

消費者教育推進会議  
第4回情報利用促進小委員会  
議事録

消費者庁消費生活情報課

# 消費者教育推進会議 第4回情報利用促進小委員会 議事次第

日 時 平成 26 年 6 月 9 日（月） 15:58～18:07

場 所 消費者委員会大会議室

## 議 事

1. 消費者教育ポータルサイトの掲載基準等の検討
  - (1) 教材等の掲載基準の確定と掲載情報評価委員会の新設
  - (2) 利用者の意見も踏まえた、より使いやすい掲載の工夫
2. 情報伝達の在り方の全体像を踏まえた「高齢者障害者見守りにおける効果的な情報提供方策の検討」～具体的提案
  - (1) facebook の活用
  - (2) プロジェクトの活用
  - (3) 人を介した情報提供

## 配布資料

### 議事 1 関係

- 資料 1 「消費者教育ポータルサイトの掲載基準等の検討」  
第4回以降の情報利用促進小委員会の検討の方向（座長提出）
- 資料 2 消費者教育ポータルサイト掲載基準修正等提案（東委員提出）
- 資料 3 消費者教育ポータルサイト利用者ミニアンケート（案）（座長提出）
- 資料 4 利用者アンケート試行を踏まえた意見と提案（色川委員提出）

### 議事 2 関係

- 資料 5 情報伝達の在り方の全体像を踏まえた「高齢者障害者見守りにおける効果的な情報提供方策の検討」  
第4回以降の情報利用促進小委員会の検討の方向（座長提出）
- 資料 6 地方消費者行政活性化基金先駆的プログラム資料（消費者庁）
- 資料 7 facebook を活用した消費者教育情報の展開（後藤委員提出）
- 資料 8 プロジェクトの提案（山下委員提出）
- 資料 9 騙されないための高齢者情報環境の構築に向けて（上野委員提出）
- 資料 10 委員からの意見（柿沼委員、齊藤委員、前野委員）

## 参考資料

- 参考資料 1 消費者教育の推進に関する基本的な方針
- 参考資料 2 地方公共団体における消費者教育の事例集
- 参考資料 3 消費者教育の体系イメージマップ
- 参考資料 4 情報利用促進小委員会の進捗状況(第6回消費者教育推進会議資料1)

○大竹座長 それでは、定刻でございますので、ただいまより「消費者教育推進会議第4回情報利用促進小委員会」を開催いたします。

皆様、御多用のところ御参集いただきまして、まことにありがとうございます。

本日は、西村会長代理にも御出席いただいております。柿沼委員が御欠席です。また、後藤委員につきましては、本日代理の方に御出席いただいております。

皆様には既に御案内しておりますけれども、3月24日に第6回消費者教育推進会議を開催しまして、そこで当小委員会での検討についても進捗状況を報告させていただきました。本日の参考資料4がそのときの資料です。

また、第7回消費者教育推進会議は9月ごろの開催予定で、この小委員会では、それまでにある程度のまとめの見解を出すことを予定しておりますので、よろしく願いいたします。

それでは本日の議事ですが、次第にありますように「消費者教育ポータルサイトの掲載基準等の検討」と「情報伝達の在り方の全体像を踏まえた『高齢者障害者見守りにおける効果的な情報提供方策の検討』～具体的提案」について審議していただきたいと思っております。

両議事につきましては、たくさんの御意見をいただきたいと思っておりますので、よろしく願いいたします。

それでは、初めに、事務局から本日の配付資料の説明をお願いいたします。

○消費者庁片山消費生活情報課長 議事次第にありますように、配付資料、議事1「消費者教育ポータルサイトの掲載基準等の検討」につきましては、資料1から資料4まで。資料4、色川委員の提出資料につきましては、添付というのが別途ございます。

議事2「情報伝達の在り方の全体像を踏まえた『高齢者障害者見守りにおける効果的な情報提供方策の検討』～具体的提案」につきましては、資料5から資料10まで、それぞれ先生方に出していただいた資料がございます。

なお、それとともに、本日急遽追加配付いたしました資料もございます。1つは「高めよう！『見守り力』」という、消費者庁で作成しましたDVDのチラシです。

西村会長代理、座長、色川委員、東委員からも当日配付資料ということで、資料があります。

もしも不足がございましたら、御連絡いただければと思います。

以上です。

○大竹座長 ありがとうございます。

それでは、まず、議事1「消費者教育ポータルサイトの掲載基準等の検討」に入りたいと思っております。資料1をごらんください。

冒頭に説明しましたとおり、3月24日の第6回推進会議で、この小委員会での議論について報告をさせていただきました。参考資料4にその詳細がありますけれども、最後のページにありますように、今後さらに2つの課題について検討を進めることにいたしたいと思っております。

今回は、順番としていつも2番目に検討していたため、余り時間がとれませんでした消費者教育ポータルサイトについて、しっかり御議論いただきたいと考えております。

資料1の「1. 経緯の確認」では、当小委員会で提案した項目を書かせていただいております。そして、4つの○に掲げた事項を御検討いただくと考えています。

まず、最初の○ですが、前回までにほぼ形ができております掲載基準につきまして、本日再度皆様に御確認いただき、その成果を当小委員会としての結論としたいと思っております。

次に、2つ目の○、その掲載基準案の中に、2として掲げていただいております掲載情報評価委員会の組織につきましても、御意見をいただきたいと思っております。

3つ目の○ですが、同委員会の具体的な業務につきましても、内容について確認したいと思っております。前回まで幾つかの御提案もありましたので、その内容について検討させていただきたいと思っております。

最後の○、ポータルサイトをより活用するという観点から御議論いただくことにしています。具体的には、東委員、色川委員の御提案をいただいてから検討したいと思っております。

資料の1の2枚目について、これは最近の消費者教育ポータルサイトに掲載された教材資料の実例です。事前に委員の皆様にはこの資料もお送りしておりますけれども、メインテーブルにのみ、その教材のコピーを配付させていただいております。掲載情報評価委員会の具体的な業務として、これらについてコメントをつけていただいみようということで、準備させていただきました。既に私も簡単なものを提案させていただいておりますが、私も含め、何人かの委員からコメント例を出していただいておりますので、後ほど、東委員の御説明の後でこの点には触れたいと思っております。

それでは、議事1「(1) 教材等の掲載基準の確定と掲載情報評価委員会の新設」についてです。

ただいま御説明いたしましたように、掲載基準の確定と評価委員会につきましては、資料2に沿って、東委員から御提案いただきたいと思っております。

東委員、よろしくお願いたします。

○東委員 それでは、失礼いたします。

資料2に基づきまして、ポータルサイト掲載基準修正案について御提案させていただきます。

基本的にはこの内容は3月24日の第6回推進会議で報告された内容に基づきまして、そこから前回の第3回小委員会で出た意見もございましたので、それらを含めて改めまして修正案として御提示するものでございます。

掲載基準につきましては、現在、教材に関する掲載基準がございます。それについての修正。取組、また、次のページの出前講座に関するもの、この後ろの2つにつきましては、現在ないものを新たに作成して、3種類の掲載基準をつくるということでございます。

まず、1番目の「教材掲載基準」に関して御説明をさせていただきます。

1)として、消費者教育ポータルサイトに掲載する教材については、以下の基準を満たすことということで、4点が挙げられています。

(1)につきましては、前回の小委員会のときには、消費生活を取り巻く現代的課題に応えるといった書き方をしておりましたが、イメージマップに沿った形という表現に改めております。この形で推進会議にも提出されております。「消費者教育イメージマップの4領域のいずれかまたは複数の領域に関連し、消費者教育の多様な担い手にとって利用しやすく、かつ効果的な教育資料であること」という大きな前提についてでございます。

(2)が、排除する項目と申しますか、ここに挙げてあるものに該当しないものということで掲げている項目でございます。「中立公平で普遍的な内容であること。特に、次の各項のいずれにも該当しないものであること」。前回これが十数個、非常に多かったのです。委員の皆様からも御意見をいただき、かなりこれは集約できるのではないかと申すことのでございましたので、絞り込んで5点にしております。

①が、特定の営利企業や商品などの宣伝又は販売を想起させる表現があるものということで、まず、企業の営利活動にかかわらないということ。

②が、政党や宗派、その主義や信条に偏っていることがないということ。

③に、公序良俗に反するものということで、前回たくさん挙げられていたものかなりの部分をこの③に含めて考えることができるのではないかと申しております。

④が人権侵害に関するもの。

⑤に、その他社会的に不適切なものということで、それ以外のものを網羅するような形になっております。

(3)でございますが、正確で信頼できる内容であること。ここは特に変えてございません。

(4)も、著作物の引用等をしている場合に出所の明示その他著作権法上必要な措置が講じられている。これも前回提示したものでございます。

ここに前回の小委員会のときには、消費者庁が適切と認めるという書き方の内容が一文入っていたかと思うのですが、それは当然だということでもございましたので、こういった形にしてあります。

2)も少し表現が変わっております。「掲載後、消費者教育ポータルサイト掲載情報検討会〔仮称〕により、消費者教育ポータルサイトに掲載する教材として不相当であると判断された場合には、直ちに掲載を取りやめる」。こちらについては、前回はこの検討委員会によって適格性が認められることといった書き方になっていたと思うのです。しかしながら、実際プロセスとしては先にポータルサイトに上がってしまうわけですから、それを後から検討会が定期的にチェックをして、適切でないものの掲載を取りやめることとなりますので、それに応じた表記にしております。

以上が教材の掲載基準についてでございます。

2つ目の「取組掲載基準」と3つ目の「出前講座掲載基準」については、基本的には前回お示したものと同様でございますが、2)の表現について、ただいま教材掲載基準の2)で少し変えましたという御説明をしましており、それと同様の形で「取組掲載基準」の2)と「出前講座掲載基準」の2)も改めてございます。

以上が3種類の掲載基準についての案でございます。

また「Ⅱ 消費者教育ポータルサイト掲載情報評価委員会について」ということで、少し評価委員会の役目をイメージできるようにお示ししてみました。

1)として、まず、消費者庁に消費者教育ポータルサイト掲載情報評価委員会〔仮称〕を設ける。こちらで前回の提案では、消費者教育推進会議あるいはこの小委員会のもとという形で御提案をしましてけれども、消費者庁にということにさせていただきます。

2)として、当該委員会は以下の業務を担う。

(1)が、第三者の立場から掲載情報の適否を判断する。

(2)が、利用者が教材等を選択する際に役立つ評価に関する情報を示す。こちらは後ほど評価委員会がコメントをつけるということについて、また議論があるかと思えます。

(3)、その他、掲載情報の利活用に関する検証評価にかかわること。

そして、最後「3)」に修正をお願いいたします。当該委員会は年に数回程度開催され、評価結果を消費者教育推進会議に報告するというところでございます。

以上でございます。

○大竹座長 ありがとうございます。

それでは、大きくはⅠ、掲載の基準についてと、2つ目のⅡとしては評価委員会についてという御提案ですので、1と2、別々に今、確認していきたいと思えます。

まず、1についてですけれども、これまで皆さんから御意見をいただいたものを東委員にまとめていただいたということになります。これについてはいかがでしょうか。何か御意見がありましたらお出しいただければと思えます。

橋本委員、どうぞ。

○橋本委員 大変小さなことなのですが「イメージマップの4領域の」という表現になっておりますが、イメージマップの4領域と掲載されているこれを示すというようなことはどこかでうたっているのよとお考えでしょうか。それとも、何か注意をつけて書くとか、そういうことになりましょうか。

○大竹座長 お願いします。

○東委員 ありがとうございます。

ポータルサイトのどこかに、イメージマップをそのまま開いて見られるようなものがあったと思うのです。クリックして中を開いて、イメージマップそのものを見られるようになっていたと思えますし、また、現在のポータルサイトの中身も4領域に応じた形で他も組まれていますので、ここであえて説明をつけなくても、皆さんには御理解いただけるのかなと思っております。

○大竹座長 よろしいでしょうか。

他に御意見ございますか。

○西村会長代理 確認だけ東先生にお願いしたいのですけれども、それぞれの3つの基準について、一旦掲載したものを不適當かどうかと判断するのは掲載の検討会で、それとは別に、ポータルサイトを回しながらポータルサイトの評価をするのは、掲載情報評価委員会と、2つあるということですか。要するに、1枚目はいずれも掲載情報検討会、出前講座も掲載情報検討会ということになっていまして、こちらの評価委員会のほうは運営みたいな話なのですかね。個々の一つ一つの教材ではなくてという理解でよろしいでしょうか。

○東委員 ここのところは表現が2種類になってしまっていますけれども、同じものです。前回お出ししたものから修正しておりまして、きちんと修正ができ切れておりませんで、申しわけございません。同じものでございます。1つの機関で、ここに関する、ポータルサイトに載せる情報についての検討をするということでございますので、御提案といたしましては、ポータルサイト掲載情報…

○西村会長代理 評価委員会でいきますか。

○東委員 そうですね。

○大竹座長 この名称については後で確認させていただいて、1本にしたいということですね。

○東委員 1本です。済みません。以前のもので、途中で推進会議で提案したものと幾つかあって、修正がし切れておりませんでした。同じものでございます。失礼いたしました。

○大竹座長 他、よろしいでしょうか。

お願いいたします。

○齊藤委員 小さなことで恐縮です。

今、東委員の説明の中で、取組掲載基準というときの取り組みとは何だろうかとふと疑問に思いながら、その後の文章をいろいろ読ませていただいたのですが、括弧のところで事例の他にその他とあるのですが、取り組みというときに事例の他にその他というのは何がイメージされるのか。

逆に言いますと、事例掲載基準というほうがなじむのかなという気持ちがあって、実はお聞きしていることなのではございますけれども、何か事例の他にいろいろここには読み取れるものがないような気もするのですが、どんな意味合いがあるのか、もしありましたらお聞かせいただければと思います。

○東委員 ありがとうございます。

これは現状のポータルサイトが「実践事例、その他」ということで一くくりになっているので、そのまま踏襲しているということなのですが、実際には、どういう地域でどんな取り組みがありますといったものが主であると思います。

ですので、私として、その他というものに対して特にこだわったイメージを持っているということではございません。

○大竹座長 この辺は区分して掲載するときのしやすさというのでしょうか、区分しやすい区分の仕方ということになるのでしょうかね。

でも、余りにきちっと分け過ぎてしまうとうまく入り込めないものがあると思いますので、多分その他みたいなところを置いておいたほうが運用はしやすいかなと思います。

いかがでしょうか。

○西村会長代理 今、ポータルサイトを見ると、改めて久しぶりに見たのですが、情報登録のところを見ますと、教材の情報登録、取組の情報登録、講座の情報登録という3本立ってになっていますね。だから、しいて言えば、これを踏襲するか、今、齊藤委員がおっしゃった取組というのはやや違和感があるということであれば、それを事例の情報登録としておいても、大きな問題はないと思うのです。

○東委員 ありがとうございます。

恐らく今のポータルサイトも未整理なところがございまして、大変恐縮なのですが、特に取り組みと出前講座というか、講座がごちゃごちゃになっているのです。各地で実施されている講座のようなものとかが取り組みのほうに掲載されたり、講座のほうに掲載されたりしているような状況もございます。そういう中で、少なくとも講座というところ、どこかでこういうものをやっていますから来てくださいますととられてしまうといけないので、「これは出前講座です。基本的に、必要があれば講師を派遣しますよ」というのが趣旨ですので、前回少し御説明させていただきましたように、「出前講座」という形で整理をして、それ以外のものが「取組」というところに含まれる形になるかと思えます。

○大竹座長 現在がこの3つの区分で掲載をしているというところで、その部分は余り大きく今回は変えないで、基準の書き方について整理していただいたということですが、一応この区分は変えないでやってみるということでもよろしいでしょうか。また今後、今度は新しく評価委員会か何かができるかと思えますけれども、そういうことをやっていく中で、もうちょっと区分も変えたほうが良いと整理されていけば、またそういう提案をしていただくということにすればいいかなと、今、聞いていて思いましたが、いかがでしょうか。

○前野委員 私はこのポータルサイトを使う側でありまして、この取組掲載基準の取組ということの区分がわからないので、座長がおっしゃったように、今後できる評価委員会の中で詰めていただいて、使いやすいようになればいいと思いました。

○大竹座長 ありがとうございます。

では、一応よろしいですかね。この3つで今回は基準を整理したというところで御確認いただければと思いますが、よろしいですか。

ありがとうございます。

それでは、次の2、これが新しい提案ということになりますが、掲載情報評価委員会、2枚目はそう書いてありますので、今、その名称でお話しさせていただきたいと思えますけれども、これについては幾つか論点を掲げておりますので、この点につきまして皆さん



から御意見を伺いたいと思います。

いかがでしょうか。

特に業務内容を大体大きく3つぐらい掲げていただいておりますが、このあたりについてはいかがでしょうか。

(1)の掲載情報の適否につきましては、前回は掲載する前にこのところを判断してという書きぶりになっていたのを、掲載基準で新たに提案していただいたのでは、掲載後、この委員会が不相当であると判断した場合にはその掲載を取りやめるとなっている。まさに掲載を取りやめるかどうかの判断をこの委員会が行うのが(1)と考えてよろしいわけですね。

お願いいたします。

○東委員 実際には、登録をしてきた情報について一定の事務的なチェックをしていただいて載せていただくということになると思いますので、その段階では割と機械的に載っていくのだと思うのです。そこは大幅に問題があるもの以外で、一定基準を満たしていれば、まず消費者庁の御担当の方にそのまま載せていいということで掲載していただく。その後ですが、恐らく前回の議論でも、このポータルサイト掲載情報評価委員会というのはそんなに頻繁に開ける委員会ではないだろうと、年にせいぜい数回以内ではないかということもございましたので、委員会を開いたタイミングでチェックをしたり。情報の鮮度ということも書いたのですが、今、もう古いものがたくさんありますので、載せっ放しになっているものも一定の基準でこのまま載せておいていいのかどうかということを判断するということで、そんなイメージを持っております。

○大竹座長 前野委員、どうぞ。

○前野委員 質問なのですが、事務方で、この掲載基準に見合ったものは載せていく。その後、この評価委員会でまた見直しをしながら、法律の改正等で古くなり外したほうがいいのか、コメントが、載せた団体なり提供したところには行くのでしょうか。

何が言いたいかというのと、掲載した後に、この評価委員会で外していいものなのか、今後できる評価委員会で検討されることと思いますが、五月雨式に掲載を受け付けていくのか、年に数回受付し、事務局で掲載基準に沿って精査した後に評価委員会で検討し掲載していくのか、今後のこととは思います。

後から取り外したときに、一度いいと言われたのに何で評価委員会でだめと言うのと疑問を抱かれないようにと懸念したので、質問いたしました。

○東委員 ありがとうございます。

恐らく今は、ちょっと私も十分にわかっていないかもしれませんが、登録すると、ほぼ自動的に載るような形になっていると思うのです。もちろん毎回チェックは難しいですし、余りに長い間ためておいてチェックが終わるまで載せないというのも情報が古くなります

ので、基本的に大きな問題がなければまず載せるということしかないのかなど、仕組みをよほど変えない限りは、現状からスタートするとすればそのようだと思っております。

一回載ったものが外れるときについて御質問があったのですけれども、まず、掲載情報評価委員会というものをつくっているということ、いずれにしても、新しい仕組みができましたらどこかに掲載します。しかも、お知らせとかに、いついつこういう評価委員会を開いて掲載情報の適否について判断したということを一応載せておけば、それによって否となったものも出てくるという理解はしていただけると考えるしかないのかなど思っています。

もちろん御本人と申しますか、載せられた団体さん等に対しては、この評価委員会の名前で結果をお知らせすることになると思うのですが、ポータルサイト上は規定のようなものプラスいついつ評価委員会を開きましたということだけお知らせすれば、基本的な御理解はいただけるかなと考えております。

○大竹座長 どうぞ。

○前野委員 ありがとうございます。よくわかりました。

それは載せた側でありまして、使う側にとっては、その頻度がどれぐらいあるかわからないのですけれども、今までは使っていていいですよと言ったものが、では評価委員会だめとなったときに、もう情報が古くなったからというだけの判断で外すのだったらいいのですが、今まで使えていて、何で急になくなったのですかと、使う側から疑問は起きないのかなということ若干感じましたので、これは多分評価委員会の中で細かい事務的なことはされていくのだろうと理解しています。

○大竹座長 ありがとうございます。

齊藤委員、どうぞ。

○齊藤委員 関連です。利用する立場のほうから考えますと、ホームページで掲載されていて、消費者庁の情報として発信されているときに、それが甘いか辛いかは別にして、一定の基準があって掲載していると普通は理解するのではないのでしょうか。その上で、好き嫌いがあって、どれを選択するかというのは利用者の自由にすると、そういう姿勢であるものが、途中で別の基準なのか、新たな基準なのかがあって、この基準に適合しないという話になってしまうと、話はややこしくなるのではないかと。

入り口のところでチェック機能というのは基本的にはある話で、そのものに評価委員会は何を評価するかというのは、基準の適合がされているかどうかのチェック機能ではなくて、少し整理をするという意味、全体のボリュームが多くなるから整理をしましょうということが機能としては大事な、図書館のようにどんどん増やせばいいというものではないと思いますから、その基準はあってしかるべきなのだろうと思います。その辺の基準のありようがいまいでは、利用する側にとっても、また、掲載する側にとっても、先ほど前野委員から話があったように、何で途中からだめになったのか、わかりにくいという話にとられてしまう。消費者行政全体としてはよくない話ではないかと感じるのです。

○東委員 ありがとうございます。

今、御意見をいただいて思いましたのが、ダブルスタンダードになってしまうといけないといえますか、掲載基準にまず適合していないと、そもそも登録しても載らないのだということ。この辺は実際、今、運用している段階では、登録のフォームがありますが、あそこをほぼ満たしていればそのまま自動的に載る形になっているという理解でよろしいでしょうか。

○大竹座長 事務局、よろしくお願いいたします。

○消費者庁片山消費生活情報課長 実際に運用している立場からいいますと、来たら随時載せる。ただ、掲載基準、あれに引っかかるものは載せないということです。

私がこの掲載基準で理解しているところは、基準がダブルスタンダードになるというのが1つあって、特に(2)の①から⑤は、今までのネガチェックの部分については事務方でもできるのかなと。事務方で判断して載せてもいいし、事後的になるかもしれませんが、この評価委員会へ報告して問題がないかどうかチェックしてもらおうというのはあるかもしれない。

問題は、多過ぎてどうのこうのというのは(3)例えば最新の情報から外れてしまったとか、そういったものが否になるのかなという感じがする。それ以外に掲載してしまって否になるケースが私自身いま一つぴんとこないのですけれども、少なくとも掲載基準で1回オーケーになって載せたものに対して、やはりおかしいのではないかというケースが(3)ぐらいしかないのかなと思うところでございます。

○東委員 ありがとうございます。

恐らく、当該委員会の業務の(1)の第三者の立場から掲載情報の適否を判断するところの括弧内に「掲載基準への準拠」と載せてあるから、これはもう最初にチェックしているはずではないかということになってしまうのではないかと思うのです。

むしろ、例えば適否の括弧の中を外してしまう。掲載情報の適否については、もちろん掲載基準への準拠も実際にはもう一回ちゃんと丁寧にチェックしたり、古いものを除いたりということをするのだけれども、ここへこのように明記してしまいますと、掲載基準への準拠をしていないものも最初に載せていたのかとられがちかなと思ひまして、例えばこの中の「掲載基準への準拠」という言葉をもう少し適切な言葉に改めるか、あるいは括弧の中を外してしまうことも考えられるかなと今、思うに至りました。

○大竹座長 なかなか難しいですね。掲載後にとりやめるかどうかとかかわってくるかと思うのですけれども、私のイメージでは、評価委員会が多分基準に合わせて、これはだめとかこれはいいとすぐに判断できるようなものは迷わないかと思うのですが、どちらのほうがいいかと判断に迷うものがあるかと思うのです。それは多分この評価委員会のほうに判断をしてもらい、これはだめ、掲載しないという前例ができたなら、それがだんだん重なって行って、その事例によってその次のときは判断していくようになっていくかなと思うので、この掲載基準のさらに細かいところはそういう形で、評価委員会の判断が積み上がってい

く。後から掲載をとりやめることがどんどん少なくなっていくのではないかと思いますのですが、その辺のことをどのようにここで書くかという問題かなと思いました。

○齊藤委員 どうもそこはすっきりしないところで、少なくなればいいということではなくて、本来は掲載できないものが載っていることに問題があるのではないかということに危惧して実は申し上げているわけです。先ほどから自動的に載っかるのだというイメージなのか、片山課長がおっしゃるように一定程度事務方で①から⑤の部分に関しては基準に基づいてチェックはしていますよということであれば、それは表現としては自動とは言わないのだと思うのです。随時一定程度事務方としてのチェックをして、その上で問題がないものとして掲載している。しかし、さまざまな法令等の状況によって、少し内容的なものに現段階では不備が認められるものとか、幾つかのそういう条件のところでは掲載から少し外してもらわなければいけないものも出てくる。

ということ言えば、ある意味では評価委員会側からすると、事務方でも一定程度そういうリストアップをしていただいて、これはどういうものでしょうかねということを検討に資するというのがあればやりやすいでしょうけれども、どこまで委員会としても守備範囲があるのかということが、今の議論からするとはっきりしていない印象を受けてしまうということなので、そこは少しはっきりさせなければいけないところではないでしょうか。

○消費者庁片山消費生活情報課長 現実的には、今、齊藤委員がおっしゃったとおりだと思うのです。我々が、自動的という言い方は問題がありますが、チェックして載せているという作業を減らすために評価委員会があるということでは全くなく、それはやります。やった上で、どうしても判断できないとか、よくわからないところについては評価委員会にお願いする。そこで勝手に消費者庁が決めたわけではないと、そういうところを有識者の御意見をお聞きしたいという機能をこの委員会に持っていただければと、我々が今、思っているところでございます。

○東委員 質問してよろしいですか。私が質問するのは適切ではないかもしれないのですが、今、お話ですと、ちょうど判断に迷うようなものが登録されたとするではないですか。そのときには、これはと思った場合には保留しておくということですか。

○消費者庁片山消費生活情報課長 そういうことです。今までだとネガチェックしかやっていないので、それについてじっと持っていてもしようがないですね。誰かが判断するまで持っていればいいのですけれども、誰も判断できなければ載せないわけにはいかない。そこが今、危険ではないかという議論で、こういう話になったのだらうと思うのですが、そのところについては、少しぐらい遅れても、その他のは随時アップしていけばいいと思うのですけれども、そこはある程度の事務処理期間というと変ですが、期間を猶予していただいてもいいのかなと考えているところでございます。

○大竹座長 佐藤委員、どうぞ。

○佐藤委員 済みません、少しづれるかもしれませんが、ここにあります第三者という立場なのですが、今、お話を伺っていますと、どういう性格なのだろうとはっきりしない印象

を受けました。つまり、事務方が迷うところのアドバイスをもらうアドバイザー的な立場なのか、それとも、もう一つの視点、ふだんの実務では気づけなかった視点を取り込むとか、こんな情報はだめではないかと当初は判断されて載せられなかった情報を、これは実は載せてもいい情報ではないかと判断する役割を担うとか。さまざまにあるのではないかと思います。

○消費者庁片山消費生活情報課長 そこはどちらでもあり得ると思うのです。アドバイザーであってもいいし、いずれにしろ、私は重要なのは透明性だと思っていて、この基準が、これで今、決めたら絶対変えないというほうがまずくて、もしも今、佐藤委員がおっしゃったように何か新しい視点が出てくるのであれば、積極的に書き込んで、明文化して、そこでこうなのだよという基準を示していくと、いい方向に行くのではないかと思います。

○大竹座長 そういう意味では、今、事務局がこれまであった掲載基準に従って判断して載せていただいていた、そういう手続をとっていたのですけれども、それについて迷う部分もあったので、そこを再確認するような、委員会のようなものがあつたほうが今後ともやりやすいし、ぶれないというところで、この評価委員会というのをつくつたらいいのではないかとという提案だと思うのです。

そうすると、事務局でやりやすい方法としてといたらいいのでしょうかね。これをどういう性格の委員会にして、例えば先ほどの掲載基準も、掲載後判断したらとりやめるといふ書き方にするのか、そうではなくて、迷ったものはちょっと保留にしておいて、この評価委員会で確認した後、掲載してもいいと言えれば掲載するとかにするのであれば、先ほどの基準の書き方をちょっと変えるとか、多分事務局のやりやすさと評価委員会の検討事項との兼ね合いかと思うのですが、いかがでしょうか。

山下委員、どうぞ。

○山下委員 今、座長がおっしゃったとおりだと思ひまして、我々は熱中症の運動の事務局をやっています、ホームページのサイトで、時代にそぐわないといたら変なのですが、例えば熱中症対策ドリンクとして売れるようになったのは2年前からでして、その前から対策ドリンクとうたっているところにはまず訂正依頼をかけるのです。基準を厚労省が決めたので、薬事法に応じてこのように表現を変えてくださいとかと一旦訂正依頼を必ずかけます。いきなり削除はまずしない。当然情報提供先がわかっているわけですから、訂正依頼をかけて、訂正した内容を、我々の場合でしたら評価委員会ではなくて、この評価委員会に当たると思うのですが、実行委員会の専門の先生に聞いて、これを直したのですけれどもこれでよろしいですかと、また修正を確認できたら事務局のほうでオーケーをして、再度サイトにアップするという形。

要は、何を言いたいかという、事務局がやりやすいというルールもそうなのですが、前野委員がおっしゃっているように、いきなり情報が消えるというのはウェブ等で運営している人間からするとあり得ないことなので、すごく怒られることなので。せつかく載せたのに何をするのだと怒られてしまいますので、その基準さえ明確にして、ルールづけ

をすれば、そんなに大きな問題ではないというか、載せている本人が納得すればいいと思いますので、そういうルールづけさえすればいいのではないかと思います。そのルールづけが当然事務局メインという部分もあるのですけれども、見ている人、使っている利用者からしても納得できるような形にしていれば特段問題はないのではないかと、今、お話を聞いて思いました。

○西村会長代理 今、ポータルサイトをお話を伺いながら横目で見ているのですが、例えば契約ということで調べると、230件ぐらい教材が出てくる。ちょっと古いものだと2007年とか7年ぐらい前のものが入っているのです。そうすると、法令も一部改正して、押し買い商法みたいなものが今、あつたりするわけです。

今、皆さんの御賛同を得られるかどうかわからないのですが、こういう評価委員会をつくったということ、掲載している全てのところに一回送ってしまう。そして、再度こういうことでリニューアルスタートしますので、御自身のところで最新情報かどうか確認をしてください、確認ができたものはまた再搭載の依頼を出してくださいと、そのほうが早いのではないかと。

恐らく教材にしても取り組みにしても、300、400、全体で幾つあるのかわかりませんが、もっとあると思うのですけれども、それを短時間で評価するとなると、ビデオは最後まで見なくてはいけなかったり、そこにコマーシャルが入っているとか、いろいろなことをやっていたらとてもできないですね。だから、そういうことで一回返して、そうすれば、古いものはある程度クリーンアップされていくということ。特に印刷媒体のものは古いものが結構あるように思ったので、そんなシステムはどうかと思いました。

○大竹座長 お願いいたします。

○消費者庁阿南長官 この評価委員会ですか。ちょっと問題のあるものをチェックするのも必要なのですけれども、むしろ（3）にある掲載情報の利活用に関する検証・評価にかかわることというところが、もうちょっとここに、例えば消費者庁がこの教材、出前講座、取組にどれだけアクセスがあつて、どれだけ利用されていた。そしてもしできれば利用した感想などが寄せられているということについて情報収集できるならば、その情報をこの評価委員会にちゃんと報告をして、評価委員会からその情報を発信していくという発想を、むしろ利活用を促進するような評価委員会にすべきではないかと思うのです。ですから、そうしたことで何らかの取り組みがなされれば、その中で自然とおかしなものは淘汰されるし、意見も来るしということになってくるのではないかと思うのですけれども、どうでしょうか。

○西村会長代理 これを見ている限りでは、それぞれのアクセス数も直接は出てこないのですけれども、アクセス数という欄があります。それから、教材について御意見をお寄せくださいと書いてありますね。それがどのぐらい来ているのかというのは我々にはわかりません。今、長官がおっしゃったようなことが一般化していけばありがたいと思うのです。

○大竹座長 その辺については、この委員会を立ち上げましたら、ぜひそのところは今後活発に、今までなかったところですので、この委員会に積極的に取り組んでいただきたいと思います、それでよろしいでしょうか。

このように活用したらどうかという活用促進するということについては、コメントを事前に皆さんにもお願いしましたが、新しく掲載されました教材についてコメントをどういう形で書いたらいいのかということで、何人かの委員の先生方から提案していただいておりますので、先にそちらのことを少し御紹介いただければと思います。

まずは当日配付資料の西村会長代理から提出いただいたものから。これは書いていただいたところについて、簡単に御説明いただければと思います。

○西村会長代理 当日配付資料の西村のものは、消費者庁から御依頼がありまして、コメントの例をとということだったのですが、ポータルサイトにどのように出していくのかというイメージがまだ私のところにはっきりしていなくて、現在のポータルサイトはごらんになっていらっしゃると思うのですが、それぞれ出し元がどういうものかという内容の説明を書いて出したものが載るわけですね。だから、最新情報についてだけ、最新情報の欄があるから、そこに付けるのだろうと私は解釈したのです。だから、極めてニュートラルでシンプルなものがいいだろうと思ったので、極めてシンプルに書きました。

多分後で色川委員等の御発言でおわかりになると思うのですが、1つ目の目黒区、2番目の埼玉県、3番目の岐阜県、5番目の豊中市は行政がつくっているものですから特段問題はないわけですが、消費者教育の観点からすると、4番目について、添加物協会が出しているものというのは、添加物の安全性のみを当然、世の中にはこれがなくてはならないものと、加工食品の立場からつくられているものですので、これをどうコメントするかというのでちょっと苦慮しまして、あくまでニュートラルに、その安全性を説明した小冊子と書きました。気持ちとしては「もっばら」とか言葉を書きたかったのですけれども、それもこういうところに出すのはふさわしくないだろうということで、あるいは小冊子に、業界団体による小冊子とか、それぐらいだったらニュートラルに書いてもよかったかもしれないのですが、誰が使えるとか、この中で特徴は、この5点からしますと、岐阜県のもがウェブでやっていくものですから、ちょっとおもしろく取り組みやすい中身になっていたかなというところが特徴で、こんなふうにごくごく簡単にさせていただきました。

以上でございます。

○大竹座長 では、2枚目が私から提出させていただいたものです。

後ろのほうにコピーがあります。これが具体的なホームページに出ているものです。

私のほうも、どういう形でどのように活用するか余りよくわかっていなくて書きました。ただし、やはり活用するために必要な情報がぱっと短い中で書かれているといいかなと思ったのです。

西村委員も言いましたように、添加物のものがちょっとどのようにしたらいいのかと困

りまして、やはりどこでつくったかがすごく色濃く反映されているなと思いましたので、少なくともどこがつくったものかというのをまず書かなくてはいけないだろうということ、ウェブなのか、冊子なのか、紙なのかというのも使う側としては非常に必要な情報だろうと思って、それを書いたというところです。

これは教材というところで、学校で使うことをある意味で念頭に置いていましたので、例えば小学校低学年なのかとか、そういうところでの使いやすさとかを書きましたし、例えば3番目、ウェブで使えるので、すごくおもしろい教材ですけれども、逆にウェブ環境がない教室では使えないなと思ったので、ウェブ環境がある教室で活用できるとかと、ネガティブではなくなるべく積極的な評価の表現で書きました。

あと、「知トクタウン」、これは小・中学生用と書いてあるのですがけれども、内容としては大学生が学んでもいいような非常に難しい情報が入っているなと思いましたので、小・中学生ではなくてとは書かないで「若者（大学生）にも伝えたい内容である」ということで、なるべくそのようなところを表現する形にしました。

以上です。

それでは、色川委員、お願いします。

○色川委員 では、簡単に。

急に言われたので、皆さん大変な思いをしたのですがけれども、要は、私は担い手になる方々が使うときにこれをどう参考にするかということ想定して、たしか分類だと「学校で教える方に」とか「地域で教える方に」「自学される方に」とあったので、それに合わせてまとめてみました。

読めばわかる話で、私は特に詳しい説明はしませんが、問題は例えば先生方が使うときに、事前にどういう中身でどのように使えばいいかというヒントがあるといいと思うのです。教材を見て見つければいいのですがけれども、教材もたくさんありますから見ていたら切りがないので、きっかけになるような言葉があるといいなと思います。ですから、そういう書き方をする努力をしたつもりです。

それと、先ほど大竹座長もおっしゃっていましたが、要はネガティブなことが書けないのですがけれども、たくさんネガティブなことは浮かんだのですが、これはこれで例えば委員会とかでチェックするときにはプラスも書き、ネガティブも書き、マイナスは出さなくていいと思うのですが、今後の教材を考える意味では参考にはなる場所なので、情報としては持っておいたほうがいいかなと思いました。

以上です。

○大竹座長 ありがとうございます。

では、東委員、お願いします。

○東委員 私も基本的には色川委員と同じような形で、利用者が具体的にこんな使い方ができるというようなことを少し書いてみましたが、私の資料の中で、上のところに教材名から問い合わせ先情報まで表になっているのがございますね。こちらは実際には「教材情



報」ということで既にとれる情報なのです。そうすると、それを見ればわかるので、そこに載っていないようなことで、利用者に伝えておいたほうがいいことはないかなということでも考えました。

例えば今、一番上にあるものと、実際にマスコットが出てきて解説をしていたりとか、●の3つ目にあるように、チェック表のやりやすいものが出ていましたので、そういうものを学習の導入部分で使えますよというのを書いて見たりとか、3番目の「消費者知識知っトクタウン」というのはウェブサイトの教材なのですが、小・中学生向けのウェブ教材と書いてあるのですが、実際には中学生には厳しい。どうしてかということ、そこにも書いたように「うっかりリスくん」と「しっかりリスちゃん」が出てきて、やりとりで展開するので…。また、内容はインターネット教材などで実際にネット購入をする場合とか、いろいろな個人情報のこととか充実しているのですが、ぱっと見ただけだとわからないような特徴があって、利用者にはそれを知っておいていただいたほうがいいかなということがありましたので、その点を中心に幾つか項目を挙げてみました。

以上です。

○大竹座長 ありがとうございます。

具体的にこういうものというわけではないのですが、イメージを皆さんに持ってもらったほうがいいかということで、何人かの方に実際にコメントみたいなものを書いてくださいとお願いしましたが、多分このあたりが、先ほどの評価委員会のほうに戻りますけれども(2)の「役立つ評価に関する情報」として、例えばコメントみたいな形で積極的な活用を促すとか、(3)の検証・評価の中で、このような検討をして、それをどう出していくかというのは先ほど阿南長官の御意見もありましたが、いろいろな活用の仕方があるかなと思っております。

何か御質問ございますか。

なかなか評価委員会というのは新しい組織ですので、具体的な業務がきっちりここで最終的には固まらないかなと思いますが、大体(1)(2)(3)というあたりをお願いしたいと思っておりますが、それでよろしいでしょうか。

そうしましたら、資料1の人選、評価委員会にどの程度の方に入っていただくとか、何回ぐらい行くとかというあたりについて、皆さんから御意見をいただければと思います。

お願いいたします。

○色川委員 色川です。

今の話で、具体的な中身の提案だと思うのですが、資料4の私のところにもちょっと書いておいたのですが、最後のところですが「具体的な対応策」の中で、委員会の名前がもしかすると「評価委員会」ではなくて「利活用推進委員会」とかそういう名前のほうがよさそうな感じがしましたが、名前はともかく、そういう中で抜本的に考えることも含んでいるとすると、多分ある程度こういうサイトにたけている方とか、あるいは先ほど西村先生もおっしゃっていましたが、法律的な問題で古くなっているというのだったら法

律のこういう分野に詳しい方とか、別にすごく詳しくなくてもいいかもしれませんが、こういうのに興味を持ちながらそういうのに詳しい方とか、そういう方がいらっしやるとすごくいいのではないかと思いました。

以上です。

○大竹座長 ありがとうございます。

具体的な人選というところではその辺のことも含めて考えていただくということによろしいでしょうか。

○前野委員 今、人選のところでは、教育関係の方だけではなく、実際に現場で使う人たちも入れていただいたらいいかなと思います。例えば消費生活相談員は、いろいろなところで講座をやるときに、大変ポータルサイトを活用しています。活用しているというか、見て、いい情報を現場で取り入れていきたいと思っていますので、いろいろな消費者団体の人とか、実際にポータルサイトを使ってほしいという、受け手の人にも入っていただいたらいいかなと思っています。

○大竹座長 ありがとうございます。

それでは、メンバーにどういう方に入っていただくかという御意見が出ていますけれども、その前に、評価委員会という名前にするかは置いておいて、この委員会につきましては、組織的には別途この委員会を立ち上げていただくということと、委員会の人数を何人ぐらいにするかということと、開催頻度は多分そんなにしょっちゅうはできないかなと思いますので、年に数回程度でしょうかと考えておりますが、そのあたりについていかがでしょうか。特に組織の位置づけは、もし事務局のほうで何か御意見がありましたら。

○消費者庁片山消費生活情報課長 消費者庁に置くということであれば別途置くのかもしれないけれども、私が思うのは、皆さんは他の御意見もあるかもしれませんが、コメントをつける人、この委員会の人でないとコメントをつけられないというたくさん人を集めなくてはいけないのかなと思っています。ただ、チェックするだけの人だったらそんなにたくさん人数は要らないのかなと、ジレンマという大変ですが、そういうのがあって、むしろコメントの話は、例えば誰でもコメントをつけられるようにすると変なコメント、要するにやらせとか、偏ったコメントがあるからやめましよう、それを排除するだけの意味であれば、極端な話、この推進会議の人は全員コメントしてもいいのではないかと、そのような発想もあるのかなという感じはしました。

ただ、それ以外に本当に評価するとか、そのように考えるのも、全員いてもおかしくないかもしれませんが、そういうのもコアみたいな人がいないといけないのかなと、責任が分散されてちょっと、そういうのもいろいろ考えているところで、悩ましいところかなと思います。

○大竹座長 組織は消費者庁の中に置くということで、多分この委員会とは別に置いたほうがいいかなと思うのですが、それはよろしいですかね。

あと、委員の人数ですけれども、今、おっしゃったように、コメントとかいろいろな仕

事を考えるとたくさんの人にアイデアを出していただいたほうがいいかと思いますが、逆に人数が多過ぎると会議開催が難しくなるかなという意味においては、コアの方ぐらいをこの委員会の人数として考えて、もちろんその中だけで全ての業務というよりも、どなたかにお手伝いいただくというか、これについてコメントをもしつuckingいただければありがたいということで、周りの協力者にお願いするということはあるかなと思っているのですが、一定程度のコアの委員会程度の人数にしないと、事務局のほうでも開催が大変ではないかと思っているのですが。

○消費者庁片山消費生活情報課長 もしもそういう形であれば、この場でそういう方向だけ決めていただければ、またその後具体的なところを決めればと思っているところでございます。

○大竹座長 どうぞ。

○齊藤委員 的を射ているのかどうかわかりませんが、先ほど来、何をここでやるかということと、その頻度というのは関係してくると思うのですが、例えば先ほどの基準の話に戻りますと、たくさん来るものを一定程度事務局でチェックをしていただいて、その中で保留にするものがあるとなれば、いつまで保留にするのですかということで、頻度の問題はどうしてもそこに必然的に出てくる話。あるなしにかかわらず、どういうルールにするのですかとなれば、2カ月に1回なのか、3カ月に1回なのかというのは当然出てくるということ。

それから、コメントを委員の方々に求めるのだとなれば、コメントをどのような形で求めて、それは委員会としてのことなのか、委員一人一人が任されるのかというルール化の問題もあるかと思うのですけれども、恐らく利用者からすると、このコメントは誰がつけたのみたいなことの権威性が重要だとすれば、事務局でつけたというわけにはいかないとすれば、それにかわるものをここに求めるのか、それとも、ここにまたブランチのような形で少しコメント的な人のセクションをつけるのかとか、そういうことによって、全てが本委員会でもなくてもいいのかもしれませんが、頻度というものありきではなくて、やることありきで頻度が決まっていくのではないかと思いますので、これはどのようなことをそこに求めるかによって、恐らくどうしても数を重ねざるを得ないものになっていきかねない要素がこの中にあるのかなと思って伺ったのですが、この辺は事務局や座長がどんな方向でこれをどこまでやるかということと随分関連してくる話なのかなと思って伺いました。

○消費者庁片山消費生活情報課長 頻度につきましては、例えば掲載基準のあるなしぐらいいは、ウェブでいいのではないかと、皆さんに一定期間を設けてその間に考えていただけますかということでもいいのかなと私は考えています。

ただ、例えばコメントの話は自発的に書いていただくのが一番望ましいかもしれませんが、そうすると、人数が多ければ多いほど誰かが書いてくれるだろうと思って書かないので、そういうところにコアメンバーみたいな方がおられて、このコメントは少なくとも誰々

先生にお願いしたらみたいなアドバイスをいただければ。決して事務局方がコメントを書くつもりはないというか、書けない。このコメントはそういう意味ですと、事務方ではなくて有識者の方に書いてもらったほうがいいと思いますので、そのようなことを考えております。

いずれにせよ、開催しなくてはいけないかどうかというのは実はそんなにかないのかなと。ただ、大きな仕組みづくり、例えば長官からもありましたように、うまくいろいろ回転させていくとか、そういった仕組みづくりのときは皆さんの御意見というのがあるのかもしれませんが、ルーチンというか、教材とかそういうものが来たときにどうするかについてはウェブというか電子メールでいいのかなと私は思っています。

○大竹座長 開催回数というよりも、余り人数が多くなり過ぎると責任が分散してしまうという意味では、一定のコアの方に担当していただいて、もちろん変わっていくかと思いますが、その間はしっかりその委員会の業務をやっていただくということでよろしいでしょうか。

では、その程度の、多分今、ここにいらっしゃるよりももう少し人数が少なくなるかなと思います。そんな方向でよろしいですか。

お願いいたします。

○西村会長代理 ちょっとコメントのことで、コメントを求められたのが大竹座長、色川委員、東委員、西村なのですけれども、見ていただくとわかりますように、それぞれ受け取り方が全く違うのです。つまり、私は先ほど申し上げたように、現在のポータルサイトは教材名、URL、概要、キーワード、制作年度、領域、ライフステージ、利用者の立場、有料か無料か、出し元がどこかと一定のフォーマットがあるのです。それを基本的には踏襲すると考えれば、例えば最新のものが仙台市なら仙台市から送られてきた、それを1カ月に1回とか3カ月に1回とか、新しい教材としてこういうものが届きましたという欄がページ上であって、そこに少し載せるというコメントならあり得るなと私は思ったのです。

ところが、東委員のものはパーフェクト版みたいなものですから、あれでいったら登録を求めて出してきた御本人、例えば仙台市なら仙台市がただ出してくるだけで何も書かなくていいわけになってしまうわけですね。だから、そうすると、今度は評価をしたり書いたりする人の負担がめちゃくちゃ多くなってくる心配もある。

ですから、これは基本的には一定のフォーマットに従って書いてもらって、私自身、消費者教育支援センターの教材評価委員会というのをやって、教材表彰というのをずっと7～8年続けてきましたが、そこに出てくる教材30件ぐらいでも評価するのは大変なのです。ですから、そのところは基本的には出し元にやってもらって、これはとても有益に使えるとかと評価委員会としてコメントを出す。それを例えば評価委員会の頭文字をつけてAさんとかIさんとか、そういう名前を書くのか、教材評価委員会として出すとすると、これを出しますよということで合意形成をしなくてはならないわけです。ですから、その辺どうしていくかというシステムだけはっきりさせておいたほうがいいような気がします。

○大竹座長 ありがとうございます。

東さん、どうぞ。

○東委員 先ほど西村会長代理に言っていた、私の資料の見方についてなのですが、上にある一覧表は今、既に登録者が上げている情報を張っただけです。これだけの情報が既に今のサイトの状態でも見ることができるので、もし私たちがコメントをつけるとしたら。

○西村会長代理 下のほうですか。

○東委員 そうです。それ以外の、そこからわからないこととかプラスアルファのものという意味です。

○西村会長代理 追加情報としてですね。

○大竹座長 橋本委員、どうぞ。

○橋本委員 それであれば、長官が先ほどちょっとおっしゃったけれども、一読者というか使う人とかが見て、このように使えるのではないかという個人的なものでないと、ある程度共通にしてしまうと、それが余り強力なお勧めポイントというか、作成者はもう少し違う意図を考えていたのに誘導されるような感じがしますので、あくまでも使ってみたらこのようところがよかったよとか、このようにも使えるのではないかということが幾つか寄せられるという形だったら可能だと思うのですが、それ以上はできないのではないかと思います。

○大竹座長 ありがとうございます。

多分この4人は急に振られて何を書いていいかわからなくて、それぞれの思いで書いてしまったかと思うのですけれども、その辺はどういうことを載せるか、あるいは誰が書くかということも、委員会のほうで少し検討していただいて、出していただくということにしてはいかがでしょうか。多分今、ここで決まらないかと思いますので、よろしいでしょうか。今、いろいろ出た意見が反映された内容になっていくかなと思うので、よろしいですか。

○前野委員 座長がおっしゃられたことでお願いしたいと思います。

特に私たち使う側にすると、全部見なければならぬというのはすごく不便さがある、また、コメントが余り長くてもそれを読むのだったら中身を見てしまったほうが早いかしらということにもなりかねないので、どうぞ委員の先生方の中でまたそこら辺も御検討いただけたらと思います。

以上です。

○大竹座長 ありがとうございます。

○東委員 済みません、確認といいますか、こちらも実際にはその委員会で検討していただければいいのだと思うのですけれども、今、載っている全てのものにコメントをつけるというイメージなのかどうかということぐらいは確認しておいてほうがいいかと。

○消費者庁片山消費生活情報課長 多分とりあえず新しいものからだということで、もし

もその中でも、今まで物すごく定番なものについてはつけることもあるかもしれません。  
○東委員 そうですね。そのあたりが、西村会長代理の資料のような分量ぐらいでないと、恐らく大量のものには対応できませんし、前野委員がおっしゃったように、どれを見ていいのか、全部長いとますますわからなくなるので、そういう意味でも優先順位としてどれからつけ始めて、どの程度でまずやってみるかということも決めながら、また委員会で進めていただければと思います。

○大竹座長 その辺も委員会で決めていただければと思いますが、多分新しいものから、ゆとりがあれば昔のほうに戻ってということになるかと思っています。

では、そんなところでよろしいでしょうか。

今までポータルサイトについては余り検討しておりませんでしたので、皆さんから御意見がたくさん出ていまして、ちょっと時間が押しておりますので、時間のことで打ち切るのは大変申しわけないのですけれども、ほぼ御意見が出尽くしたかと思っていますので、その方向で評価委員のほうを進めていただくということで、確認いただいたということでよろしいでしょうか。

(「異議なし」と声あり)

○大竹座長 それでは、その次の「(2) 利用者の意見の利用も踏まえた、よりよい掲載の工夫について」ですけれども、資料3をごらんいただければと思います。

専門委員や消費者教育推進会議の委員などに少しアンケートをして、どのようにくみ上げていくかということを考えていきたいという提案をさせていただきたいと思います。

「方法」につきましては、メールで、アンケートといっても非常に簡単なもので、皆さん御自由に御意見を書いていただくというようなアンケートと考えております。

「3 質問項目案」とありますが、個人のフェイスシート部分に加えまして、⑥が中心になりますけれども、ポータルサイトの「トップページ」や内容につきまして、各項目についての御意見を御自由に書いていただくと考えております。ここの関係者の方たち、周りの方たちに聞いていただいて、そうしたら、50名程度は集まるかなと思っているのですが、そういう中でどういう方向で変更していったらいいのかということを検討したいと思っています。

したがいまして、この会議が終わった後、消費者庁より各委員にお願いをし、6月の末ぐらいまでに集められれば、次の委員会に少し反映できるような皆様の声を集められるかなと思っています。

いかがでしょうか。

それでは、実は色川委員のほうに学生さんに少しアンケート的なことをやっていただいておりますので、そのことについて御説明いただければと思います。

○色川委員 「資料4添付」というのがそれに当たります。名前のところは書いてあったのですけれども急に消したのですが、これはこちらが勝手につくったアンケート票で、学生たちはサークルをやっている、サイトを集中的に見た時期があったので、こんな回数

が多いということです。ですけれども、常時見ているわけではなくて、たまたまその時期に集中して見ていたというだけだと思います。コメントはいろいろ書いてありますが、読んでいただければわかるとおりで、よい点、悪い点、改善提案を含めて挙げさせてみたということです。

○大竹座長 ということろで、色川先生の周りの学生さんはよくこのサイトを、ある意味ではヘビーユーザーに近いかなと思いますけれども、それでもいろいろ御意見を出していただいているようですので、こういう簡単な御意見を、アンケートというよりも周りの方に聞いて集めたらいかかかと思っております。どうでしょうか。

では、一度やってみるということによろしいですか。

皆さんに御協力のお願いが行くかと思っておりますけれども、どうぞよろしくお願ひいたします。

資料4の本体のほう、意見と提案について、色川委員からよろしくお願ひします。

○色川委員 時間も押しているようなので、ぱっと済ませます。

私のは資料4になりますが、今、評価については議論されたので、論点2のほうですね。実際の利活用の問題で挙げさせていただきました。

まず、申し上げたいことの1つは、まだまだ使いにくいところがあるだろうということが1つあります。以前よりはずっとよくなったと思っておりますが、というのは、私もかかわったことがあるので多分少し私にも責任があるのかもしれませんが、まだまだ不十分かなと思っております。

1つは、以前の消費者教育推進会議でもこの件は議論されていて、ある程度の見通しが出ていたのです。阿南長官が以前委員のときにも一緒にやったと思っておりますが、そのとき、具体策が幾つか上がっていたのですが、それがまだできていない部分があるということが1つあります。

例えばa「社会での消費者教育」の「(カ) 消費者教育専門家情報の提供」というのがあって、人材バンクと呼んでもいいのかもしれませんが、こちらについてはまだ何もされていなかったりとか、b「学校での教育」のところ、学校用のポータルサイトも考えられていたようなのですが、こちらも特にないということで、話がとまってしまっているのです。だから、この辺はもう一回検証した上で、ぜひできるところから手をつけていただければと思います。

個人的に、さらにまたサイトを見直してみても幾つか気がついた点があるのですが、それは2ページ目の「2. 現行サイトの課題」というところがそれに当たりますが、ここにたくさん挙げたのですけれども、要はせつかく学校で教える方、地域で教える方、自学する方と3つ挙げられているにもかかわらず、一手間が足りなくて使いにくいのではないかなというのがちょっとありました。それを幾つか挙げておきました。

特にここで、口頭でお話ししておきたいのは⑬なのですが、イメージマップの領域に該当する情報がたくさんあって、来るのですが、実際にその教材を見ると、どれがそれに当

たるのかわからないというのが結構多いのです。恐らくこちらの推測では、情報を上げる方が自分で選んで上げてきているだけで、それに対するチェックがされていないのではないかと思います。

それはいい点なのですがけれども、使うほうから見ると非常に使いにくくて、例えば消費者市民社会とか、どれがそれに当たるのかわからなかったり、どこの部分が当たるのだろうとか、そういうのかわからないのです。そういうのは使う側から見てかなり不便なことなので、その辺何とか工夫できないか。特に今回、自治体がよくつくっている教材は活性化基金でつくっている場合が非常に多いのです。そうすると、活性化基金というお金を使っているのだから、何かこういうのを出す場合も何か統一したルールで出せないものか。そうすれば消費者庁さんも扱いやすいのではないかと思ったりしたのです。その辺もぜひ、今度委員会ができるのだったら検討していただきたいと思いました。

もう一つ、⑮ですが、私もそうなのですが、使うときにまた一から戻ってしまう形で、前回どこから検索したかわからなくて、何を見たかも覚えていないのです。こういうのは今のサイトだと、特にショッピングサイトなどもそうだと思いますが、ぱっと出てきますね。そういうのが出てくると非常にリピーターが使いやすいと思うのです。ですから、その辺のサイト上の運営上の工夫もぜひ考えていただきたいなということです。

「3. 具体的な対応策」というのは、先ほど私が申し上げたとおり、人材バンクサイトなどを設けていただくといいし、評価委員会かどうかわかりませんが、推進の委員会ができたときには使い勝手含めて改めて検討していただけるといいなと思いました。

以上です。

○大竹座長 ありがとうございます。

非常に具体的にいろいろ問題点、改善すべき点を提案していただいておりますけれども、何か御意見がございましたら一、二伺いたいと思いますが、いかがでしょうか。よろしいですか。

それでは、こういう方向で今後人材バンクなども含めまして、サイトの改修案を取りまとめていくということを御確認いただくということによろしいですか。

(「異議なし」と声あり)

○大竹座長 ありがとうございます。

少し先を急いで申しわけありません。今度は「2. 情報伝達の在り方の全体像を踏まえた『高齢者障害者見守りにおける効果的な情報提供方策の検討』～具体的提案」です。資料5をごらんください。

これにつきましては、まず「経緯の確認」をさせていただきます。第6回の推進会議におきまして、ポツ2つにありますように報告させていただきました。

1つは、受け手の状態や情報環境を考慮した適切な情報提供のあり方を検討する必要があるとの認識から、人を介した情報提供の取り組みを提案いたしました。

2つ目には、関心の薄い層に対する情報提供のあり方を検討して、インターネットの端



末の有効活用やプロジェクトの提案をさせていただきました。

そこで「検討の方向」として、基本方針の実現に向けてこの委員会で課題を検討した内容をもとに、例えば地方公共団体で効果的な情報提供のあり方を実践することが急務になっていると考えております。そのためにモデル事業として具体的な提案を示していったらどうかというのが1つ目です。

2つ目には、実践を促して結果を検証、評価するための仕組みとして、地方消費者行政活性化基金の先駆的プログラムの制度が用意されていますけれども、必ずしもこれがうまく活用されていないように見受けられますので、ぜひここで具体的な提案をしてもらうように、地方に積極的に働きかけて、実践の具体例を積み上げていったらどうかと考えております。

地方の活性化基金につきまして、片山課長から御説明をお願いいたします。

○消費者庁片山消費生活情報課長 簡単に説明します。

資料6に「地方消費者行政活性化基金先駆的プログラム」の今年度のテーマ内容を書いています。1枚めくっていただいて、2枚目には「(参考)平成25年度先駆的プログラム」と小さく書いていますけれども、去年は体系立った消費者教育の展開ということでやりましたが、今年は1枚目にありますように「消費者教育の推進」ということで、2つの柱があります。特にこの情報利用促進小委員会のほうで関係するのは「V-2 体系だった消費者教育の展開」の③手法の実践・効果的な情報提供等の実施ということで、こういうことで当たりますと、地元で追加負担なしにプログラムの範囲内で事業が実施できるということでございます。

以上です。

○大竹座長 ありがとうございます。

これらを活用して具体的にいったらいいなと思っておりますけれども、その具体的な提案も御準備いただいておりますので、それぞれの委員から御説明をお願いいたします。

まず初めに、facebookの活用について、後藤委員の代理であります石崎委員代理からよろしく願いいたします。

○後藤委員代理 本日は後藤が所用で参加できなくて申しわけありません。かわりに石崎のほうからお話しさせていただきます。

まず、前回の小委員会でも後藤からお話しさせていただいたと思うのですが、facebookを使うことを考えたときに、真ん中に青で書いていますけれども、消費生活サポーターのようなキーマンの方の部分が、情報を活用する上で非常に鍵となるのではないかと捉えています。

具体的には、まず、キーマンとされている方が、高齢者や障害者の方とfacebookの中で友達になる。このキーマンの方は各自治体が立ち上げるfacebookのサイトをフォローする形で、そうすると、実際フォローしている対象のところから情報が自動的に発信されてきて、このキーとなる方に共有される。それを、送る情報に関しては「いいね！」という形

でアクションを起こすことで、実際に友達としてつながっている方に情報が展開されていくという仕組み、簡単に説明するとそういう形になります。

キーマンの方と高齢者ですとか障害者の方をつなぐのが、前回の話でも申しあげましたが、実際は必ずしも facebook のサイトではなくてもいいと捉えていまして、この後山下委員等からもお話があると思うのですけれども、例えばプロジェクトの中での展開であったりとか、地域のコミュニティーの中での展開であったりとか、そういった口コミを使ったところも含めて情報が広がっていけばいいのかなと考えています。

次の2ページ、では、実際にどういう情報を展開していくのがよいかというところなのですが、ここはこれまで武雄市の事例で御説明させていただきましたが、そこになぞらえてやっていきますと、まず「いいね！」を押してフォローということで、武雄市のポータルサイトがありますが、それによって情報が配信されてくる。これは猿が出ましたよというので、東京のほうでは当然ないですが、出たので近づかないでくださいというような情報が配信されてくる。

一番下のところは「コメント」をすることで意見交換となっておりますけれども、サイトを見た市民の方がそれに対してコメントを出して、政策に対する意見を出して、市側がそれに対して実際にどう考えているかというところを反映するという、相互のやりとりがなされるということでございます。

これを消費者教育における facebook の利用イメージに置きかえたところで考えると、まず一番上のところからいくと、まず自治体さんが開設して配信主体になるというところで、消費者庁さんとしては、これまで西村会長代理ですとか大竹座長を初め、いろいろ教育コンテンツの中身に関してやりとりがありましたけれども、そういったものであるとか、消費者教育に関する情報を提供して、自治体の方に展開していただくという形なのではないか。

消費生活サポーターのようなキーマンの方が重点的なフォロワーになって、そこから地域のネットワーク等を活用して、口コミで情報を展開していく。

中身に関してなのですが、ここも事前に柿沼委員ですとかいろいろな方に御意見をいただいたものも含めてお伝えしておりますけれども、消費者教育のポータルサイトというのはどちらかというと体系化された情報と捉えることができると思うのですが、ここで展開すべきものというのは、どちらかというと個人にとって身近な情報のほうがよろしいかと思うのです。

なので、トラブルの事例であったり、解決方法ですとか、リコール情報も含めて事故をもたらす可能性のある商品情報を素早く展開することであるとか、前野委員初め消費生活相談員の方のところにやりとりをしたノウハウですとか、事例が非常にたまっているかと思しますので、実際に消費生活相談を行った生の意見ですとか、解決をした事例といったもの、あとは各相談窓口がどこに設置されているのかとか、イベントですとか、そういったものを配信していくという形がよろしいのではないかと考えております。それに対して、

口コミというものも含めて意見を吸い上げて、それに対して各自治体なりがフィードバックをしていく形がよろしいかと思えます。

3ページ、最後は、今後の検討というところで、どういうことをこれから考えていかなければならないかということを中心に整理させていただいたまですたが、配信対象とするコンテンツを何にするかを決めていく。

形態の決定ということで、どうやって加工していくのかとか、加工する方法であったり、担当、それは各自治体に任せるのか消費者庁さんが絡んでやっていくのかというような、誰がどういう情報をつくっていくのかということ。

運用のルール、実際に誰が配信をするのかと、配信の頻度と、ただし何でもかんでも情報を出していいというものでは当然ありませんので、よくソーシャルメディアポリシーといいますが、どういう情報なら出していいのかとか、誰に出すのかというような、運営する上での規程を固めていく。

これは先ほど言ったような周知になりますけれども、実際にこういう情報が得られるサービスがあるのですよというのを消費者の方に周知をすること。

最後の⑤がキーになってくると思うのですが、実際積極的に使っていただくときに、キーマンの存在が当然鍵になると申し上げさせていただきましたので、そこの方々に実際にきちんと使っていただく、いかにその方にヘビーユーザーになっていただくかというところが重要だと思っていますので、その方々の巻き込みをやっていくというところかと考えております。

簡単ながら、御説明は以上です。

○大竹座長 ありがとうございます。

御質問もあるかと思いますが、3つ提案していただいて、その後とさせていただきます。

では、プロジェクトの具体的な提案について、山下委員からお願いいたします。

○山下委員 山下です。よろしくお願いします。

いつも私はプロジェクトの提案をさせてもらっているのですがけれども、私がここにいる役割というのは、啓発、広げていくという部分だと思っています。

私はそもそもこういうプロジェクトは、私どものような団体やいろいろな団体がやっていることに対して、国がサポートをするというやり方のほうが啓発方法としてはいいと思っています。

プロジェクトの実施に関しましては、何のためにするのかというところにおきましては、当然のことながらこういう社会の風潮がありますよ、こういうことが問題になっているのですよということを中心に無関心層に対して意識啓発していくこと。そして、今、既にやられている方たちの活動を取り上げたり、そこに対してやりやすいような仕組みを提案すること。そうすることによって、今、やられている方、無関心層の皆さんが一体となってやれる形が一番理想的なことかなと思っています。

プロジェクト名「おしゃべりにっぽん」と書いているのですがけれども、プロジェクト名

は別にテーマではございません。誰からも受け入れられやすい言葉をいろいろと考えていましたら、コミュニケーションの力が一番大事なので「おしゃべり」という言葉が一番親しみやすいのかなという部分で「おしゃべりにっぽん（仮）」という形にしています。「おしゃべりコミュニケーションの力で見守り・見守られる安心・安全な暮らしを」という形で書いています。

一番大事なところが「3つ～5つのアクションテーマ内容」と書いているのですが、このテーマがまさに委員の皆様と決めていかないといけない内容だと思っています。

そこで、①から⑤まで、委員の皆様にいただいた内容を私なりの言葉で書いているのですが、齊藤委員からいただいた「私もあなたも被害者予備軍！」、これはまさにいいテーマだと思いますので、実はあなたも被害者予備軍なのですよ、私もですよとまさに言葉を指していると思いますので、非常にいい言葉だと思います。

柿沼委員や前野委員からいただきました、学生であったり地域でコミュニケーションされているところで、これは勝手に言葉を変えているだけですので「地域学生よ大志を抱け！！」とか、学生ならではの取り組みやすい言葉に変えたりとかという話です。

後藤委員に先ほど御提案いただきました「いいね！で守ろう消費社会」みたいな「いいね！」をするという気軽なことをすることによって、皆さん見守り・見守られる安心・安全な暮らしに参加できていますよと。

「地域消費者被害ゼロおしゃべり大作戦」とか「学んで体験！防衛術」これも柿沼委員や齊藤委員からいただいていたテーマだと思うのですがけれども、このような形を1つのテーマ、ここで決めるべきことはテーマかなと思っていますので、委員の皆さんからいただきました内容をここに落とし込んでみました。

「プロジェクト名（仮）」に関しましては、先ほどからいいましたように、親しみやすいといえますか、御高齢者の皆さんもおしゃべりだったら参加してくれるかなとか、皆さんが今まで従来やっていることに対してお墨つきをつけてあげるといえますか、新しいことをしろと言わない。おしゃべりというものを通じていろいろやってくださいねということを選んだだけでございます。

目的なのですけれども、これも仮ですが「全ての国民が見守り・見守られる安心・安全な暮らし創りのきっかけ提供」、要はこういう風潮をつくるのが大事なのかなと思っています。

あとは、基本的に「落とし込んだ目的（仮）」と書いていますが、基本的やり方の共有やきっかけを提案することが非常に大事なのかなと。地域の連携であったり、これも押しつけではなく本当にこのようにやればいいよというきっかけづくりであったりとか、うまく取り組んでいるところをピックアップして皆さんに周知徹底することによってまねすることを仕込んでいく。あと、既に取り組んでいる団体との連携、無関心層への啓発ということを書いています。

おしゃべり会は別にこだわっているわけではないのであれなのですが、既におしゃべり

会を行っている団体等がありますよと。これは何かといいますと、企業、行政、民間団体というところで分けますと、企業は地域コープがおしゃべり会というものをやって、みんな何を買っているのとか、みんな大丈夫とかという地域のコミュニケーションを啓発することによって、いろいろな商品問題にも取り組んでいる。

行政、これは抜けていますが江戸川区がおしゃべり会というものをやっています。これは生まれたての子供のケアであったりとか、消費者教育とはまた別なのですけれども、集まっているコミュニティーでおしゃべり会なのだから消費者教育も一緒にやりましょうよということを伝えていくことも大事なのかなと。

団体では、当然保育園でのおしゃべり会とか、似たようなことをやっています。

今日は時間がないのでさっさと行きます。

「活動シーン（仮）」としましては、ここに書いてあるようなことで、委員からいただいている内容ですのであれなのですが、最後のところで「地域の地銀等と見守りスタンド等の取組み」と書いてあるのですけれども、以前私は、熱中症予防ではがきを高齢者に出して、合い言葉を書いたりとかして、コミュニケーションをとるのはいいですよという話をしたのですが、実は今年の熱中症とかはちょっと進化しておりまして、はがきではなくて写真立てを送ります。その後ろにカレンダーがついていまして、表には温度計、そしてチェック、こういうサイズで撮った写真を挟んで、おばあちゃんにコメントを書いている。例えばなのですが、それを見守りスタンドと名づけて、そういったものを御高齢者の方にお渡ししたりとか、家族間でそういう啓発をしていくということです。

「プロジェクト賛同者」としては、企業でいいますと地銀、地域に根差した銀行さんとか、普通の銀行、保険会社、飲食店舗、おしゃべりをするのだったら飲食店舗をみんな使いますので、積極的に彼らの集客にもつながるような形ですね。郵便局、宅配水、宅配業者、新聞者等を考えています。当然行政、民間団体もです。

では、その人たちがプロジェクトに参加するメリットは何なのというところで、企業からするとPRや集客につながります。「おしゃべりにつぼん加盟店」と書いていますけれども、すごくわかりやすい例でいいますとこども110番みたいなものですね。皆さんに自発的にステッカーを張っていただいて、私たちはこのプロジェクトに賛同しています、参加していますということでやっていく。賛同した店舗であったり企業に、国が作成したツールであったり、あなたたちは興味を抱いてくれなので、このようにあなたたちは見守り隊になってくださいねというような知識が載っているものを配布することによって見守り隊が増えたりとか、あとは行政と活動を連携できるというのがメリットではないか。

行政は熱中症等でもそうなのですが、企業や民間団体との連携が非常にとりやすくなりますので、行政にとっても非常にメリットがあります。

民間団体は活動を取り上げてくれたりとか、連携先企業であったり行政の連携先を提供してもらえるとということで、プロジェクト参加のメリットがあるのではないかと思います。

次をめくりますと「活動方法（仮）」としましては、大きなテーマを掲げてモデル地域をつかってしっかりと連携していくことが大事なのではないか。そのモデル地域がどのような取り組みをしたというところで、その地域に似た行政がまたまねてやっていくことが大事なのではないかと思います。

当然プロジェクトホームページ、今、消費者庁のサイトの話がありましたが、当然のことながらリンクも張って、もうちょっとプロジェクトのホームページは取り組みをひたすら紹介していくということをメインにしたホームページを作成して、いただきました DVDであったり、そういった資料も載せていく。

ホームページでは、先ほどから言いますが、さまざまな行政・企業・民間団体の取り組みを紹介しましょう。

先ほどお話にもありました facebook 等の SNS を活用した、若い無関心層への啓発も行っていけばいいのではないか。

あと、これは大事なのですが、取り組んでいただいた賛同会員の企業・行政・民間団体を年間で表彰するアワード、こんなにおもしろい取り組みをしてくれましたとか、こういうことをやってくれましたという、特に企業さんなどは喜びますし、行政さんなどもすごく喜んでもらって、プレスを勝手に呼んでくれたりとかいろいろしてくれますので、褒めるという行為は非常に大事なので、アワードは年に 1 回は実施したほうがいいのではないかと考えています。

運営方法なのですが、基本的に運営に国費はいただかないといたら怒られるのですけれども、自立してできる座組みにするべきだと思っております。そうしますと継続と連携がしやすくなるのかなと思っております。国費をいただくと次にもらえなかったら運営できないのです。ですから、それは余り継続性につながらないと私は思っていますので、最初にも申し上げたように、こういうプロジェクトというものは、団体がやっているものを国がサポートするのがベストではないかと思っております。

では、国費をいただかなくてどうやって運営していくのだというところで、企業からの賛同会費やイベント費等で運営していく。

コストは、こういう国費のコストは国が制作する DVD であったり啓発資料であったり、ホームページのコンテンツであったり、地域との連携に使われればいいのではないかと考えています。

下にも書いてあります。企業とうまく連携することで運営費をいただくことによって、より広く企業も啓発と継続につなげていく。

我々が提案しているものは実行委員会形式でございますので、委員の皆さんも実行委員会にぜひ入っていただいて、御意見をいただきながら、当然のことながら消費者庁さんや金融庁さん等にも御参加いただいてやっていければと思っております。

実行委員会が意思決定機関になりますので、何か大きなことをする際には消費者庁・金融庁等も含めた実行委員会に全ての意思決定をゆだねる。

その他省庁、横に文部科学省と書いていますが、文科省も含め、いろいろな省、私、熱中症でも環境省を初め厚労省、国交省、農水と連携していますので、そういった形でいろいろな省と連携をしてやっていくことによって、運営もしやすくなりますし、他省さんの力もかりることができるのではないかというのが、プロジェクト実施についての御提案になります。

早口で済みません。

○大竹座長 こちらこそ、時間がなくなりまして、申しわけありません。ありがとうございました。

それでは、引き続きまして「(3)人を介した情報提供」ということで、上野委員から簡単に御説明をお願いいたします。

○上野委員 上野です。

こちらの図のほうでお伝えしたかったのは、御高齢の方というのは通常の情報発信から関心、行動と移っていくパターンがあるのですけれども、なかなか今まで生きてきたプライドがあったりとか、他人に迷惑をかけたくないという心理が働いてコミュニケーションを閉ざしてしまう場合がありますので、最初のアプローチとしては行動に直結するような方々、そういう情報環境から高齢者の方々とコミュニケーションをとっていくというのが通常の広報の意識改革とは違うパターンというところで、少し御留意されたほうがいいのかというところで、このペーパーを出させてもらっています。

そういう意味では、国民運動も広く一般という形も1つ手としてはあるのですけれども、高齢者の方々の行動を直接的に促せる方々、この場合だと手紙とか口コミとか娘さんとか奥様とか、そういう方々に国民運動のターゲットを絞って、広く周知をしていって、最初は覚えているのですが、少し何もなくなってしまうとまた忘れてしまう環境があるので、それを地域で持続的に見守っていくという形で、見守りネットワークというものを運営していく。

こういう段階的な啓発が必要になってくるのではないかとこのことを簡単に図式化した資料を資料9とさせて頂いています。

以上です。

○大竹座長 ありがとうございました。

お2人の方から facebook とプロジェクトを御提案いただきましたけれども、これは具体的にそれぞれの地方自治体等に働きかけて、取り組んでいただけたところがあれば具体的に取り組んで、事例をつくっていくということになるかと思いますが、そういう方向で少し取り組んでみようかなと思うのですが、いかがでしょうか。

資料10で柿沼委員、齊藤委員、前野委員がそれぞれ御意見を出していただきまして、それを踏まえて御提案いただいたのですが、この御提案についてそれぞれ、今日は柿沼委員は御欠席ですので、齊藤委員と前野委員から一言これのコメントをしていただければと思います。

よろしく申し上げます。

○齊藤委員 時間もないので簡単に申し上げます。

的を射ている中身かどうかわかりませんが、私のほうは仕組みではなくて中身のことについて触れさせていただきました。

まず、プロジェクトのテーマ案について少し具体的なイメージを持ったものは、例えばオールジャパンだとか県単位というのは圏域が広過ぎるのではないかとということで、もう少し小さな地域ごとでの消費者被害ゼロ作戦のようなものはできないか。

これは情報共有をどうするかというのが非常に問題があって、警察情報も得られないとか、行政情報も発信されないということで、自分の地域の中でどういう被害者があったのかは地域全体で共有できないのが現状だと思いますから、これを打破していかない限りは誰が誰を守るかという関係づけもよくわからない。この辺の今、弱点のところを補っていく必要があるのではないかと思います。2つ目。

それから、これにはどうしても、先ほどいろいろな、facebook のときにも出ましたが、キーマンというものが必要になってきますので、それはどのように新たにつくるのかという課題があります。

私がこだわっているのは、プロジェクトイメージの中で「見守り&見守られる」地域づくりと申し上げたのは、これは後でも出てきますけれども、見守る側は誰か、見守られる側は誰かと、2つの中で議論が進んでいっている印象が非常に強くしますので、あすは我が身だと感じておりますから、弱者と強者がいつもいるようなイメージにどうしてもなってしまうことを払拭すべきだと思っております。

「だまし」のプロからの防御術と申し上げたのは、今、いろいろな情報も何々商法だとか、次々に商法名が出てくる。これは我々消費者側からするとわけがわからないですね。逆に言うと、全てが後追いになる。そのように起きた問題を後追いしていたのではこの先々防止はできない。つまり、相手はプロなのだから、プロの防御術をどうするのかという話を周知しない限りは解決がつかない。

例えばということで「怪しくないのが怪しい電話」だとか「ひとり判断をしない」とか「あなたの相談は他人も救う」というような何か具体的な、これは山下委員のプロジェクトと関連する話ですが、もう少し心に訴えかけるものがないと、私どもの組織の中でも私はだまされないという前提の中で話が進んでおりますから、これを払拭しなくてははいけない。プロジェクトイメージとしては「わたしもあなたも被害者予備軍」のようなキャンペーンイメージを張らなくてははいけないのかなと感じました。

やはり見守り支援者をどうしても拡充しなくてははいけない。福祉では民生委員さんとか介護の専門職でありますとか、今日来られている前野さんたちのような消費者関係の方々のボランティアに限られているのは現状でありますから、これを広げない限りなかなか敵に対する防御は張れないだろうと思います。

今、介護、医療の世界では地域包括ケアシステムと盛んに言われておりますが、この中



の1つに生活支援という言葉があるのです。これは何も介護や医療だけではなくて、まさしく高齢者や障害者そのものの生活をどのように支援しようかというのは非常に大きなプロジェクトになっているわけですから、これを単に厚生労働省のプロジェクトにするのではなくて、消費者庁も、あらゆるところが生活支援をどうしていくのかというのは、恐らく経産省も農水省もかかわってくる話なので、各省が用語を次々につくるのではなくて、1つの用語が包括的なものであれば、その用語に対して各省庁が連動していくような度量を持っていかない限りは、現場サイドで言葉に遊ばされるということになってはならないのではないかと感じました。

具体的な提案でないのですけれども、我々が持っているイメージとのギャップを少し申し上げさせていただいた次第です。

以上であります。

○大竹座長 ありがとうございます。

多分プロジェクトに取り組んでいくときのポイントかと思います。

ちょっともう時間が過ぎておりますけれども、前野委員から一言よろしく願いいたします。

○前野委員 まず、私が思いますのは、いろいろプロジェクトというのは上からの考え方でありまして、それを実際に現場でどうやっていくかをとても大事に考えています。

私が出したメモをお読みいただければわかるのですが、これを実際にどこかのプロジェクトでモデルケースでやるといったときも、自治体がやっていくわけですので、その自治体がやりやすいような体制、皆さんが常々言われていますように、行政の担当者は業務をたくさん抱えていますので、実際にやるときに使いやすい内容になっているか、すぐ取り組めるような内容になっているかということが一番大事だと思います。

そして、その担い手というのは、キーマンになる人をどうやって育成していくか。サポーターとして皆さん各行政がやっていますけれども、受講されただけで終わっている。講座のやり方の研修は一般の市民の方に提供されていますが、それを一歩、実際に自分がキーマンとなってやっていくのだという意識づけ、啓発をやっていくところがないと、いくら大きなプロジェクト、いい案を考えてもやっていくのは難しいと思っています。

私がペーパーを出したのは、提案の1「プロジェクト実施に当たっての留意したい点」では、消費者の方が常に取り組みやすい内容であること、コストが最小限であること。活性化基金はありますけれども、コストがかからないこと。

「テーマ案」としては、地域の力で身の回りの安全度、いつも皆さん悪質商法のことだけだったので、ここでは1つ、製品事故のことで、いくら皆さんにリコールと言っているも、リコール製品が回収されない状況にあります。今回ここではリコール編とか長期使用製品編として、これは千葉県のある地域で、高齢者ではありませんけれども、実際にやっているものなので、具体的なことはまた時間があつたら皆さんに説明して、こういった身近でできるようなものにプロジェクトをつなげていく必要があるのではないかと考えてい

ます。

提案の2のほうは、常日ごろ私が思っていることで、この「プロジェクト実施に当たっての留意したい点」は同じです。一義的に終わらせないこと、コストが最小限であること。

「みんなで見守ろう！安全・安心なくらし、新鮮情報の活用を！」というのは、よく私が国民生活センターの見守り新鮮情報を言っていることですが、それだけではなく、いろいろな新しい情報を活用していこうということで挙げました。

テーマの消費者教育の観点から、また、被害の予備軍としての観点から、誰もが見守りの担い手になることで即消費者教育になる。ですから、先ほど齊藤委員が言われたように、見守る人、見守られる人ではなくて、自分自身が担い手になることによって、高齢者自身が見守られていくというイコールの話です。

人を介することで、届けたい人に届かない現状をネットワークづくりが活発に行われていく中で活用することで、消費者教育とともに被害防止になるだろうと書いておきました。

「実践方法」は大きなプロジェクトではなく提案することで、地方公共団体が地域でいかに活用しやすいか、いろいろなものが提案されるけれども、それが長続きしないのは、現場に取り入れにくいものがあるからだと思っています。

小単位でやっていくことで、特に常々申し上げているように、消費者講座にも60歳以上の参加者があって、何をしたいかわからないと、先ほど言ったサポーターを卒業した人たちを取り込んで、現場でキーパーソンとしてやっていただくための方向転換をこれからは行政もしていかななくてはいけないのではないかと思います。

あと、住む地域で学生の人たちも取り組んでいくこと。

私は今、いろいろなところとの連携ということでは厚生労働省の生活衛生営業の関係で、例えば浴場組合などは昼間お風呂屋さんが開店する前に地域の高齢者の方を読んで健康体操をやったり、講話をしたり、いろいろ集まっているのです。そういったところとも連携、取り組んでいけば、もっともっと地域に根を張っていくのではないかと思います。

ですから、地域が取り組むに当たっては、費用もかからないで、誰もが参加できるものにプロジェクトが進んでいけばいいと思っています。

雑駁ですけれども、以上です。

○大竹座長　こちらこそ、非常に具体的な御提案を4人の委員からいただきまして、ありがとうございました。

この実践が具体的に集まってくると、報告書の中に盛り込めて、さらに全国に広がるような報告ができればいいなと思っています。

今日はどうもありがとうございました。質問等の御意見をさらに何う時間がなくなってしまいまして、大変議事の不手際、申しわけありませんでした。

何かこの後も、事務局から御連絡がありましたら、お願いいたします。

○消費者庁片山消費生活情報課長　特にございませぬ。次回の日程は改めまして御案内させていただきます。

○大竹座長 それでは、これで終了させていただきます。皆様、どうもありがとうございました。お疲れさまでございました。