

# 東京都消費生活基本計画の改定について (中間のまとめ)に対する意見募集結果

## 1 意見募集の概要

### (1) 周知方法

生活文化局ウェブサイトに募集要領を掲載

### (2) 募集期間

平成24年10月25日～平成24年11月14日までの21日間

### (3) 意見提出先及び提出方法

生活文化局消費生活部企画調整課にファクシミリ、Eメール、郵送で送付されたものを受付

## 2 集計結果

### (1) 意見件数 10件

#### 【提出主体の内訳】

提出主体	計	A 消費者団体	B 生活協同組合	C その他団体
件数	10	5	2	3

「Cその他団体」は区市町村を含む。

### (2) 意見総数 84件

#### 【意見の内容】

意見の内容	計	(1) 計画の基本的考え方	(2) 基本認識	(3) 重点施策	(4) 政策課題	(5) その他
件数	84	10	9	32	27	6

### 3 主な意見（表題については都民意見募集時のもの）

#### （１）計画の基本的考え方

- 1 「消費者市民社会」の位置づけがされたことを評価する。  
この言葉を始めとして、その内容等について広く都民に浸透していくよう、さまざまな働きかけを行っていくべき。

- 2 「消費者市民社会」の実現を目指すということを全体に貫き、明確に表現してほしい。  
消費者教育推進法の施行と合わせて、東京都の各施策に貫かれた意志として、より明確に表現すべき。

- 3 「消費者市民社会」が誰にでもイメージしやすいような表現に改善するべき。  
特に「消費者の消費行動」と「持続可能な社会をつくる」ことの関連性があいまいに表現され、つながりがわかりにくくなっている。

- 4 有効な検証・評価を行えるよう、手立てを講じるべき。  
たとえば、消費生活対策審議会への提案・報告において、数値での明示や不十分な取組に終わった事項の原因報告等の明示などで、有効な検証・評価を行い、施策・事業に反映させるべき。また、消費生活対策審議会に留めず、有効な検証・評価が行われるよう、広く都民の意見が反映される手立ても講じるべき。

#### 【意見に対する考え方】

答申では、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くとする「消費者市民社会」の実現に向けては、単に知識の習得にとどまらず、主体的に行動できる力を育てる消費者教育が必要とされていることを基本理念として盛り込んでいます。また、審議会では、今後「消費者市民社会」の概念について広く普及を図っていくべきと考え、答申の注釈において、消費者教育推進法での定義とともに、2008年版の国民生活白書を参照していただくよう紹介しています。

また、計画の実効性確保のため、都は、毎年度当初に、各施策・事業について、具体的な数値を含め、審議会に実績を報告するとともに、審議会の意見を尊重して施策・事業に反映するよう提言しています。

#### （２）消費生活の現状に対する基本認識

- 5 高齢者、若者の被害は相談件数だけでなく、解決の時間までをトータルして考える必要がある。若者の被害については軽々しく取り込まれているという現状もありインターネット関連の事業は、警告教育の必要がある。

6 潜在的な相談対象者についての記載や、その対応が必要である。  
消費者庁が実施した「消費生活に関する意識調査(2011年度)」では、被害に遭ったが、誰にも相談しなかった人が約4割いる、という結果が出ている。

7 消費者教育の機会や情報伝達の不足が後退したことが全ての原因と考え、消費者教育推進法を重視して、経済だけの消費者教育に止まらず、幼児の時から「わが身を守る」ためのカリキュラムを、一貫して教育の現場で義務付けることが重要である。

8 「消費生活の現状に対する基本認識」について賛成する。  
現状に対する基本認識は、東京都内の消費者問題の状況を的確かつ真摯に把握されており、大いに共感するものである。高齢者及び若者の消費者被害が増えていること、消費者教育など消費者への情報発信の課題もあるなど、まさに東京が日本の縮図であり、今後とも、東京都が先駆として消費者行政を強化していかなければならないことについては、全く異論がない。

#### 【意見に対する考え方】

答申では、消費者被害が一向に減らない状況にあることに加え、相談窓口寄せられた件数以外にも、潜在的な消費者被害が多数あると考えられることから、都において、引き続き、様々な場を活用して相談窓口の周知を図り、消費者被害の救済及び未然防止につなげていく必要があることを提言しています。

また、消費者被害の未然・拡大防止のためには、様々な場において、消費者教育を促進していくことが必要であることを提言しています。

### (3) 重点施策

#### 重点施策 1 悪質事業者の取締りと市場からの排除

9 「重点施策 1」について賛成する。  
悪質事業者の取締りと市場からの排除は、庁内連携を密にして、法令・条例等の積極適用を図ることで、市場の健全化を方向付け、消費者が安心・安全に暮らせる土俵を提供することであり、積極的に実行されることを望む。

10 悪質事業者に対抗できる悪知恵がない限り、悪質事業者は速やかに市場から追放する仕組み(条例)が必要である。

#### 重点施策 2 消費者教育の推進

11 それぞれのくらしのステージ(学校、自治会、職場等)で、消費生活に関する教育プログラムを推進することは必須であると考え、各区市町村での消費者行政への取組に差があることをふまえて、東京都が積極的に支援や働きかけを行うべき。

12 特に子供たちの消費者教育は家庭と同様に早ければ早い程良い。都・区市町村の連携で実施の可能性が期待できる。

13 各自治体や消費者センターや生協などで、消費者力検定講座、消費者カレッジ、消費者問題推進委員など消費者力アップの講座教育を進めているところだが、これらの制度で学んだ力を有効に活用していくべき。

14 努力義務となっている、協議会の設置について都の姿勢が不明である。推進のために多様な関係者が協議する場は必要であり、設置を要望する。消費者教育に限らず、消費者行政において、幅広い関係者・機関との連携の必要性が高まっている。

15 特に学校での消費者教育においては、教育所管の理解が、教育の推進を図るうえでの重要な課題となる。  
については、東京都において、消費者行政所管と教育所管との横の連携を強化していくことにより、各区市町村においても、教育所管とのより円滑な連携が図られると考えるので、計画への反映を希望する。

### 重点施策3 消費生活に関連する情報の戦略的な収集と発信

16 「戦略的」な広報について、より詳しく記載をするべき。広報は、どんなにきれいで最新のツールであっても、消費者の目に留まらなければ意味がない。戦略的な取組を展開するためには、独自の展開にとどまらず、教育機関、PTA、消費者団体、事業者とも、積極的な連携を進めることも重要であると考えます。  
また、情報発信は日常的な消費者教育ともつながるものである。消費者教育の体系化の中でもぜひ組み込むべき。

17 特にインターネット関連情報については、子供やその親、学校関係者などへ丁寧にわかりやすく情報発信することが、広く社会から求められているものであり、積極的に実行されることを望む。

### 重点施策4 東京都消費生活総合センターの機能の充実

18 区市町村支援が不十分である。アドバイス等を充実するべき。  
区市町村への支援は、相談員に限らず、担当職員も含めて、専門的で高度な相談内容や業務についての相談等に、適切なアドバイス等が講じられるよう、現場の声を十分吸い上げた対応が支援として求められている。

19

「センター・オブ・センターズ」の位置付けは区市町村への情報伝達や支援強化になる。特に消費者教育の一環として都民が活用できる有効な場所である。被害相談だけでなく活動の拠点としても開かれた場所に、機能を充実していくべき。

20

相談受付時間の延長を評価する。  
土曜相談の対応がされてはいるが、消費生活相談の受付は16時で終了している。都内自治体においては、17時や18時までの受付対応がなされており、都民がより相談しやすい状況作りや潜在的な相談対象者への対応のためにも、相談時間の延長を具体化するべき。

21

区市の消費生活相談窓口では、16時以降も相談を受けているセンターがある。区市町村支援の観点から、東京都消費生活総合センターの相談受付時間の延長はとても心強いものである。同センターの機能の充実において、相談サービスの向上に向けた取組の強化を進めるべきと考える。

22

東京都消費生活総合センターの相談受付時間の延長は慎重に検討されるべきである。東京都消費生活総合センターが「センターオブセンターズ」として、従来の質を維持しさらに拡充することが、消費者の大きな利益である。  
よって、相談時間の延長は、消費生活相談員にとっては、専門的知見の発揮や消費者への丁寧な説明などの業務を行わせにくくする大きな要因になりかねない。

#### 【意見に対する考え方】

都は、現行の消費生活基本計画に基づき、様々な対策を講じてきました。継続的な対策を着実に推進するとともに、今後5年間で「重点施策」を積極的に展開することが期待されます。

特に、消費者被害の未然・拡大防止を進めていくには、悪質事業者の取締りや、情報の収集・発信、相談機関による対応に加え、消費者自身が主体的に行動できるように知識を身につけるための消費者教育を強化していくことが必要です。

なお、答申では、東京都消費生活総合センターの相談対応力の強化を図るとともに、相談受付時間の延長など、都民の利便性向上に向けた取組を強化すること、その際には、体制整備とあわせて検討していく必要があることを提言しています。

## (4) 政策課題

### 政策課題 1 消費者被害の防止と救済

23

相談の中で悪質事業者の口座が判明した時点で被害の拡大を防ぐためには、警察などと連携して口座の凍結を迅速、積極的に行える体制にすることが必要である。

## 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

24

取締りについては、埼玉県、神奈川県、千葉県などと協力して広域的に行う必要がある。都で行政処分が行われても、他県で同じ営業が繰り返し行われトラブルになっていることが多い。

25

インターネット通販でのトラブルが増えている現状を踏まえ、今以上にインターネット広告の、監視の強化、適正化が必要と思われる。都内の事業者に対して、適正表示の講習の受講を呼びかけ講習を行うこと。

## 政策課題3 商品やサービスの安全・安心の確保

26

ネット通販において、特定商取引法による表示が適正に行われていないことが多い。消費者に対して、通信販売利用の際、表示の確認の徹底を周知すること。

27

国が準備している「新食品表示制度」への対応についての記載が必要ではないか。

## 政策課題4 「自ら考え行動する」消費者になるための支援

28

団体相互の交流・連携の場の提供については、目指す内容を明確にして、場の提供をその後の動きにどうつなげていくのかの方向性まで打ち出した、具体的な記載が必要である。

## 政策課題5 多様な主体との連携

29

消費者センターの啓発講座などについては、情報の蓄積があり、活発に活動をしている事業者団体を積極的に活用すること。

### 【意見に対する考え方】

多くの御意見のとおり、消費生活の安定のためには、まず、悪質商法による消費者被害をできる限り防止していくことが求められます。さらには、広告や表示が正しく行われるよう、監視を強化し適正化を図るとともに、事業者自身が、社会的責任を自覚し、より高いコンプライアンスを確保するための取組も重要です。

一方で、消費者市民社会を実現していくための取組を支援するとともに、消費者が主体的に行動できるようにするための消費者教育の実施が求められており、消費者・消費者団体をはじめ、事業者・事業者団体や区市町村など多様な主体との連携を強化していく必要があります。

これらの政策課題及び取組の方向性は、都として消費生活行政を機動的に推進していく観点から、時機を逸することなく的確に見直していくことが重要です。

具体的施策についての御意見は、都において、計画策定時の参考とするよう期待します。