに考えておりました、その辺について、部会の中でも、あまりたくさん議論はされていませんでしたけれども、そのような視点がちょっと出されたりしていたと記憶はしております。

高専門員 どうでしょうか、その点は。

高専門員 私は連携ということは、かかわってくるのかなと理解しております、今、部会長が説明したような、例えば自主行動基準、自分たちが守るべき基準をどうやって作るのかというときに、消費者団体等から意見をもらうということも、これはまず1つあると思うんですね。

それからあとは、まだまだ進んではいませんけれども、取り組んで作成した自主行動基準を改善して、そういった評価を消費者団体等に受けるとか、そういうそれぞれの相互作用が

あるのではないかと。

あとは、先ほどの自主行動基準を決めるときの話だけではなくて、具体的に会社の中でどういった問が起こりやすいのか、そういう会社の中にある問題を発見するときにも、消費者団体の方の意見も参考になる。そういう意味でコンプライアンスの取組みを促進していこうと思えば思うほど、やはり外側の意見が入ってくるような仕組みがある方が取組みが進むのではないかと思います。

古屋委員 今おっしゃったようなことで非常によくわかるのですが、つまり、そういう自主行動基準をつくるときに、消費者団体に意見をこういうふうに聞きますというふうな、その関係性を整理しておいてほしいんですね。だから、図が欲しいと言ったのは、これをつくるときに、こっちからの意見を聞きます、その間に立つ都合はこういうことをしますというふうにつくっていただいた方がよいと思います。今だと、ぱっと見たせいもあるんですが、自主行動基準、コンプライアンスでつくったところを表彰しましょうとかという、そういう感じに聞こえてしまったので、もうちょっと連携ということを立てた方がいいかなというふうに思います。

高専門員 ただ、まだ大企業のレベルでも、そんなに進んでいるわけではないんです。自主行動基準をつくるときにいろいろ意見をもらってどうこうというのは、これからの話だろうと思います。ですから、多分、これをぱっと読んで、そういうものがはっきり見えてこないというのは、実際として、そういった現象がまだ始まっていないというところに原因があるのではないかと思います。いずれにしても、連携というのは、将来的には必要になってくることだと思いますので、これでよろしいのではないかと思います。

松本会長 従来、消費者の行政と言いますと、消費者に対する情報提供等の支援と、それから事業者をいかに規制するかという2つの柱で動いてきたのに、この報告書の3つ目の事業者の自主的な取組みを消費者行政としていかに連携してやっていくかという新しい視点が入ったわけですから、それをもう少し全体の消費者施策の中でうまくわかるような書きぶりを最終報告のときには少し考慮していただければと思います。

ほかにございませんか。

平野委員 部会に出ていましたので、意見は随分吸収されているので内容としては結構なのですが、25ページの第3の最後の内容というか、表題というか、第1、第2と来て、第3で残された課題を掲げるのかというふうに、知らない人を見ると、論文だと最後に残った課

題といった形で書かれますので、ところが、第3というのは、そういった残された課題とかではなくて、1から3の支援のすべてにかかわる問題をここで最後にまとめているような形なので、その位置づけがよくわかるようにした方がいいのではかという、それだけです。

齋藤部会長 それは表題の問題ですか。第3の……。

平野委員 表題と、あと内容もそういったものだということがわかるようにした方がいいと思います。

齋藤部会長 はい。

古屋委員 もう一遍、多分、頭に出てきた「保護」から「自立へ」という大きな流れのことを踏まえつつ、まとめられた方がいいかもしれないなという、何かそのことは忘れちゃっているなという感じがしました。

松本会長 第3の表題が「今後の」という書きぶりなので、この報告ではとりあげていない次の課題を書いているのかという印象を与えることはあるかと思いますが、よく国の報告書なんかだと、この本論で書かれていることを実現していくために、何とかかんとか推進本部をつくってとか、計画をつくってレビューをしてとか、そういう具体的実施過程をこういふところに書き込んだりすることがありますが、ここでは、今までに書かれていないことだけれども、重要な柱が2点書かれているという感じですから、そうしますと、大きなタイトルをもう少し工夫した方がいいということになるのだと思いますので、その辺、またご審議いただきたいと思います。よろしいでしょうか。

それでは、ただいまお出しいただきました様々なご意見を踏まえまして、中間報告につきましては、明日から都民意見を募集するということになっております。そこで、都民から寄せられましたご意見と、本日お出しいただきましたご意見を踏まえて、最終答申に向けて、さらに施策連携部会の委員の方々にはご審議をお願いするということになります。それ以外の総会の委員の皆様につきましても、さらに個人として、あるいは、それぞれの関係しておられる団体におきまして、ご意見を引き続きお出しいただきたいというふうに思います。

なお、本日は生活文化局長にご出席いただいておりますので、一言ご挨拶をお願いいたします。

生活文化局長 生活文化局長の山内でございます。

委員の皆様、本日は大変お忙しい中にもかかわらず、消費生活対策審議会総会へのご出席を賜りまして、また本日、本当に熱心に時間を超過するまで、最後の中間のまとめをこの段

階でご熱心に審議をいただきまして心から御礼申し上げます。

昨年 11 月の知事からの諮問以来、施策連携部会及び施策連携小部会におきまして、「消費者の自立支援に向けた事業者団体・消費者団体等との連携による新たな消費者施策のあり方」について精力的にご検討いただきまいました。

さて、昨今の消費者を取り巻く厳しい環境変化の中で、都内の消費生活相談窓口に寄せられた相談件数は、架空請求等による消費者被害の急増など過去 5 年間で概ね倍増しております。また、過去の取引情報を悪用した二次被害や外国為替証拠金取引の増加など、その内容も一層複雑化、深刻化しております。

こうした消費者被害の拡大に包括的に対応するため、東京都は本年 3 月に新たに「架空請求専用相談窓口」を設置するなどの緊急対策を実施中でありまして、今後も引き続き、行政としての取組みを強化してまいります。現在、取組みを始めてから 3 ヶ月弱でございますが、非常に多数の相談の件数、それから消費者から直接こういった架空請求の取引、あるいはメールの表示がおかしいというご相談をいただいておりますので、この緊急対策をやっている効果は徐々に上がってきているものというふうに思っております。

その一方で規制改革が進展しまして、市場メカニズム重視社会に移行する中で、効果的・効率的に消費者施策を展開していくため、行政だけではなく事業者団体・消費者団体をはじめとする消費者問題にかかわる様々な団体や事業者の方々との連携・協働が今後一層重要になるとも認識しております。

都の消費者行政においては、これまでも消費者団体等の協働事業であります東京都消費者月間事業、先ほどの中間報告の中でも書かれておりましたけれども、消費者月間事業等の連携の実績はございますが、昨年 6 月に 36 年ぶりに大幅に改正されました国の消費者基本法の動向等も踏まえまして、今回、新たな視点から事業者団体や消費者団体等の多くの主体と効果的に連携しまして、消費者施策を一層強化していく方策につきまして、施策連携部会のご見解をお示しいただいたわけでございます。

この中間報告は、関係団体の意向や事業者の実情、これまでの都の連携事業の課題等を踏まえてまとめられておりまして、都としても、有効な施策として今後事業化に向け、積極的に取り組んでまいりたいと考えております。

委員の皆様には、これまでのご労苦に感謝申し上げますとともに、本日の総会でのご意見や都民意見を生かしまして、最終答申に向けてさらにご審議をお願いいたしまして、私の挨拶

拶とさせていただきます。どうもありがとうございました。

松本会長 ありがとうございました。

それでは、次に報告事項等に移らせていただきますが、まず、この中間報告につきましての都民意見募集について、及び今後のスケジュール等を事務局からお願いしたいと思います。

調整担当課長 では、私の方からご説明させていただきます。

資料4をご覧ください。「都民意見の募集の概要」というふうに書かれたA4縦の1枚の紙でございます。

2番でございますが、明日5月18日から6月10日まで、24日間になりますが、都民意見の募集をさせていただきたいと思っております。提出方法につきましては、ここに書いてございますように、住所、氏名、連絡先を記入し、郵送、ファックス、Eメールのいずれかの方法でご提出いただきたいと思います。提出先については、生活文化局消費生活部企画調整課でございます。郵送、ファックス、電子メール等で提出していただきたいと思いますということでございます。資料の入手方法につきましては、今回お出しいただいた中間報告書の全文は、下記の方法で配布・閲覧するということでございます。都庁舎の当部企画調整課、あるいは消費生活総合センター図書資料室、都民情報ルーム、ホームページ上による閲覧でございます。その他関係機関、団体に対しては、本総会終了後、順次送付させていただきたいと考えております。

併せて今後の審議会のスケジュールでございますが、明日から都民提案の募集をさせていただきまして、そのいただいた意見を整理させていただいて、6月中にまた部会を再開させていただきたいと思っております。概ね2回程度ご議論いただきまして、現時点では、7月22日の金曜日の午前中を考えてございますが、7月下旬にまた総会を開かせていただいて答申ということを予定させていただいております。正式には別途またご案内をさせていただきたいと思っております。

以上です。

松本会長 ありがとうございました。続きまして、「高齢者の消費生活トラブルに関する調査結果」につきまして、消費生活部取引指導課長から報告をお願いいたします。

取引指導課長 取引指導課長の藤井でございます。よろしく願いいたします。

お手元の資料5の「高齢者の消費生活トラブルに関する調査結果」をご覧くださいと思います。

先日、12日の日にプレス発表いたしまして、HNKの中で報道もされましてご覧いただい

た方もいらっしゃるかと思いますが、簡単に説明させていただきます。

先ほど中間報告の中に介護事業者等との連携による高齢者の被害防止の仕組みづくりという項目がございましたが、それとの関連も深い内容ということで、きょうご説明させていただきたいと思います。

「調査の特徴」というところに書いてございますが、これ自身は不適正取引の是正ということで、毎年テーマを設定して調査しておりますが、昨今の高齢者の消費者被害の増加ということで、その背景を調べるという内容でございます。ひとり暮らしや高齢者のみ世帯、さらには要支援・要介護といった高齢者をねらった悪質商法の増加ということで、そういった高齢者が埼玉県富士見市の事件にあるようにトラブルに気づくことや、その状況を第三者に伝えることが困難な方が多いということで、そういった表面化しにくいトラブルをどう実態を把握するかということで、今回、福祉保健局等とも連携をとりまして、日ごろ介護サービスなどを通じて接触する都内の在宅介護支援センター、これは地域型で420事業所ございますが、それから居宅介護支援事業所、これは全体で2,500ぐらいある中の一部抽出でございますが、そこのケアマネージャーや高齢者相談担当者1,016人にお聞きした内容を中心にまとめたものでございます。

回収率は58%で591の方からご回答をいただいて、現場担当者から見た高齢者の被害ということで、実際に高齢者を担当しているケアマネージャー等がどのくらいその被害に遭った高齢者がいるかという質問に対しては、約半数。それから被害が増えてきていると感じている方が9割。その理由としまして、やはり「一人暮らしや日中独居の高齢者等が増えたから」という回答や、「近隣関係が疎遠になり相談相手が少ない」といった回答がそれぞれ9割近く、6割を超えるという数字がございます。

また、被害を発見したきっかけでございますが、本人や家族からの相談というものが基本的には多いのでございますが、担当者自身が契約書の書類を発見したとか、購入した商品が発見したということがそれぞれ20%以上ありまして、やはり、そういう発見のきっかけが本人等からの申し出を待っては、遅れて先日のような事件につながってしまうということが調査の中からわかった次第でございます。

また、被害を発見した後の行動としまして、センター等に相談したり、橋渡しになっていたという回答も多いのでございますが、なかなかそういうものについては解決に結びつかないケースもございまして、ケアマネージャーなどが今後トラブル解決にどうしたらいい

いかということでは、自分たちが関心や知識を高めることのニーズが8割以上に上ったというものでございます。

概要版と本文をお手元の方に配ってございますので、お時間があればご覧いただければと思いますが、そういったトラブルの要因を総括しまして、その後の対策としまして、概要版の11ページでございますが、未然防止策ということで、相談連絡システムを福祉・消費生活、両部門が連携していくということで、この中で先ほど中間報告にも取り入れられました横の連携のシステム確立ですとか、そういったケアマネージャー等への消費者問題に関する研修の実施に対する資料作成といったものもこの中に取り入れてございまして、こういったものが中間報告の中にも反映されたという内容になってございます。当然、悪質業者の取締り強化ですとか、高齢者への支援ということで、今後、福祉保健局の方とも相談しながら、高齢者の窓口をお願いしたりして具体的な支援事業を進めていきたいというふうに考えております。

以上でございます。

松本会長 どうもありがとうございました。ただいまのご報告につきまして、何かご質問等ございましたら。

原委員 質問というわけではないのですが、部会の途中段階でも、私の方から江東区の事例を紹介いたしまして、江東区では、今、消費者センターの相談員の方にこういった介護・福祉の現場の方の研修のところに来ていただいてお話をさせていただくというのを1月ぐらいから実施をしております、かなり効果的だと思っております。今回のこの報告書をもとに、こういうことが必要だと書いてあるので、具体化を図ってほしいなと考えているのですが、その具体化の方向にぜひご検討を進めていただきたいということをお願いしたいと思います。

松本会長 ほかにございますか。

馬場委員 私も同じなのですが、家で経験をして、少額の契約、例えば新聞とか、日々の買い物でも、同じものを買っていき、それをわかっていても、本人がそれを買っているのだからということで、企業、事業者のコンプライアンスという問題になってくるのかもしれませんが、その点でちょっと灰色的な部分があって、同じものが家の中にたまっているとか、新聞等は、私も自分で同じ新聞を契約期間にとってしまったということがあります。本人が私も約束しているんだからということで、それを主張すると、なかなか家族としても、

それを違法というふうには言えない。そんなことも含めて、そういう状況をどう解決していくかということについて、具体的にこれからの進め方ということを私も関心を持っておりますので、ぜひ、高額だけでなく、日常的なそうした部分での対策をとっていただけたらありがたいというふうに思っておりますので、よろしく申し上げます。

松本会長 よろしいでしょうか。

それでは、次の報告に移ります。本日は「東京都食品安全推進計画」につきまして、担当の福祉保健局からご説明をお願いしたいと思います。福祉保健局の健康安全室の食品監視課長から申し上げます。

食品監視課長 食品監視課の小川でございます。報告させていただきます。

資料6をご覧くださいと思います。食品の安全ということにつきましては、BSEの発生以来、いろんな食品の事件、事故が起きました。私どもといたしましては、平成16年の3月に食品安全条例を制定いたしました。その件につきましては、昨年の消対審にご報告させていただいておりますけれども、そのような条例に基づく様々な施策をより加速させるかというか、推進させるために、この食品安全推進計画を17年の3月、つい2か月前ですけれども、策定しましたので、その概要をご報告いたします。

計画自体は、全部で第4章になっているのですが、時間がないものですから、この図で説明させていただきます。

計画に盛り込む内容につきましては、そこに計画で明示する事項といたしまして、まず基本的なプラン、非常にたくさんございます。それから、優先的・重点的に取組むプラン、いわゆる、これは「戦略的プラン」と呼んでいますが、このようにめり張りをつけて、一応明示しております。最終的に計画をどういうふうに推進していくのか、検証方法まで含めて記載してございます。

計画に当たっての視点でございますけれども、やはり、これは私ども安全条例を策定しましたときに、基本理念というのがございまして、その基本理念にのっとりまして、ここに食の信頼を高める施策の充実ということと東京の地域特性に応じた施策の展開、東京は大消費地ということでございます。それから多様な課題に対する効果的な施策の推進。多様な課題といえますと、それぞれの消費者サイド、事業者サイド、それから行政サイド、そのような関係者間でいろんな課題がございます。そういうようなものを総合的に推進するためにどうするかということでございます。

次に、計画の期間といたしましては、中長期的な方向性ということですので、5ヵ年計画としております。課題によって少し長いスパンが必要なものがございまして、5ヵ年計画といたしました。

中身でございますけれども、まず基本的プラン、これは都の食品安全行政というのは、もうずっと何十年来続けております。その中で特に中心的になる基本的なプランというものが50プラン掲げてございます。食品安全というのは、生産から消費まで一貫して推進しなくてはなりません。そのために各局、もちろん生活文化局をはじめ、環境局、中央卸売市場、産業労働局、そういうところで行っている施策もすべて網羅して、この基本的プランの中に記載されてございます。

この基本的プランの中で、今日的に一番重要な課題という切り口で切り分けたときに、こういうものが重点的・優先的なものになるのかということで、重点課題とする事項、これは切り口ですけれども、このような切り口で基本的プランをもう一回見直してみますと、戦略的プラン、これはいわゆる再掲になるわけですけれども、11の戦略的プランというものが、今、当面、最も優先的に推進すべき内容であろうということで掲げてございます。

戦略的プランの内容でございますけれども、その中で特に情報の収集、分析・評価、これは私どもに食品安全情報評価委員会というのがございまして、できるだけ未然防止のためにリスク情報を早めに収集し、それについて対策をとっていかう、そういうような内容が含まれてございます。それから、昨今の輸入食品対策につきましては、輸入量が6割を超える状況でございますので、そういうような対策の充実も記載してございます。

それから最後の安全をみんなで考え育むということですが、これは一番ホットな話題でございますが、食品の表示につきましては、非常に多岐の法令にわたり、しかも頻繁に改正を行うためにも、一応、事業者の人、消費者の皆さんが表示について理解がなかなか追いついていかない、そういう状況がございまして、そういうものを、都ができるだけ表示についてわかりやすく事業者の方々に講習するとか、一般消費者の方に要するに情報提供をするとか、そういう施策を盛り込んでございます。

それから食育の推進。食の安全というのは、ただ、ものだけではなくて、食べ方、栄養のバランス、そのほか地産地消とかそういうことも言われておりますが、そういうことも一応含まれてございます。

それから最後にリスクコミュニケーション。非常にわかりにくい新しい言葉だと思います

けれども、食品の安全というものを考えるときに、今までは絶対的な安全を皆さん求めておりましたけれども、昨今の分析技術が向上いたしますと、なかなかそういうわけにはいきません。やはり、食品というのは何らかのリスクというものが潜在しております。そういうことを認識して、皆さんでリスク低減に向けていろんなことを理解し、行動していきましょうというものです。こういうようなものは、まだは着手されてまもなくどういうふうに進めていっていいか模索中のものがございます。こういうものも検討を加えて進めていこうというものです。

このような基本的プランと戦略的プランをお示しいたしまして、最終的にはこのようなプランが絵に描いた餅にならないように、計画の検証方法ということで、私どもの食品安全審議会の方へ毎年報告したり、中間年度では一般都民の方に進捗状況を公表いたしまして、またご意見をいただく、そういう形で計画を検証していく。

こういうようなことが一応推進計画の概要でございます。

雑駁ですが、以上でございます。

松本会長 ありがとうございます。ただいまのご報告につきまして、ご質問等ございましたらお出してください。

高専門員 別にこの中に盛り込んでいただきたいということではないのですが、将来的にこんなテーマも検討いただけないかなと思っているのがありまして、それは、例えばわかりやすい例は、千葉県である事業者が問題のあるものを海に垂れ流していたという問題がございました。あれは水質汚濁法の問題であって食品の問題ではないというふうに言えるかもしれませんが、流れたものは、多分、魚が口にするわけですよね。その口にしたものは全国どこに流通していくかわからないのですけれども、とりあえず消費者のところへ流れていくと。何か食べて、それですぐ被害が出れば、そこで問題があったということがわかって責任を問うことができるのでしょうけれども、食品というのは、多分、食べた後、何か有害なものは人間の体の中に残っていくものですね。そうすると、そういった行為をとった事業者に対して、名称はどうでもいいのですけれども、安全確保基金信託みたいなものをつくっておいて、将来何か問題があったときに、そういった基金のお金を使うとか、こんな構想もあっていいのではないかなと思うのですけど。アメリカでそういう事件があると、必ず信託基金をつくらせるんですよね。すぐ被害者が出てこないというときにですね。

都を越えた問題かもしれませんが、何かそういったものも将来何らかの形で被害が

出るような食品の問題についても、ちょっと視野に入れていただけるとありがたいなというふうに思います。

食品監視課長 一言よろしいですか。環境汚染による食品の安全の問題というのは昔から言われております。そのために、食品そのものに対するモニタリング調査は私どもの方で実施しておりますし、この計画の中にも盛り込まれておりますが、環境汚染をした事業者に対する、いわゆるペナルティみたいな話につきましては、一応食品の安全部局というよりは、私どもの方で連携して環境局と一緒に仕事をしておりますので、そちらの方にもそのようなお話があったということを申し伝えておきます。

松本会長 ほかにございませんか。

それでは、それ以外、ただいまご報告いただきましたこと以外につきましても、何か特に消費者行政についてございましたら。

原委員 たびたびで恐縮です。きょうは総会ということで、次回の総会がたしか7月22日あたりに予定されていたと思うのですが、私はちょっと大学の授業と重なって出席ができないので、きょうの席で発言をさせていただきたい。先ほど高齢者のトラブルが非常に増えているというお話、全体的な相談も5年で2倍ということですね。高齢者トラブルも増えておりますね。私、今、大学で教えていますけれども、毎年学生に自分たちのトラブル経験というのを友人も含めて聞いているのですが、今年爆発的に苦情とか被害というのが増えておりまして、大変危惧をしているというか、世の中全体に非常にこういうトラブルが増えているというのを危惧しております。

今回は連携ということで取り組みましたけれども、次回の年度、また私どもの任期はこれで終わりになると思いますけれども、次期の都の消対審で私はぜひ条例改正という作業に着手していただいて、先ほども高齢者のところで適合性の原則をもう少し徹底しようということで、これは消費者基本法の中でも明記されましたし、適合性の原則ですとか、それから外国為替証拠金取引の関連で金融先物取引法には不招請勧誘の禁止規定を入れまして、これを投資サービス法、今、名前を金融サービス市場法と変えて少し幅広く検討しようというスタンスになってきております。そこにも不招請勧誘の禁止規定を入れようと考えておりますので、ぜひ不招請勧誘の禁止、それから広告についての規定というのが、広告についても虚偽表示をしないということだけではなくて、重要事項については必ず表示をすとか、不表示へのあり方についてどう考えるのかという大きな問題が残っておりますので、適合性の原則

とか、不招請勧誘の禁止とか、広告のあたりの補強が必要だと思います。

それから数多くある苦情なんですけど、この苦情の扱い方についても、私としては、もちろん今の条例の中にも入っているのですが、今回の答申の中にもADRとの連携の話が入ってきております。警告情報をどう出していくのかとか、ADRとの連携のようなことをどう考えるのか。それから被害救済委員会とどのように位置づけていくかというあたりも含めて、このあたりも再整理が必要ではないかと考えておりますので、ぜひ次期の消対審では、こういったことを含めた条例改正の検討に着手していただけたらと思っております。

ちょっと7月は欠席をいたしますので、きょう皆さんおそろいだということで、ぜひお願いしたいと思っております。以上です。

松本会長 どうぞ。

古屋委員 私も一言だけ。

必ずこういうとき、いろんな話が出てきますと情報ということが出てくるのですが、情報を提供するとか、情報を管理するとか。このことを多分、きょうのテーマもそうですが、小さな政府を目指していくときに、かつて保護だった人たちを自立に向けていくと。そのときに、間に立つ都は何をするのかというときは、情報を提供しますとかということになるんですが、多分、今まで保護をしていたときよりも、自立を支援して情報で管理するということの方が大変だと思います。きっと都の人たちはこれから大変だと思います。昔の方が楽だったというふうになるかもしれません。それほど情報管理というのは大変難しいものだという事ですね。

特にいろんな情報を提供して、学校の先生だとか、介護支援の方だとかに協力をいただいてということで、善意で皆さんやっている分にはそれはいいんですが、中にはそういう職場の方でも必ずしも善意の方ばかりではありませんので、そういう人たちが時々悪いことをすると非常に社会的にショックがあります。例えば、かつて和歌山の龍神村というところで名義貸しの騒動がありましたが、あれは学校の先生がやったトラブルです。そういうことは非常に社会的に影響がありますし、あるいは介護の世界でも知的障害をお持ちの皆さんのための職場をつくっていた人が、その人たちから年金を勝手にとってしまったとかというようなことも起きているわけですね。そういう悪意の人たちは別にしても、必ずしも情報管理、そういうまじめな職場にいる方たちは神経質になっていないおらかな人が多いので、そういう意味では都が入って情報管理するとかというのは結構大変なことだろうというふう

思うんですね。その意味では、これから先いろんなことが起きてきて情報の仲立ちをしますといったときに、ぜひその点は気をつけていただきたいなというふうに思っております。

松本会長 どうぞ。

消費生活部長 ただいま情報管理の貴重なご忠告をいただきましてありがとうございます。そういった方向で普段からの実務もきちとしたものにしていきたいし、これから検討してちゃんとした対応をしたいと思っております。

先ほど条例改正の話が出ましたけれども、まずは私ども事務局、普段からもそういう問題意識を持っておりますので、よく検討した上でまたご相談をするというふうにしたいと思っております。

松本会長 ほかにご意見、ご要望ございますでしょうか。

特にございませんようでしたら、また近々総会が開かれますので、そこでまたお出しいただくといたしまして、本日の中間報告を一応ご承認いただいて、都民意見募集に向けて、これですらに進めるということをご確認いただきまして、本日の総会を終わらせていただきたいと思います。どうも長時間ありがとうございました。

午前 11 時 40 分閉会