

第 2 2 次東京都消費生活対策審議会
第 3 回総会

平成 2 4 年 1 0 月 9 日 (火)
都庁第二本庁舎 3 1 階 特別会議室 2 7

午後 1 時 3 0 分開会

消費生活部長 それでは、定刻になりましたので、「第 2 2 次東京都消費生活対策審議会」を始めさせていただきたいと思います。

本日は、御出席をいただきまして、まことにありがとうございます。

本審議会の事務局を担当しております、消費生活部長の藤井でございます。どうぞよろしく願いいたします。

東京都では、今月末まで、節電及び地球温暖化防止のため、軽装による執務を実践中でございます。服装等につきまして御理解をいただきたく、よろしくお願い申し上げます。

議事に入ります前に、本日の出席状況について御報告させていただきます。

ただいま御出席いただいております委員の方は 17 名、委任状が 7 通でございます。東京都消費生活対策審議会運営要綱第 6 に定めます、委員総数の半数以上の出席という総会開会に必要な定足数に達しておりますことを御報告申し上げます。

なお、本審議会は原則公開とし、総会の内容は、都のホームページ等に掲載し、公表させていただきますことを御了承願います。

それでは、後藤会長、よろしくお願いいたします。

後藤会長 それでは、「第 2 2 次東京都消費生活対策審議会第 3 回総会」を開会いたします。

最初に、新たな委員、幹事及び書記の御紹介と資料の確認につきまして事務局からお願いいたします。

消費生活部長 都議会推薦の委員の交代がございましたので、新たに御就任いただきました委員を御紹介いたします。

都議会議員の西沢けいた委員でいらっしゃいます。

西沢委員 どうぞよろしくお願いいたします。西沢でございます。

消費生活部長 都議会の伊藤まさき委員並びに川井しげお委員につきましては、本日遅れて御出席という御連絡をいただいております。後ほどいらした際に改めて御紹介させていただきますと存じます。

次に、幹事・書記でございますが、このたび東京都の人事異動に伴い交代がございました。新たな幹事・書記につきましては、資料 2 の幹事・書記名簿の配付をもって紹介に変えさせていただきます。下線を引いておりますところが新たに就任した幹事・書記でございます。

企画調整課長 企画調整課長の吉村でございます。

続きまして、資料の確認をさせていただきます。

お手元のクリップでとめました資料をごらんいただけますでしょうか。

資料 1、委員名簿でございます。

資料 2、幹事・書記名簿でございます。

資料 3、東京都消費生活基本計画の改定についての中間のまとめ（案）でございます。

資料 4、同じく計画の改定についての中間のまとめ（案）の概要でございます。

資料 5、東京都消費生活基本計画の改定（体系）でございます。

その他参考資料といたしまして、前回の総会でお配りしたものと同じでございますけれども、現在の東京都消費生活基本計画の冊子と A 4 横のファイル、東京都消費生活基本計画具体的施策を机上にお配りしております。

不足している資料がございましたらお知らせください。

後藤会長 どうもありがとうございました。

それでは、ただいまから審議に入りたいと思います。

まず、事務局からこれまでの審議の経過について御説明いただきたいと思います。

よろしく申し上げます。

消費生活部長 審議経過でございますが、7月25日の第2回総会におきまして諮問の後、現基本計画策定以降の動きを踏まえて意見交換を行ってまいりました。また、部会を設置して、3回にわたりまして審議を重ね作成いただきましたのが、お手元の資料3、東京都消費生活基本計画の改定についての中間のまとめ（案）でございます。

後藤会長 ありがとうございました。

部会の皆様には、短期間に集中的に御審議いただきまして、まことにありがとうございました。

それでは、中間のまとめ（案）につきまして、池本部会長から御報告をお願いいたします。

池本部会長 それでは、資料3と資料5を利用して、まず、私から中間のまとめ（案）の要点を御紹介します。後で幾つか個別課題のところは事務局からも補足をしていただければ助かります。

まず、資料5、平成20年度から今年度までの現行の基本計画の体系と、今回、改定案として出した中間のまとめ（案）とを対比しております。

前回は、緊急対策が4項目、そこに掲載してあるとおりですが、今回は「緊急」という言葉ではなくて、「重点施策」という表現になっていること。

悪質商法の取締り、市場からの排除は、前回は悪質商法を撲滅というものがあります。それをおおむね踏襲しております。

情報の収集、発信というところも、重点施策3のところに入っております。

消費生活センターの強化も、機能の充実ということで、消費者行政の基盤として位置づけてあります。

それに対して、重点施策の2番は、消費者教育の推進。これまで現行のものでは、消費者教育の推進ということも個別課題の中では位置づけてあったのですが、特に消費者教育推進法が制定されるなど、今後の消費者市民社会の形成に向けた取組がより重要になってくるであろうという理解のもとで、重点施策ということで位置づけました。

そのほか個別の政策課題1～5についても、特に従来のもとと比べて項目を少し削っているのは、その中身をいわば合体して、まとめて整理したという色彩がありまして、取組として必要なくなったということではありません。

例えば政策課題3のところにも幾つか項目はありますけれども、このあたりも、右と左で対比していただいて、いわば項目を少し集約したと理解していただければと思います。

同じことは政策課題4のところも「持続可能な社会の実現に向けて」という言葉の中に環境問題と食に関する持続可能なという、この2つを集約したと、そういう工夫を若干しております。

さてそこで、資料3に基づきまして全体の構成や特に特徴的なところだけ私のほうから最初に紹介したいと思います。

2～3ページに今回の計画の基本的な考え方あるいはもともとの基本計画というもののスタートから、特に平成20年以降、この5年間についての社会の動きを概観して、特にその下のあたりに書いてありますが、「消費者が消費行動を通じて社会に参加し、持続可能な社会をつくっていかうとする『消費者市民社会』の実現に向けて」という位置づけを指摘してございます。

4ページ以下は、現状に対する認識ということで、例えば4ページ、図1にありますように、消費者からの苦情相談は一向に減らない、非常に高い水準で推移しているということ。その間に悪質商法について都では一生懸命、指導、処分などを実施しているのですが、やはり変わらず繰り返されているということ。

6、7ページでは、高齢者の消費者被害がさらにふえていること。

8～9ページでは、若者の消費者被害あるいは特に近年はインターネットに絡むトラブルがふえているということで、インターネットの問題は10～11ページにかけても、新たなツールであったり、新しい取引内容が次々とふえているということを指摘しました。

11ページは、消費生活センターにおけるあっせん、解決という基盤とは別に、消費者被害救済委員会を本年4月から拡充強化をしたというところ、あるいは適格消費者団体による差止め請求という制度がつくられ、さらには集団的被害回復制度が今、検討されているという、そういう被害救済に向けたシステムが少し拡大しているというところを指摘してあります。

12ページは、いわゆる悪質業者に対する取締りとは別に、事業者のコンプライアンスを推進するための働きかけという観点。多重債務問題も一時に比べれば若干減少していますが、まだまだ件数的には深刻な状況が続いているという問題意識です。

13、14ページあたりで消費者に向けた情報発信ということが情報氾濫時代の中で本当にきちんと届けるためにどうしていく必要があるのかということが14ページあたりにあります。

15、16、17ページでは、商品やサービスについての、例えば最近ですと、放射能問題あるいは危害、危険の問題など、相変わらずこういう問題も繰り返されている。むしろ件数がふえている状況があるということ。

17、18ページは、特にこの間、消費者庁、消費者委員会の設立など、国においても制度や法律が大きく変わってきているという、そういう現状の認識があります。

19～22ページについて、重点施策の4課題について指摘しております。第一は、悪質業者の取締りと市場からの排除。このあたりはこれまでも取り組んできたことをさらに最近の課題にあわせて具体的な課題を広げていくということ。重点課題2が先ほど紹介した、消費者教育推進法の成立を受けて、消費者教育推進地域協議会を組織することが法律の中でも努力義務として規定されていること。これは都としても検討が必要ですし、市区町村にも設立運営に向けての働きかけが必要であるということ。あるいは消費者教育を体系的に推進するためのプログラムをつくる必要があるという提起。このあたりは新しい課題として指摘してあります。

21ページ、情報の収集、発信ということでは、新しい手段が出てきているところへ消費者行政からの発信もそういう新しい手段を活用して工夫していただきたいということが

指摘してあります。

22ページ、消費生活総合センターの機能の充実、まさにここが基盤になるのですが、体制の整備から、さらに質や量の拡充ということで、その中には相談時間を延長したらどうか、あるいは市区町村への支援ということをさらに強化すべきであるとか、こういった具体的な提案もあります。

各論のところもたくさんあるのですが、事務局から幾つか追加したところについて少し補足していただければ助かります。

いずれにしても、部会の中で事務局とともに考えられることをまず列挙したものはありますが、さらに補充すべき点あるいはここはこう修正したらいいのではないかと、いうことをぜひ皆様から多角的に御意見をいただければ幸いです。

以上です。

後藤会長 ありがとうございます。

それでは、事務局から補足の説明をお願いいたします。

企画調整課長 それでは、ただいま部会長から中間のまとめ（案）のポイントをお話いただきましたので、事務局から全体の概要について御説明させていただきます。

本日、時間も限られておりますので、資料4の概要版と資料5を使って説明させていただきます。

まず、資料4を御用意いただけますでしょうか。

中間のまとめ（案）は4つの章で構成されておりまして、第1章は計画の基本的考え方ということで、計画の基本理念や計画の性格などについて記載しております。

1の基本理念では、条例制定や計画策定など、これまでの都の取組について、また、この間の社会情勢の変化などについての記載や、今なお取り組むべき消費生活をめぐる課題などについて記載しております。

5つ目の四角の「さらに」で始まる段落でございますが、部会長からもお話しいただきましたけれども、今回、消費者市民社会という、今回の計画改定に当たっての重要な概念の1つを用いて記載をさせていただきました。

8月に成立いたしました消費者教育推進法でも定義づけられておりますが、多くの都民の方にとってはまだなじみのない言葉かと思っておりますので、部会での御意見によりまして、中間のまとめの本文には、注書きとして同法における定義を記載させていただいております。

次の計画の性格ですが、この計画は、都の消費生活に関連する施策・事業を「消費者の視点」に立ち、計画的、総合的に推進していくための指針でございます。

計画期間は、平成25年度からの5年間でございます。

また、4に記載のとおり、計画の実効性確保のため、審議会は、毎年度当初に、各施策・事業について、実績を確認・評価し、都に対して意見を述べ、都はこれらを尊重して施策・事業に反映していくとしております。

2ページ、第2章は、消費生活の現状に対する基本認識で、ここでは、都のこれまでの取組や成果を踏まえながら、消費生活の現状と今後取り組むべき課題などについて記載しております。

冒頭では、都は、現行の基本計画に基づき、悪質事業者に対する取締りの強化、ヒヤリ・ハット調査などの緊急対策を講じてきました。

しかしながら、消費生活においてはまだまだ多くの課題があり、都内の相談窓口に寄せられた件数は、下の図1にございますとおり、ここ数年、年間12万件超で横ばいの状況でございます。この数字は、区市町村への相談も含めた数字でございます。

3つ目の四角では、都は、消費者被害の実態を現場主義の観点からいち早く探知し、迅速な情報発信や調査・指導を行うなど、全国をリードして対応することが期待されるとしております。

次の、1、横行する悪質商法と深刻な消費者被害では、都は、悪質事業者に対する指導・処分を実施するため、21年度から「特別機動調査班」の体制を強化しておりまして、確実に実績を上げております。ここ数年は、年間110件程度の指導・処分を実施しております。

しかし、高齢者や若者を狙った悪質商法が次々に新しい手口であらわれており、深刻な消費者被害が数多く発生している状況でございます。

高齢者の被害につきましては、平成27年には都民の4人に1人が65歳以上の高齢者になると推計されており、また、東京の特徴でございますが、一人暮らしの高齢者の方が多い実態がございます。その割合は全国で最も高く、周囲の目が届きにくい状況でございます。

3ページの図2は、高齢者の相談件数の推移を示したものでございますが、増加を続けておりまして、23年度には約3万5,000件、相談全体の約28%を占める相談をいただいております。

一方、若者の被害につきましては、図3にございますとおり、相談件数としては減少傾向にございますが、23年度には年間で1万5,000件を超える相談がございました。

上の実線の折れ線グラフは、若者相談に占める学生の割合で、下の破線のグラフは20歳未満の方の割合を示したものでございますが、いずれも増加しておりまして、相談が低年齢化している傾向にございます。

(3)不適正な表示ですが、商品やサービスについて、実際より優良、有利であるかのような誤解を生む広告や表示が後を絶たない状況でございます。

特に、インターネット通販は参入が容易ということもありまして、ネット上では誇大広告が数多く見受けられる状況です。

都は、21年度からネット上の広告監視事業を実施しておりますが、不適正な表示に対する指導件数は大幅な増加傾向にございます。昨年度は2万4,000件の広告を監視し、うち582件に対し指導を行いました。

(4)インターネット利用等に関する消費者被害では、インターネットは、生活に欠かせないツールとなっておりますが、その一方で、利用に伴う消費者トラブルも増加傾向にございます。昨年度、都内の相談窓口には約2万6,000件の相談がございました。

また、SNSについても、利用をきっかけとして消費者被害に遭うケースや個人情報をも不正に収集される事例も発生しております。

(5)消費者被害の救済では、都は、相談員による助言・あっせんを被害救済の基本としつつ、都民の消費生活に著しく影響を及ぼす紛争につきましては、都の消費者被害救済委員会によりましてあっせん・調停を行っており、この4月には、より多くの紛争案件の被害回復が図られるよう、委員会の機能を強化したところでございます。

現在、国では、「集団的消費者被害回復に係る訴訟制度」が検討されておりますが、その制度の担い手となる団体との連携強化について検討する必要があるとしております。

(6)事業者への法令遵守に向けた意識啓発でございますが、都は、22年度から事業者を対象として、関係法令の基礎知識を付与するコンプライアンス講習会を開催しております。昨年度は4回開催し、約800人に御参加いただきました。今後も引き続きこうした意識啓発などを行う必要があるとしております。

(7)多重債務問題では、貸金業法の完全施行以後、多重債務に関する相談件数が大幅に減少しておりますが、長引く景気低迷の影響やクレジットカード現金化といった新たな課題の発生など、いまだ深刻な状況にありまして、今後も継続的に対策を講じていくこと

が必要であるとしております。

次は、2、消費者教育の機会や情報伝達の不足でございます。

(1) 消費者教育では、消費者被害の未然・拡大防止には、消費者教育が効果的と考えられ、現在、学校現場での消費者教育のほか、消費生活センターでは消費者教育の講座などを実施しておりますが、年代ごとの体系的な消費者教育を実施しているとはいえない状況です。

新しい法の趣旨も踏まえまして、今後どのように消費者教育を進めるかが課題となっております。

(2) 消費者への情報の発信では、都は、情報誌、ホームページ、ツイッターなどを活用しまして情報の発信を強化しておりますが、商品やサービスの多様化や取引・契約内容の複雑化など、消費者トラブルが起きやすい状況を考慮しますと、被害の未然防止にはさらなる情報発信の充実が課題でございます。

また、発信した情報が消費者に活用されているかなどの実態を把握していくことも必要としております。

5 ページ、(3) 持続可能な社会の実現に向けての行動でございますが、消費生活に関する行動は、現在、将来の世代にわたり、社会経済情勢や地球環境に影響を及ぼし得るということを考えて、一人一人が持続可能な社会の実現に向け行動することが求められているとしております。

次は、3、商品やサービスに関する様々な不安でございます。

(1) 身近な商品やサービスに潜む危険ですが、都は、身近に埋もれている危害・危険情報を掘り起こすため、21年度から3,000人規模のインターネット・アンケート調査を実施し、調査結果の情報発信などにより、事故防止に努めてまいりました。

しかし、新商品が次々に登場し、思いがけない事故が発生したり、安全と思われていた商品においても、使用方法や条件によっては人体に危害が及ぶ事故が発生しております。製品のリコールも毎日のように発生している状況です。

このような危険の未然防止には、商品等の安全性について消費者、事業者、行政等の間で情報共有などを図っていくことが重要であり、そのあり方について検討していくことが求められております。

(2) 食の安全・安心の確保では、0157の感染、生肉による食中毒被害など、食の安全に対して消費者を不安にする問題が発生しております。

また、大震災後の流通や放射能汚染による食の不安など、食の安全・安心の確保が一層求められているとしております。

4では、国における消費者行政の動向ということで、消費者庁や消費者委員会の設置、消費生活関連法の整備などについて記載をしております。

6ページ、先ほど部会長のお話にもございましたが、第3章では、第2章の現状認識に基づきまして、改定後の計画において都が重点的に取り組むべき施策として4つを挙げさせていただきます。

1つ目は、悪質事業者の取締りと市場からの排除でございます。

2つ目の四角のところでございますように、消費者被害の未然・拡大防止のため、悪質事業者に対する一層の厳格な取締り、不当表示の是正に重点的に取り組む必要がある。

また、法のすきま事案等について、国への提案や関係団体との連携等により対応していくなど、悪質事業者を市場から排除していく機運の醸成を図っていくことが重要としております。

重点施策1の具体的な施策の例として、悪質事業者に対する取締りなど、記載の4つを挙げさせていただきます。

重点施策の2つ目は、消費者教育の推進でございます。

2つ目の四角でございますように、新しい法律が成立しまして、消費者教育の推進のための計画策定や消費者教育推進地域協議会の組織化などが都道府県の努力義務とされたことから、都としても検討する必要がある。

教育機関を始め、さまざまな団体と連携し、体系的な消費者教育を一層推進していく必要がある。

法では、地域、学校、職場などさまざまな場における消費者教育の推進について定めておりまして、区市町村への支援にも積極的に取り組んでいく必要があるとしております。

具体的な施策の例としましては、体系的な消費者教育の推進と区市町村の消費者教育推進の支援を挙げております。

重点施策の3つ目は、消費生活に関連する情報の戦略的な収集と発信でございます。

2つ目の四角でございますように、新たな手口による悪質商法が次々とあられ、SNSやスマートフォンの悪用による被害の増加も懸念される中、情報収集・発信は重要な課題であり、消費者が必要とする情報の収集や、情報が手元に届くような効果的な情報発信を実施していく必要があるとしております。

具体的な施策の例としては、新たな手法による情報発信の充実と子供の事故防止に向けた情報発信・普及啓発を挙げております。

重点施策の4つ目は、東京都消費生活総合センターの機能の充実でございます。

3つ目の四角にございますように、複雑・高度化する相談に対応し、被害の未然・拡大防止を図るためには、相談サービスの質及び量の向上・拡大に向けた取組の強化とともに、区市町村支援や消費者教育の推進など、「センター・オブ・センターズ」としての機能を一層充実させていく必要があるとしております。

具体的な施策の例としましては、消費生活相談サービスの向上など、記載の3つを挙げております。

第4章では、消費生活にかかわるさまざまな局面において行政が達成すべき課題を5つの政策課題として設定し、それぞれの政策課題ごとに取組の方向性を定めております。

政策課題1の消費者被害の防止と救済では、(1-1)消費者被害の防止と(1-2)消費者被害の救済という2つの取組の方向性があり、それぞれの取組の方向性の下に具体的な施策の例を挙げるといった構成になっております。

施策によっては複数の政策課題にまたがる場合もございますし、例えば7ページの一番下でございます、消費生活相談サービスの向上につきましては、重点施策としても位置づけられているということで、括弧書きで記載をしております。

政策課題2、悪質事業者の市場からの排除と取引の適正化では、取組の方向性として、(2-1)取締りの徹底、(2-2)適正な指導等の2つを、同じページ中段の政策課題3、商品やサービスの安全・安心の確保では、(3-1)安全な商品とサービスの確保、(3-2)インターネットの普及拡大に伴う安心の確保など、5つの取組の方向性を設定しております。

9ページ中段の政策課題4、「自ら考え行動する」消費者になるための支援では、(4-1)効果的な情報の発信、(4-2)消費者教育の推進など、4つの取組の方向性を、最後のページ、政策課題5の多様な主体との連携では、(5-1)消費者の都政への参加・参画、(5-2)消費者・消費者団体との連携など、5つの取組の方向性を設定させていただきました。

なお、全体の構成については、先ほど部会長からも御説明いただきましたけれども、資料5をごらんいただけますでしょうか。A3の横の資料になります。資料の左側が現在の計画の体系で、右側は中間のまとめ(案)における体系でございます。

部会長の説明と繰り返しになりまして恐縮でございますが、下線部が現在の計画からの変更点でございます、これまでの総会や部会での御議論を踏まえこのように整理させていただきます。

なお、政策課題5につきましては、この間、事業者団体を含め、消費生活行政を推進する上で連携すべき主体がふえてきていることなども踏まえまして、取組の方向性に新しく(5-3)と(5-5)を追加させていただきまして、政策課題のタイトルにつきましても、「多様な主体との連携」とさせていただいたところでございます。

大変簡単ですが、説明は以上でございます。

後藤会長 ありがとうございます。

それでは、ただいまの説明を受けまして意見交換に入りたいと思います。

進め方ですけれども、全部で4つの章に分かれておりますので、一通り皆様から御意見をいただきたいと思います。

それではまず、第1章「計画の基本的考え方」について御意見等がありましたらお出しください。よろしくをお願いします。

第1章についていかがでしょうか。

第1章について特に御意見が出ないようでしたら、また後で出していただくとして、第2章に移ってもよろしいでしょうか。

(「はい」と声あり)

後藤会長 それでは、第2章「消費生活の現状に対する基本認識」について御意見等がありましたら、よろしくお願いいたします。

沢田委員、お願いいたします。

沢田委員 大変包括的におまとめいただきまして、部会の先生方、事務局の皆様、大変お疲れさまでございました。お礼申し上げます。

個別 이슈にこだわって恐縮ですが、インターネットのところですか。(2)の若者のところで1点と(4)のインターネットのところの数点意見を申し上げたいと思います。

まず、(2)ですが、9ページ、表2で若者の相談に多い販売手口等ということで、表をつくっていただいている中にインターネット通販がありますが、ほかの項目を見ると、架空・不当請求とかサイドビジネス商法とか、いかにも悪質そうな商法名が並んでいる中にインターネット通販というのはちょっとかわいそうではないかなと思います。手口という言葉もそもそも非常に悪質な感じがしますので、何か工夫していただくわけにはいかない

ものか。インターネット関連の御相談の中で若者の相談割合が一定割合あるのは確かなことかもしれませんが、その中身を分析していただく必要があるかなと思います。それによっては、もしかするとここに並べていただく必要性も余りないのかもしれないとも思います。それが1点です。

(3) 不適正な表示のところはそのとおりだと思います。ただ、不適正な表示が横行していることがすぐに消費者被害につながっているかという、必ずしもそうではないようにも思いますので、これを結びつけて考えるとすれば分析が要ると思います。今は特に結びついているわけではないようです。

(4) に関しまして、国境を越える取引のことを入れていただいたのは大変ありがたかったと思います。修文の御提案をさせていただきたいのですが、(4) 10ページの2つ目のパラグラフ、「インターネットを利用した電子商取引」というところですが、国境という概念がないわけではないので、正確性を期すためにこのようにしてはどうかという御提案ですが、「インターネットを利用した電子商取引は国境を越える取引が容易であるため、国内の法律が適用される場合であってもトラブルを解決することが困難なケースも見受けられる」。そもそも国内の法律が適用されるかされないかも若干議論の残るところではありますが、例えば特商法では、海外事業者が国内に拠点がなくても、日本の消費者向けに販売をしている場合には、理論上は適用されるという解釈だと理解しております。だからといってトラブルが解決できるわけではないという趣旨に御修正いただくことを御検討いただけないでしょうか。

(4) の最後のところで、子供がインターネットに接続してトラブルになると、こうした問題に対処するために早い時期からの消費者教育の必要性というのはまさにそのとおりだと思いますが、加えて、親に対する啓発も必要だと思います。親のほうが、インターネットリテラシーが子供よりも低いために、子供に対して適切な指導ができない状態が生じていると思います。消費者教育の必要性とともに、保護者に対する啓発を一言入れていただけないかというお願いでございます。

とりあえずは以上です。

後藤会長 どうもありがとうございました。

ただいまの御意見に関しまして、都あるいは部会長から何かコメントはございますか。

池本部会長 最後の国境を越えたというところは具体的な修正の提案も含めていただきまして、なるほどと思いながら聞いていたところです。字句の表現も含めて検討する必要

があるかと思えます。

9ページの販売手口というところは、確かにインターネット通販はほかと比べるとちょっとくくりが違うのではないかという御指摘ですが、実はこれは国民生活センターでもいろいろな販売方法という用語が、例えば訪問販売とか電話勧誘販売とか、それ自体が違法とか悪質ではない用語の定義と、特に問題の多い手口が列挙されている中で、若者について多いものと出すとたまたまこうなった、というところがありますので、用語そのものをどう区分けできるかは御意見のように行くかどうかわからないのですが、ちょっとこれは事務局ともう一度検討してみる必要があるかと思えます。

あと、不適正な表示の問題と被害、トラブルへのつながりという点は、幾つか具体的な問題事例等も寄せられていると思えますので、ここは理解が得られやすい表現の工夫が必要かと思えます。

後藤会長 それでは、第2章につきましてほかに御意見ございますか。

河村委員、よろしく申し上げます。

河村委員 沢田委員のおっしゃった意見について、意見と質問があります。最初の御提案について、確かにインターネット通販のところの書き方は、「手口」と書くと当たっていないと思うのですが、ただ、若者の相談の多いということに関しては事実だと思いますので、「販売方法・手口」とか、そんな風に変えることによって対処するのはいかがでしょうか。この項目自体をなくす必要はないですから、相談の多い販売方法や手口という感じにしたらどうかと思いましたというのが1つ。

(3) 不適正な表示のところ、具体的な被害はないようですとおっしゃったように思うのですが、消費者団体にとって表示の問題は原点の問題でございまして、被害がないというのは何をもちて被害がないとするのが問題で、もともと一人一人は非常に少額な被害だけれども、不適正な表示によって、業者は多数の人たちにそれを売ることによって利益を上げることに問題があるのであって、ある1人の人が多額の被害をこうむるかどうかという視点ではない。

例えば主婦連の原点で言えば、牛の缶詰で、牛の絵が描いてあるのに中が馬肉だったというとき、それで病気にならなかったから、被害がなかったからいいではないかというものではなくて、取引として表示が消費者と事業者の間で適正かということなので、専らどういふ被害があったとか、幾らの被害額だったとかという視点から表示の不適正を見ないほうがいいというのが消費者団体としての私の意見です。

後藤会長 どうもありがとうございました。

飛田委員、よろしく申し上げます。

飛田委員 全体的に部会の皆様の熱心な御努力をいただきまして、よくまとまっていると思うのですけれども、第2章につきましては、例えば9ページの不適正な表示、このところで、インターネットの問題以外については余り触れられていないのですが、雑誌のような、ほとんどが広告のようなカタログ誌的なものが昨今大変たくさん出ておりまして、若い女性向けのものなどはたくさんの種類が出ておりまして、その中で被害救済にかかわる問題が起こっていたりいたします。例えば仕事を安易にそこへ通えば覚えることができるという内容の、いわばスクールの紹介的な、しかし、実態は入れ墨のようなことであったりするわけです。

そういうものも出ておりますので、商品やサービスについてこの2行「表示は後を絶たない」と、この後に何かもう少し商品あるいは広告まがいのさまざまな情報が雑誌媒体、活字媒体等にも氾濫しており、また、テレビについてもそうですけれども、とにかく広告、インフォーマーシャル、広告と広告でないものとの境がはっきりしないものの洪水という現象。これは我が国では随分許されていて、大きな問題ではないかと個人的には思っているのですが、情報量の問題についてもこれからメスを入れていく必要があるのではないかと気がしております。情報の量と質ですね。

ですから、ネット情報はもちろんのことですが、活字メディア、映像メディア、多様な、これからマルチメディアなども出てまいりますので、映像媒体が多いのかもしれないけれども、その中には、海外とのBS放送などもございますし、いろいろなものが入ってくる可能性もございます。そういったことなどにもちょっと触れていただくとよろしいのではないかと感じた次第です。

後藤会長 ほかに、一通り御意見をお出しただけいたらありがたいと思います。

よろしく願いいたします。

西沢委員 私もインターネットに絡んだところですが、まず、ちょっと質問ですが、10ページのところ、「消費者教育」という言葉が出ております。10ページのインターネットについても結びが11ページになりますが、「早い時期からの消費者教育の必要性が重要視されている」ということですが、この教育というのは学校教育みたいなものことなのかどうか、まず確認をさせていただきたいのですが。

後藤会長 よろしく申し上げます。

池本部会長 これは後ろの対策の政策のところでも触れますが、学校もですし、地域や職場、家庭、全体を含んだ教育と広くとらえております。

西沢委員 わかりました。

では、意見ですがよろしいでしょうか。

インターネットについてですけれども、まず、想定しているところ、先ほど沢田委員もおっしゃられておりましたが、私も、親に対する教育も必要なのかなと思います。

少し前ですけれども、いわゆるオンラインゲーム上で賭博に当たるのではないのかというものが報道でもされました。具体的には、ドラゴンクエストというゲームで、そこに冒険を募ってメンバーが集まるわけですが、そこでゲーム上のお金を日本円に変えるというもの。それが出ましたら、こうしたことを取りまとめていたのが13歳の少年だったという話がありました。

こうしたことに関しては、これからきっとふえていくのではないのかなと思っていて、これは事業者側にもこうした情報のノウハウがあると思っています。教育はもちろん大事ですけれども、教育という言葉を使うとどうしても学校教育みたいなイメージが先行しますが、そういったノウハウを持っている事業者の方にも伝えるであったり、御両親であったり、地域の方に対して教育というよりは、情報の共有みたいな言葉が使われてもいいのではないのかなという気がいたしました。

後藤会長 どうもありがとうございました。

それでは、ほかに何かございますか。

よろしくをお願いします。

飛田委員 教育にかかわることとして、今のゲームの問題もそうですけれども、依存症的な病理現象を少し取り上げていく必要があるのではないかと最近感じております。そういうことも、機会をどうとらえていくかということとともに、内容について少し掘り下げ、こういう選択肢がありますよという情報だけでない突っ込み方も必要ではないかということでございます。

後藤会長 どうもありがとうございました。

洞澤委員、よろしくをお願いします。

洞澤委員 これだけのものをおまとめいただき、本当にありがとうございます。

1点だけですが、高齢者の消費者被害のところですが、7ページ、図3の手前の「高齢者の相談は毎年増え続け」というところで契約金額のことが書いてあります。これは平均

値として書かれているのですが、実際にその事件を取り扱っている実情からすると、これはまさに本当に平均値ということで、被害の金額が数千万あるいはひどいときには億単位になる場合もある実情があります。こういった実情もきちんとこうした資料に反映させて被害の実態を示すことが重要ではないかと考えております。

以上です。

後藤会長 どうもありがとうございました。

ほかに何か御意見ありますでしょうか。

よろしく申し上げます。

飛田委員 15ページの「商品やサービスに関する様々な不安」の中でお取り上げいただければと思いましたが、例えば調査テーマ・取組事例が挙がってきておりますけれども、「商品においても、使用方法や条件によって」という書き方ですと、どちらかといえますと、使い古された、高経年化したといいましょうか、そういうものが余り含まれていない印象もやや言葉で、私のとらえ方かもしれないのですが。

申し上げたいことは、耐久性、安全寿命と製品寿命という言葉がありますけれども、製品については、使用の状況によっては大変危険な、年数を経たために、例えばコードを踏みつぶしてそこから火が出るとか、身近なものでもいろいろなことが起こりますので、身近な商品やサービスに潜む危険の中で使い古された商品とか、耐久性について新しい制度もできておりますけれども、そういう製品としてではない危険性についてもチェックしていただく必要があるのではないかと考えております。

これは次の課題になるのかもしれませんが、そういう危険の掘り下げ方を、実際にどのようなときに火事が起きているかとか、どのようなときにけがをしたのか、死者が出たのかということを高齢化する中でお調べいただきながら、掘り起こしていただければと思っております。

後藤会長 一通り御意見を出していただいて、後で必要な範囲でコメントしていただくということにしたいと思いますが、第2章についていかがでしょうか。

河上委員、よろしく申し上げます。

河上委員 全体の構成とも関係してくるのですけれども、少し整理をされて、一般的な表現の項目に切りかえた部分が幾つかあって、その中でさっき高齢者の問題が出てきましたが、高齢者という言葉が消えました、未成年者という言葉も消えました。でも、考えてみると、高齢者なるがゆえの問題ですね。先ほど出てきましたけれども、老人の場合は使

っている品物そのものがすごく古くなっていて、経年劣化して危なくなっているとか、あるいは心理的な一定の傾向があるとか、高齢者ゆえの問題点が相当あるはずです。

そういうものが何となく安全・安心という一般的な言葉の中で隠れてしまってなかなか見えにくくなってしまっている感じがしたものですから、逆に一般化して、整理されたということでもいいなという部分と、問題点が少し隠れてしまったのではないかという気もするので、その辺を少し考えてみてはどうかということでございます。

後藤会長 どうもありがとうございました。

お出しいただいた御意見を踏まえてまた見直しをしていただくことになりますが、特にここでコメントをしておきたいということがありましたらお出しください。

部会長、何かございますか。あるいは事務局からでも、特にこの点はということがありましたら。

一応、御意見を踏まえさせていただくということで進んでよろしいですか。

消費生活部長 会長、ちょっとよろしいでしょうか。

後藤会長 お願いします。

消費生活部長 都議会議員の伊藤まさき委員がいらしたので、御紹介だけさせていただきます。

今回、委員の交代ということで、都議会議員の伊藤まさき委員でいらっしゃいます。

伊藤委員 どうぞよろしくをお願いします。

後藤会長 それでは、第2章については以上でよろしいでしょうか。

河村委員、よろしくをお願いします。

河村委員 飛田委員や河上委員の御意見に対して私の補足といたしますか、さらに一言言わせていただきます。

経済産業省で長期使用製品安全点検制度と長期使用製品安全表示制度という2つの新しい制度ができて、余りわかりにくいので、消費者団体でパンフレットをつくってくれと言われて、昨年、啓発パンフレットをつくりました。

点検制度は製品が指定されていまして、例えばビルトイン式の食器洗い機とか幾つか、ある条件のふる釜とかがあるのですが、何で安全点検制度かという、消費者自身では、外から見るとすごくちゃんとしているように見えるのだけれども、例えばビルトイン式の食器洗い機だと設備の裏側で小動物が配線をかじったり、見えないところで部品が劣化していたりすると火事になる事例もあります。そういうものは消費者が、外から見てわから

ないので、定期的にきちんと、有償だけれども、何年かに一遍は必ず点検することで事故を防いでいこうという制度です。

安全表示制度のほうはそれほどの大事故の可能性は低いものの、小さな事故が多発している製品が対象で、さっきおっしゃったみたいに、ちゃんと回っている扇風機から突然煙が出たりすることがある。もともと製品に欠陥がなくても、長期に使用するとそういう恐れがある。それでこの種類の製品については、使用期間は何年が目安ですということを製品に表示するようになった、こちらも製品が指定されています。クーラーとか扇風機などです。

国の制度ですけれども、そういうことから啓発していくこともとても大切なことなのではないか。きれいに大切に長く使っていたばかりに、見た目はぴかぴかだけれども、危険だったということがありますので、そういう啓発は大事だと思います。

後藤会長 どうもありがとうございました。

よろしく申し上げます。

洞澤委員 高齢者の消費者被害のところでもう一点気になった部分がありまして、6ページで「都民の高齢者のおよそ4人に1人が一人暮らし」ということで、その部分が強調されておるのですが、逆に言うと、それ以外は家族と暮らしていらっしゃるということもあると思うのですけれども、消費者被害で家族と暮らしていらっしゃるながら、家族に気づかれないで被害が拡大している例も非常に多くて、その意味では、見守りとかが十分になっていないということで、家族に対する教育であるとか、そういった部分も必要ではないかということが1つ目です。

もう一つ、高齢者の投資被害に限らず、投資被害一般に言えることですが、近時、非常に手口が巧妙化している関係もあって被害回復が難しいということがこの手の被害を非常に拡大させている部分もあるので、その点も意識した記載が必要かと思っております。

以上です。

後藤会長 どうもありがとうございました。

よろしく申し上げます。

生活安全課長 事務局でございます。生活安全課長の犬野と申します。どうぞよろしくお願いいたします。

今、何点か委員の皆様方から高齢者の方の長期使用製品の安全性等に関する御意見を頂戴いたしました。私どもも大変参考にさせていただきたいと存じます。

なお、東京都におきましても、ヒヤリ・ハット調査をやっておりますけれども、今後、製品に問題があるけれども、だましながら使っているという観点からの掘り下げた調査も行っていきたいと考えてございます。

長期使用製品、特定保守製品9品目ございまして、こちらは国の制度でございますけれども、市区と連携しながら安全性の確保にこれまでも立ち入り調査等を行っておりますが、今後ともPRに努めていくなど、改善を図っていく方向で検討させていただければと思っております。

どうぞよろしくお願いいたします。

後藤会長 どうもありがとうございました。

それでは、第3章「重点施策」に移らせていただきます。

御意見等がございましたらお出してください。

よろしく申し上げます。

畔上委員 大変よくまとめていただいて本当にありがとうございます。また、今、皆さんの御意見を聞いていて大変勉強になりました。

私は、重点施策の中に消費者教育の推進が入ったことは大変重要だと思っています。しかしながら、計画の策定と地域協議会の組織化の問題ですが、「都としても検討する必要がある」とまとめていらっしゃるのですが、私の思いとしては、全国に先駆けて首都東京が計画を立てると、ぜひしていただきたいという思いがありまして、ぜひ積極的な姿勢を示していただく文言を何か書いていただけたらありがたいと思いました。

これは意見ですが、具体的には、ちょっと伺いたかったのは、都として今後検討に当たってどのような流れで進められようかとされているのか。あと、先ほどもちょっと御発言の中にありましたが、「地域、学校、職場など様々な場における消費者教育の推進」となっているのですが、「区市町村への支援にも積極的に取り組んでいく必要がある」と書いてあるのですが、何かもうちょっと具体的に書くことができないものかどうかということをお伺いしたいのですが。

後藤会長 これについてはいかがでしょうか。

よろしく申し上げます。

消費生活部長 今、畔上委員からのお話でございますが、国に向けて先駆けてという部分につきましては、具体的な施策の例の中で「体系的な消費者教育の推進」について、「体系的な消費者教育のためのプログラムを作成し」ということで、どういう体制でやるかと

いうところも、まだこれから来年度に向けてということで人員とか予算の要求段階なので、まだこの書きぶりは、「プログラムを作成し」というところで読み取っていただければと思っております。

また、今後のスケジュールにつきましては、現在、消費者教育推進法が恐らく年内施行と国のほうから聞いておりますが、その後、国のほうで指針が出るというものもあるものですから、その辺をにらみながらスケジュールをどうするかというのはこれから検討を進めていきたいと思っております。また、この審議会の場等を活用させていただきながら情報提供をさせていただければと思っております。

後藤会長 どうもありがとうございました。

それでは、ほかに御意見はありますか。

よろしくをお願いします。

詫間委員 今回の教育の推進法の成立は非常に画期的なことなので、それに関連いたしまして、ここの教育というのは非常に幅広く、地域、社会等も含めての教育ということですが、1つの柱として学校教育があるわけがございます。これはやはり非常に年齢的な段階から早く、児童生徒の段階から、一般社会人も大事ですけれども、なかなか定着しませんので、早い時期から一種のカリキュラムをつくって教育していただくことがひとつ大事ではないかと思っております。

先ほど部長からもお話があったように、施行がまだ年内に固まっていますが、教育庁から白川幹事がお見えになっておられると思うのですが、学校教育に関して教育庁も何か前向きな計画といたしますか、例えば総合的な学習の時間を活用して副読本等を使って組織的な、体系的な教育をするということ、何かそういう御計画があればお聞かせいただきたいのですが。

後藤会長 どうもありがとうございました。

いかがでしょうか。

教育庁教育政策担当部長 教育庁の白川でございます。

今、お話がございましたように、新学習指導要領の中で幼稚園から高等学校まで消費者教育も含めた学習指導要領が、順次実施されているところでございまして、最後に高校が残っております。中学校が24、25年にかけてまして全面実施となるところでございます。

特に各教科でございます。例えば中学校ですと、技術家庭科の家庭の分野におきまして、身近な消費生活と環境。高校ですともう少し具体的に申し上げますと公民では市場経済の

機能と限界、家庭科におきましては、適切な意思決定に基づいて生涯を見通した生活における経済の管理や計画ということがございます。小学校ですと、身近な消費生活、特に金銭の大切さ、計画的な使い方。中学校では、公民的分野におきまして、身近な消費生活を中心に経済活動の意義を理解させるとされております。

このような形で法改正も踏まえまして、一番身近な例でいきますと、それを教科書に反映して、その中でこういったものを学習していくというふうに決まっているところでございます。実際には各教科書会社が発行する教科書によりまして授業を展開していくことになるところでございます。

以上でございます。

後藤会長 どうもありがとうございました。

詫間委員 ありがとうございました。

今、おっしゃったのは、教科に入っている授業内容だと思いますが、教科横断的に、例えば小学校ですと、1、2年生は生活科ということでございますけれども、その辺から始めるというのがあれかと思えますのと、教科横断的なものとしては、学級指導とかいろいろあります。さっき申し上げた総合的学習の時間がかかなりございます。その辺も今後、努力目標としてお考えくださればと思っております。

後藤会長 それでは、河上委員、よろしく申し上げます。

河上委員 白川幹事の話の前で、さっき言っていただいたので、実はそのことを申し上げようと思ったのですが、結局、消費者教育をする場合に、余り特別な枠組みをつくって入れるということをする、どうしてもそのときはやるのですけれども、そこから先のところがおろそかになってしまうということで、基本的には学習指導要領から変えていかないといけなくて、その学習指導要領の中に、この場面ではこういう局面で消費者問題について扱うというものを一つ一つカリキュラムとして形成していただく。それは教育者だけがやることというよりも、むしろいろいろな各界の方の意見を集めてカリキュラムを見直すという作業をぜひ文科省を挙げてやっていただく必要があるのではないかという気がします。もちろんさっきおっしゃったように、総合科目として横断的なものもその中につけ加わっていくことは大変大切なことだろうという気がいたします。

もう一点、消費者教育を推進していく上で、今回、消費者教育推進地域協議会という形で団体が出てくることになって、これはいろいろな意味で非常に大事な場面になるのではないかと想像しておりまして、その協議会が余りこれまでのような、例えば行政の方と消

費者団体の方と教育機関と小さくまとまった協議会をつくるのではなくて、やはり相当広く、消費者団体の方、消費者相談員の方あるいはPTAとか学校教育に携わっている先生とか、かなり具体的なイメージを提供して、こういう人たちを集めてフォーラムをつくって子供たちにどういう教材で、どういうことを教えていったらいいかを相談し合うというイメージが提供できる書きぶりにしておいたほうがいいのではないかと思います。

最後のほうで連携として、事業者との連携、行政との連携と一般的に書いているのですが、具体的にどういう形なのでしょうというものが見える連携の形を、「教育機関をはじめ様々な団体」というだけではなくて、少し具体的に書き込んだほうがいいのではないかなという気がいたしました。

後藤会長 では、この点についてはそれを踏まえて少しお考えいただき、御検討いただくということによろしいでしょうか。

ほかに重点施策について何かございますでしょうか。

宮崎委員、お願いいたします。

宮崎委員 重点施策4、消費生活総合センターの機能の充実の記述の部分ですけれども、もう少し具体的に書いたらどうかという感じがするのです。施策の具体的な方向ということで、次のテーマとも関係するかもしれませんが。したがって、どこで書くかですが、22ページで重点施策ということで書くわけですので、もう少し具体的に書いたらどうか。

それはどこかと申しますと、10の専門分野で今、相談処理を実施しているというくだりです。ここで例えば高齢者の問題が今、縷々指摘がありましたけれども、何か具体的な消費者トラブルが1つ、インターネットについても昨今の被害の増加が顕著であるという状況がありますので、それを受けて、そういう部門も強化するとかという点が1つあります。どのようにそこは今、お考えなのか事務サイドの御説明をいただきたい。

相談員については、質、量ともに強化するという姿勢のようですので伺いたいのですが、相談員の人的体制が現状どうなのか。そこを次の5カ年でどのように量的に強化するお考えなのか。質、量ともに強化すると書いてありますが、相談の内容的な部分でこのように強化するみたいな何か具体的なことを書ければいいなという感じがいたします。

具体的には、「相談受付時間を延長する」という記述がありまして、これは既にこれまでも相談時間の延長をしていることは承知しておりますけれども、現状どうなっているかということをお説明いただきたいし、それを受けて今後さらに強化するのであれば、どのような方針をお持ちなのか、そこをちょっと御説明いただければありがたいと思います。

以上です。

後藤会長 どうもありがとうございました。

これについては、都のほうからの御説明をよろしく願いいたします。

消費生活総合センター所長 消費生活総合センター所長の佐藤でございます。よろしく
お願いいたします。

それでは、今、宮崎委員からお話があった点についてお答えします。

まず、10の専門分野についての御質問ですが、高齢者相談が非常に多いということが
ございまして、10の専門グループのうち1つは高齢者相談にかかわるグループを設けて
ございます。それ以外にインターネットにつきましては、いろいろな分野にわたるとい
うこともございますので、それについて特別に1つの専門グループを設けることはせずに、
相談員のいろいろな研修を通じて知識、ノウハウを付与して、相談力の向上を図っている
ところでございます。

続きまして、相談員の現状等につきましては、現在、40名の相談員が対応してござい
ます。10の専門グループですので、1グループ4名の体制で行っております。ここに書
いてあります「相談対応力の向上」について、具体的に事務局として想定している内容と
いたしましては、現在、東京都として相談員の研修を行っておりますが、それに加えまし
てADR機関や民間の事業者団体の皆さんとの情報交換をより充実させることにより、具
体的には、例えばADR機関であれば、具体的に専門分野ごとにどういう相談が多いのか、
どういう対応をしているのかという情報交換をすることによって、知識、ノウハウの向上
を図っていくという取組を考えております。

相談サービスの質及び量の向上・拡大につきましては、都の相談の受付時間の現状を申
上げますと、基本的には、平日と土曜日の9時から16時まで相談を受け付けておりま
して、さらに一部の分野については17時まで行っております。

一方、区市町村の相談の受付時間を見ますと、16時までであったり、17時までやっ
ているところもございますので、そういう区市町村の相談窓口の受付時間の状況や、16
時以降の相談のニーズ等を勘案いたしまして、相談受付の時間の延長を考えてまいりたい
と思っております。

その体制につきましては、現在検討しておりますので、具体的な数字は現時点では申し
上げられないのですが、ニーズが多くて体制がある程度必要だということであれば
ふやす方向で調整をしてみたいと考えております。

以上でございます。

後藤会長 どうもありがとうございました。

詫間委員、よろしく願いいたします。

詫間委員 今、御説明いただいたのでよくわかったのですが、私も少し前に飯田橋の総合センターに見学に上がらせていただいて、非常に活発に、熱心にやっただいてるので、感心したわけですが、あえて言えば、少しハードの面、例えば商品テスト能力といいますか、これはちょっと予算もかかるし、お金もかかりますので、余り強くは言えないかと思いますが、例えば非常に複雑な事故が商品で起きた場合、私ども都の協議会では、先週、エアコンの室外機の爆発の問題を取り上げて提言を部長のほうに差し上げたわけですが、そういうちょっと大がかりで複雑な商品が事故を起こした場合のテストでは、そういうものを外注されておったのでございますか。N I T Eあるいは国民生活センターとか、より大きなところがございませぬ。その辺の御事情をお聞かせいただいと申ったのですが。

後藤会長 その辺について、よろしく願います。

生活安全課長 生活安全課長のほうからお答え申し上げたいと存じます。

製品の安全、商品の安全性につきましては、いろいろ複雑な、今、先生からお話がありました原因調査・分析をしなければならないケースから、本当に身近な商品の使い勝手みたいなところまで、非常に幅の広い対象でございます。もちろん消費生活総合センターで身近な商品について随時いろいろな形で調査をし、またできる範囲で分析を行っておりますけれども、複雑な問題等につきましては、役割分担等もあろうかと存じますが、N I T Eですとか、これは国のほうの製品評価技術基盤機構でございますけれども、そういったところとよく連携をしながら行っているのが現状でございます。必要に応じまして外注等も行っておりますが、全体で見て判断をしていくという取組を行っているところでございます。

以上であります。

後藤会長 どうもありがとうございました。

飛田委員、よろしく願います。

飛田委員 全体的にいろいろ網羅していただいていると思うのですが、重点施策4に当たりますけれども、まだ法案が通っていないと思いましたが、集団的な消費者被害の訴訟の問題です。それを扱うためにも、例えば重点施策4の2つ目のブロックになると思いま

すが、「消費者被害の未然・拡大防止を図っていくためには」というところに「集团的被害の救済」という言葉も入れていただいて、私が思っておりますことは、区市町村に全く相談窓口がないということは、集团的被害が発生していても、その受け皿がないことになるのではないかと懸念しております、今後5年間の計画でございますから、やはりゼロワン地域をなくして、そのような基盤づくりをこの「機能の充実」の中に入れていただく必要があるのではないかと思っております。

そういう意味では、相談受付時間の延長なども具体的なところに入れていただいておりますので、これもとても重要なことで、一たん集団被害が起こりましたときにはどのようにそれを吸い上げていくかという具体的な作業が大変重要になってまいりますし、そのための敷居をできるだけ低くしていただく御工夫をいただければありがたいと思っております。

もう一つ、例えばセンターがいろいろなことを、被害の相談を受け、解決を図られるときに、浄水器の問題などで放射能の汚染に対して浄水器が効果ありというようなことで、悪質業者が商品の売り込みを行ったことがございます。その後、浄水器協会という業界団体が現在のJISの基準とか規定では、そこまでは満足していないということを業界のほうで情報公開したりしております。今後、試験方法の開発などが行われるかもしれませんが、そういう被害があったときに情報提供をされる場合、あれは多分タイムラグがあったと思うのですが、業界団体との協力体制ということを申し上げたいのです。浄水器に限りませんが、業界団体の自主規制とか情報公開、そういったことの強化もこれからセンターの後押しで強くしていただく必要があるのではないかと思っておりますので、そのあたりも触れていただけると。

ということは何かと申しますと、消費者教育のところにもなるかもしれないのですが、相談処理に必要な情報の提供等にもなるかと思っておりますし、あるいは相談員等への研修の実施の中にも、自主規制ではこうなっているからとか、業界はこのような意見をまとめているから、そういうことを言っても通用しませんよと。あとは、アウトサイダーの問題を何とかしなければなりませんねという方向づけをセンターでもしていただけたら、業界に対する指導にもなるのではないかと。消費者に対する対応、業界に対する対応を両面から今後5年間のことでございますので、私のつたない発言ですが、そこからお酌み取りいただけたらありがたいと思っております。

後藤会長 どうもありがとうございました。

それでは、今の御意見はどこに位置づけるかも含めて御検討いただくということによろしいでしょうか。

(「はい」と声あり)

後藤会長 では、重点施策については以上でよろしいでしょうか。

(「はい」と声あり)

後藤会長 それでは、第4章「政策課題と取組の方向性」について御意見をいただきたいと思います。よろしく願いいたします。

沢田委員、よろしく願いします。

沢田委員 重点課題のほうで申し上げてもよかったのですが、同じ話なので、両方にかかる話として、重点施策1、悪質事業者の取締りと市場からの排除と政策課題2に関連する件です。

重点施策のほうで言うと、19ページの下のほうに「新手の手口、商法を把握し、あらゆる法令、条例を駆使し、積極的に行政処分を実施」と、こういうのはカッコイイと思っ
て見えています。どんどんやってほしいと思います。

次のページにも、「インターネット上の広告表示監視や不適正な表示を行う事業者に対する指導を徹底」というものがあります。政策課題のほうにも落としていただいて、29ページにあるわけですが、ここでの願いは、先ほどの話とも関連するのですが、インターネット関連の悪質事業者が、第1回のときに申し上げたと思いますが、どんどん海外に逃げているので、国内でインターネット経由の悪質事業者をいかにつかまえようと思っても、もういなくなっていることも多い。今後5年ということであれば、特に海外に逃げている、海外から日本向けに悪質なことをしている人たちに対して、取締りというのは現実的ではないでしょうけれども、例えばネット経由でコラコラと言うぐらいだったらできるでしょう。連絡先も何も表示がないようなところが普通に日本語で偽ブランド品を日本の消費者に向けて売っていて、平気で若者が買っている状態です。買っているというか、詐欺られている状態。

これは、何とかしなければいけないと思いますので、こういうサイトは危ないということ
を情報提供していただくなり、悪質事業者をどうしたらなくしていけるかというスタ
ンスで、国に対していろいろ要請していただくなど。国はなかなか、国を越えての執行には
腰が引けているところが当然ありますが、国がやらないのなら都がやると、どこかであ
ったような話をここでも頑張ってください、国に対してもっと国境を越える法執行を考え

てくださいと都のほうから情報を上げていただく、要請を上げていただくことをお願いしたいと思います。

以上です。

後藤会長 どうもありがとうございました。

御意見を一通り出していただいて、まとめて必要があればコメントをいただくことにしたいと思います。

河村委員、よろしく申し上げます。

河村委員 32ページの誰もが安心できる消費生活の実現の具体的な施策の例の3つ目に「食品の適正表示の推進」というものがあり、その中身が表示の知識の普及と消費生活調査員による調査等と書いてあるのですが、非常に消極的。適正表示の推進の中身がなぜ表示の知識の普及なのかと。それはすごく大切なことですが、適正化するということは消費者にはできないですから。そのあたりがよく読みとれなかったのが、不当な表示というものをどうするのかと思ったら、その前の悪質事業者の市場からの排除という、政策課題2のところに表示のことが出ているのですが、特に食品ということをここで挙げているわけではないので、この辺の関係性がわかりにくいと感じました。漠然とした意見で申しわけないのですが、商品やサービスの安全・安心の確保というところの中身は、情報提供とか啓発ということが中心に書かれていて、取締りに関しては政策課題2のほうに行くのかなと思ったのですが、しかし、インターネットに関しては政策課題3の中でかなり具体的に31ページのところで「取締りの徹底」と一番下の行に書いてあります。この課題については、取締りのことなのか、情報提供のことなのか、あいまいな感じがいたしました。ただ、課題2と課題3の内容がある程度重複してしまうのは仕方がないと思います。ただ、3では、インターネットとそれ以外のところで書きぶりが違うので、その課題で何が言いたいのかというのが、とらえにくいという気がいたしました。

後藤会長 今回の御意見は、全体の構成に関係することですので、それを考えながら、また見直しをしていただきたいと思います。もしここで何かコメントがありましたらお願いいたします。

特になければ今の御意見を踏まえてということによろしいでしょうか。

よろしく申し上げます。

企画調整課長 関係局からも情報をいただきながら、部会長、会長と御相談させていただきます。

後藤会長 どうもありがとうございます。

それでは、よろしく願いいたします。

第4章につきましてほかに何か御意見はございますでしょうか。

宮崎委員、よろしく願いします。

宮崎委員 38ページ、市区町村との連携ということを特別な項目としてうたっている
と理解しております。ただし、ここでも目標とする、掲げている項目がやや抽象的なものか
なという感じがするのは、もう少し何か具体的な方向性なり、施策を立てて、それを具
体的に書き込んだらいいのではないかなという感じがいたします。

具体的にどこかということですが、市区町村との連携の中で、相談員の能力向上が必要
です。そのための研修を実施する。それを強化するという表記があると思いますけれども、
そこで質問したいのは、現状ではどういう研修をなさっているのでしょうか。特に研修を
どういう形でされているのでしょうか。指導者をどのような位置づけでなさっているか。
シリーズか何かでなさっているか、そういう形態についても少し御説明いただけるとあり
がたい。

もう一点は、消費生活行政職員向けの情報誌を発行するとありますけれども、この情報
誌も、よほど内容を絞った効果的な内容の情報誌を発行していかないと意味がないと感じ
ますが、それについてはどのような構想でいらっしゃるのでしょうか。

2点伺いたいと思います。

後藤会長 どうもありがとうございます。

これについては、今ここでお答えいただくということでよろしく願いいたします。

消費生活総合センター活動推進課長 活動推進課長の柳田でございます。

ただいま区市町村への研修としまして、新任研修を各行政担当者に1回、相談員に1回
やっております。既存の相談員の方については年5回やっております。行政担当の職員
には4回ということで、さまざまな現状の課題、区市町村からのアンケートをもとに課題
を決めまして、それで毎年提供している状況でございます。

消費生活総合センター所長 情報誌について補足いたしますが、基本的に月1回、相談
窓口の職員、消費生活行政職員向けに情報誌を発行しておりまして、内容としては、相談
の状況や相談処理のため具体的な事例をもとにしたノウハウ等の情報を紙ベースで提供し
ています。

それ以外にも、区市町村と当センターとで暗証番号を使って情報をやりとりする消費生

活相談支援サイトというシステムを使いまして、より具体的な情報をできるだけスピーディーに提供する取組を実施しております。今後、その内容等を充実してまいりたいと考えてございます。

後藤会長 どうもありがとうございました。

宮崎委員 最後の暗証番号云々というのが少しわからないのですが。もう少し御説明いただけたらありがたいですが。

消費生活総合センター所長 消費生活相談支援サイトには、いわゆるID番号等を入力しないとそのサイトが閲覧できない仕組みをつくってございまして、情報のセキュリティを保っているシステムでございます。

具体的な中身としては、A社の関係でこういう相談が寄せられておりますですとか、行政処分等の情報で、例えば昨年度、安愚楽牧場の経営破綻がありましたけれども、安愚楽牧場に関する相談が増加傾向にありますといった情報を提供いたしました。

後藤会長 それでは、ほかにございますでしょうか。

長谷川委員、お願いします。

長谷川委員 37ページの「事業者団体等との連携」についてです。この中でかなり消費者教育における連携のことが書かれてございまして、事業者団体としても非常にこれは重要なことと認識しております。具体的な施策の例で「事業者の都民向け啓発・教育を促進するため、場の提供や教材作成・PR等について支援」という表現になっています。このこと自体は結構なことと思いますが、事業者がそれぞれ個々に、思い思いにということで教育を行ってもいかなものかという面があります。先ほど、事前に、消費者教育推進地域協議会というようないろいろなパーティーが参加し、その中で進め方や内容について論議するのが重要だという御意見がありましたけれども、ぜひその中に、事業者も加えて頂き、事業者として消費者教育に具体的にどのように参画し、どのような形で支援するのが最も効果的なのかということをしっかり決めていただくこと、その上で事業者が参画する形をとるのが効果的ではないのかと思います。

その下の「従業員に対する消費者教育」ですが、企業の中の従業員に対して消費者教育を行うことと理解できますが、実態として本当に現実的かなという思いもあります。個々の企業において、このような教育機会はもちろん持てますが、経営者を含めた広い範囲での事業者セミナー等を企画し、消費者教育の必要性等について広く啓発をすることも必要で、より効果的ではないかと思います。経営者とか管理者にも目を向けた工夫をしていた

だけると大変よろしいのではないかと思います。

後藤会長 どうもありがとうございました。

それでは、飛田委員、よろしく申し上げます。

飛田委員 35ページの下に消費者の取り組むべき活動について、「持続可能な社会の実現に向けた支援」というものがございます。ここも余り具体的に、ここに挙がっていますことと、食などについては、意識啓発と書いてあるだけですけれども、ここで思いましたことは、例えば食品ロスの問題などは持続可能性を考えていく上でも非常に重要な消費者問題でもあると同時に、これは事業者団体の方々とも連携をしませんと、最近、事業者の方々も取り組まれるということが新聞報道等に出てまいりましたが、以前より実は食品の表示の問題に絡めて、消費者庁などの会議のときにも申し上げたことがあるのですが、事業者さんが製造された製品について早いうちに流通業界の方が特に小売りの方、流通業界の方がメーカーに対して返品をするルールが、商慣習があることがありますものから、消費者の鮮度志向もさることながら、事業者の方々のそのような長い慣行を改めることが必要ではないかと思いましたので、事業者の方々への啓発をしていただきたいということを正直申しますと、発言したことがございます。

最近、その取組も始まったようで、消費者にのみロスの問題を責任転嫁されることのない方策もとられるのかかもしれませんが、事業者団体との連携の中には、資源の有効性などについて事業者が、流通業界だったり、メーカーであったりいろいろあると思いますけれども、悪しき慣行はないかとか、それからまた森林資源について持続可能な森林からのものを使っているか、全体的な製品のライフサイクルにおいて環境負荷がどの程度ゼロに近くなっているかとか、さまざまなことを事業者の方々にも協力していただかないとだめだろうと思っております、(4-4)で書かれている、ここについて大きな異論があるわけではないのですが。

具体的には、食堂で言えば、御飯が全く同一サイズというか、選びようがない場合が多いわけです。でも、私などはだんだん年をとってきてちょっと余り、お隣の人を見てんこ盛りなのを見ると、お店の中でそういうことを見ますと、小盛りにしてくださいとか、御飯を減らしてくださいと申し上げるのですが、お店によっては、減らすと料金を減らしてくれる店があることに気がつきました。S、M、Lでも何でもいいですから、例えば外食産業などには指導があるとよろしいと思いますし、食べ切れないものを持ち帰る。それはもちろん衛生上の問題がありますから慎重にやらなければならないのですが、いわゆる

ドギーバッグみたいなものを提供していただくのもいいです。

先ほど申しましたような、そもそも加工食品等についての返品ルールなどは、私たちの手の及ばない、消費者の手の及ばないところでの大きなロスを生んでいることでございますので、ぜひ事業者団体との連携の中には、資源問題なども入れていただいたり、環境問題なども入れていただきたいと思いながら読ませていただきました。

以上です。

後藤会長 どうもありがとうございました。

ほかに何かございますでしょうか。

第4章につきまして、ただいまの御意見を踏まえて見直しをしていただきますけれども、ここで事務局あるいは部会長から何かありましたらお願いいたします。

よろしくをお願いします。

池本部会長 まず、全体的にいただいた意見をなるほどと思いながら、非常に多角的な観点をいただきました。項目的にどこへ入れるかということで提案いただいたところではなくて、こちらで少し触れてあるのだけれどもというものが何点かあったので、どう位置づけたら体系的に整合性があるかを含めて少し検討をしていきたいと思えます。

後藤会長 どうもありがとうございました。

それでは、一通り御意見をお出しいただきましたので、以上で第4章まで終わったということですのでよろしいでしょうか。

(「はい」と声あり)

後藤会長 ささまざまな御意見をいただきましてありがとうございました。

幾つかの修正の御意見がございまして、具体的に修文が必要な部分もございまして。修文の問題につきましては、私と部会長にお任せいただいて、その後、皆様に御確認いただくという形で進めさせていただきたいと思えますが、よろしいでしょうか。

(「異議なし」と声あり)

後藤会長 それでは、そのようにさせていただきます。

それでは、本日、小林生活文化局長に御出席いただいておりますので、ここで一言御挨拶をお願いいたします。

生活文化局長 生活文化局長の小林でございます。

本日は、中間のまとめ(案)につきまして、熱心に御審議をいただき、さまざまな御意見を頂戴いたしまして、まことにありがとうございます。

部会の委員の皆様には、7月の諮問から精力的・集中的に御検討いただきまして、本日の中間のまとめ（案）を作成していただいたところでございます。改めまして、皆様方の御尽力に感謝を申し上げます。

このたびの中間のまとめ（案）につきましては、きょう、内容の説明でありましたように、最近の消費生活の現状認識としてインターネット利用に関する消費者被害の拡大あるいは消費者教育推進法の改正を踏まえまして、重点施策として消費者教育に取り組むといった内容を盛り込ませていただいております。

今後5年間の東京都の消費生活行政の指針となります「東京都消費生活基本計画」の改定に向けて大きな方向性を示していただいたと感じております。

委員の皆様方におかれましては、引き続き最終答申に向けまして、さらなる御審議をお願いいたしまして、簡単ではございますが、私の挨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。

後藤会長 どうもありがとうございました。

続きまして、今後の予定につきまして事務局から説明をしてください。

よろしく願いいたします。

消費生活部長 御議論いただきまして、まことにありがとうございました。

中間のまとめ（案）につきましては、本日御審議いただきました内容及び追加意見をあわせて事務局で修正させていただきます。追加の御意見につきましては、本日まだご発言できなかった部分等もございましたら、大変恐縮でございますが、文書にて、本日から1週間後の10月16日火曜日までに事務局にお寄せいただければと存じます。修正案につきましては、会長及び部会長に御確認いただきまして、最終調整したものを中間のまとめとさせていただきます。その後、今月下旬より、3週間程度、中間のまとめについてパブリックコメントを実施いたします予定です。都民の皆様から寄せられた御意見について、11月下旬に再度、部会で御議論いただき、最終答申案を取りまとめていただく予定でございます。最終答申案を12月下旬に開催予定の第4回総会にお諮りいたしまして、審議会からの答申を頂戴いたしたく、よろしく願いいたします。

なお、総会の開催日につきましては、お手元に日程調整表をお配りしておりますので、大変恐縮ですが、御記入の上、机の上に置いていただくか、また別途御送付いただきますよう、お願いいたします。

後藤会長 どうもありがとうございました。

今後の予定につきましては、ただいまの御説明のとおりでよろしいでしょうか。
それでは、これをもちまして、本日予定された審議は終了になります。
御協力どうもありがとうございました。

午後3時15分閉会