

消費者教育推進会議
第5回情報利用促進小委員会
議事録

消費者庁消費者教育・地方協力課

消費者教育推進会議 第5回情報利用促進小委員会 議事次第

1. 日 時 平成26年9月18日(木) 16:00～17:49

2. 場 所 消費者委員会大会議室

3. 議 事

情報利用促進小委員会の取りまとめの方向性(案)について

4. 出席委員(敬称略・50音順)

東 珠実、色川 卓男、上野 浩文、大竹 美登利、柿沼 トミ子、後藤 浩、
西村 隆男、前野 春枝、山下 太郎

5. 配布資料

資料1 情報利用促進小委員会の取りまとめの方向性(案)(消費者庁)

資料2 情報利用促進小委員会報告書(構成(案))(消費者庁)

(図1 情報の見取り図)

資料3 (参考)消費者教育ポータルサイトミニアンケート結果(概要)(消費者庁)

資料4 消費者教育ポータルサイト掲載基準(案)(消費者庁)

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、定刻になりましたので、ただいまより「消費者教育推進会議第5回情報利用促進小委員会」を開催させていただきます。

皆様、御多用のところ御参集いただきまして、誠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。齋藤委員、佐藤委員、武田委員、橋本委員は御欠席です。

それでは、議事に先立ちまして、事務局の幹部に交代がありましたので、御紹介させていただきます。

まず、板東長官です。

一言御挨拶をお願いいたします。

○板東長官 それでは、本日も含めまして、今まで熱心な御討議をいただいているとお聞きをしております。

改めてありがとうございます。

8月10日付で消費者庁の長官に就任させていただきました板東でございます。よろしくお願ひ申し上げます。

私自身、前も西村先生の御指導のもとに、消費者教育の推進を文部科学省の中で担当させていただいたことがございまして、今回、消費者庁に来させていただき、この分野、まだまだ取組がこれからということで期待されているところが多いかと思っておりますので、心して取り組んでまいりたいと思っております。

よろしくお願ひ申し上げたいと思っております。

特に、今日御議論いただいております部分につきましては、やはり、必要なところに必要な情報が届かない、高齢者などを初めとして、本当に情報が必要な人たちにどうやって情報を届けていくか、誰にそういうときのプレーヤーとして動いていただくかという、非常に重要な部分だと思っておりますし、それから、消費者教育のポータルサイトについても、いろいろな改善の御要望があるというのもお聞きをしております。

そういう点を含めまして、積極的な御議論をいただきまして、正に必要な情報を必要な人がちゃんと得ることができ、また共有しながら消費者教育が進められていくというシステム、体制作りを是非いろいろお知恵をいただければありがたいと思っております。

よろしくお願ひ申し上げます。

今日はちょっと申し訳ありません。

私自身、ちょっとほかの会議に出なければいけないので失礼させていただきたいと思っております。

○大竹座長 どうもありがとうございました。

それでは、板東長官はこの後、御予定がおありということで、ここで退席されます。

○板東長官 すみません。

○大竹座長 ありがとうございます。

それでは、引き続きまして、服部審議官です。

一言御挨拶お願いいたします。

○消費者庁服部審議官 川口の後任の服部と申します。どうぞよろしく願いいたします。

消費者教育は10年ぶりです。新しい法律、それから消費者市民社会という新しい概念など、分かっていないところが非常に多いものですから、しっかりと勉強させていただこうと思っています。

どうぞよろしく願いいたします。

○大竹座長 ありがとうございます。

引き続きまして、植田消費者教育・地方協力課長です。

よろしく願いします。

○消費者庁植田消費者教育・地方協力課長 植田でございます。

8月25日に着任いたしました。これからどうぞよろしく願いいたします。

○大竹座長 尾崎消費者教育・地方協力課の企画官です。

○消費者庁消費者教育・地方協力課尾崎企画官 尾崎と申します。

9月1日に着任いたしました。どうぞよろしく願いいたします。

○大竹座長 よろしく願いします。

それでは、本日の議事ですけれども、次第にありますように、情報利用促進小委員会の取りまとめの方向性の案について審議したいと思っております。

本日の議論を踏まえた上で、今度、10月17日に開催を予定しております消費者教育推進会議に、当小委員会の検討状況を報告したいと考えておりますので、その報告の中に盛り込む内容を特に今日、皆様からいろいろ忌憚のない御意見をいただければと存じております。

それでは、初めに、事務局から配布資料の御説明をお願いいたします。

○消費者庁植田消費者教育・地方協力課長 本日の資料、次第にあるとおりでございますけれども、資料1「情報利用促進小委員会の取りまとめの方向性（案）」でございます。

資料2「情報利用促進小委員会報告書（構成（案））」。それから添付資料として「(図1 情報の見取り図)」でございます。

資料3につきましては、皆様に御協力をいただいていた行いましたミニアンケートの結果の概要を付けてております。

資料4につきましては、「消費者教育ポータルサイト掲載基準（案）」でございまして、前回まで東委員に作成いただいた案について御議論をいただいておりますけれども、これまでの議論を踏まえた修正版を添付しております。

参考資料につきましては、部数の関係でメインテーブルの皆様のみ配付しておりますけれども、「消費者教育の推進に関する基本的な方針」、「地方公共団体における消費者教育事例集」、「消費者教育の体系イメージマップ」、「情報利用促進小委員会の進捗状況」でございます。

以上です。

○大竹座長 ありがとうございます。

皆様御確認いただきましたでしょうか。

それでは、当小委員会の取りまとめの方向性について、御議論いただきたいと思います。

現行の消費者教育推進会議における本委員と専門委員の任期満了が平成27年2月に迎えることとなります。

そこで、当小委員会では、現状、検討を行っている課題に対して、報告書を取りまとめ、2月までに、そのまとめを作成していきたいと思っております。

2月までに着地をさせるということで考えておりますので、その取りまとめの方向性につきまして、事務局と事前に相談させていただきまして、資料を作成していただきました。

その資料について、消費者庁のほうから御報告をお願いします。

○消費者庁植田消費者教育・地方協力課長 それでは、資料1、2について併せて御覧いただければと存じます。

資料1につきましては「情報利用促進小委員会の取りまとめの方向性(案)」でございますけれども、冒頭の3行については、今、座長から御紹介のあったとおりでございます、2月までに報告書を取りまとめるということでございますけれども、10月の推進会議のほうにも途中経過ということで、御報告をしたいということでございます。

それから<取りまとめの方向性>ですけれども「情報」、主に消費生活に関する情報でございますけれども、提供・入手方法が変化しつつある中、こうした情報を「受け取り手」である消費者等に確実かつ効果的に届く仕組みの実現を目指して、現状分析、論点及び提言をまとめるということでございます。

資料2については、また後ほど御説明をさせていただきます。

3月に行われました消費者教育推進会議の第6回にも御報告をしておりますけれども、(1)、(2)の課題について検討が進められてきたということでございます。

(1)について「効果的かつ確実な情報提供の仕組み及び方策」という課題について、論点が3つございまして、見守り対象者など教育のアプローチが困難な層に対する情報提供のあり方。

それから、見守り協力者など消費者教育に関心が薄い層に対する情報伝達手段。

3番目として、高齢者・障害者の消費者被害防止のための情報共有、集約、管理のあり方ということについて、現状分析、論点の抽出、提言といったことをまとめていただければと考えております。

(2)の「消費者教育ポータルサイトの掲載基準等」につきましては、これまでのところ、消費者教育ポータルサイト掲載情報評価等検討会(仮称)でございますけれども、検討会を設置するという。それから、消費者教育ポータルサイト掲載基準の見直しについて、具体的に基準を見直すということが御議論されておると承知していますので、そういったことについて、報告書の中に盛り込んでいただきたいということでございます。

<取りまとめの方法>でございますけれども、座長から皆様に御連絡をしていただきま

して、お申し出のあった方々、承知しておりますけれども、以下の皆様に御参加いただき、座長の下で取りまとめを御主導いただいております。

大竹座長の下、齋藤委員、上野委員、後藤委員、前野委員、山下委員ということでございます。

それから、今後のスケジュールでございますけれども、お尻は27年2月の「報告書完成」ということでございますけれども、ちょっとここに「(時期未定)」と真ん中に書いておりますけれども、10月17日に会議が予定されておりますので、そこで報告、議論をいただきたいということでございます。

その間、必要に応じて小委員会を随時開催させていただきたいということを考えております。

以上が資料1でございます。

資料2につきましては「情報利用促進小委員会報告書(構成(案))」として、座長とも御相談の上、現時点の案として作成をさせていただいたものでございます。

先ほど申しましたように、まず「現状分析」とそれによる論点の抽出それから提言ということで構成をしていただければと思いますけれども、この四角の中は、これまでの小委員会での御議論を我々のほうで抽出して書いておるものでございまして、過不足があると思いますので、今後、どういったことを記載していくか、議論をいただければと思います。

まず、構成といたしましては、1.で「効果的かつ確実な情報提供の仕組み及び方策」ということ。先ほどの資料1の(1)、(2)に該当する(1)の部分がこれでございますけれども、それについて、まず現状分析ということですが、これまでの議論では、消費者と事業者には情報格差があるということ。

消費者は情報の「発信者」であるとともに「受信者」でもあるということ。

それから、情報は「発信者」と「受信者」の間をさまざまな「形態」により伝達されるということ。

情報の「発信者」は、国や自治体、教育機関のほか、消費者関連団体、事業者、事業者団体など多様なプレーヤーがいるということ。

それから「受信者」である消費者の受け取り形態(手段)は多種多様であるということ。

そのため情報の「形態」を「受信者」に応じて考える(変える)必要があるというような御議論があったかと思えます。

図1では、それをまとめる形で「情報の見取り図」ということで、きめ細やかな情報伝達のシステムの構築が必要だということでもあります。

そういった現状分析を踏まえました課題、論点でございますけれども、(2)で「効果的かつ確実な情報提供の仕組み及び方策」について、論点の提言を行っていただきたいということでございます。

①が消費者情報のチャンネルが少ない層、高齢者、障害者などが想定されると思いますけれども、それらの方々に対する情報提供のあり方ということでございます。

小委員会での御議論では、高齢者等に対しては「温もり、信憑性」の感じられる「身近な存在」、例えばヘルパーさんであるとか、家族、近隣住民等からの手紙、チラシ、回覧板などによる情報提供が有効ではないかということ。

それから、情報提供者から直接ということではなく「身近な存在（見守り役）」を挟んだ形での流れによって確実な情報提供を行うといったこと。

それから「身近な存在（見守り役）」が高齢者等に確実に情報提供できるように「身近な存在」に対しての情報提供の「仕組み」が必要である。「仕組み」として考えられるのが、SNS、ソーシャルネットワークシステムなどではないかということ。

高齢者にとってはハードルが高いSNSは、高齢者等とつながりを持ちやすい「身近な存在」を介することにしてはどうか。「身近な存在」は、人的なネットワークにより情報を伝達するということ。

それから、高齢者も世代により消費者情報のチャンネルは異なる。世代別に情報提供方法の仕組みを検討する必要があるのではないかということ。

それから、見守り役（見守り隊）のしくみについてということでございます。

それから、次のページの②でございますけれども「消費者教育に関心が薄い見守り協力者層に対する情報伝達手段」ということでありまして、こういった方々は比較的若い年齢層の方が想定されますので、SNSの活用が有効ではないか。

SNSはリアルタイムの情報を入手し、画像等をじかに見ることにより、高齢者等の行動を促す力がある。また、身近な存在のみからの情報提供であるため、信憑性の観点からも効果的ということ。

SNSによる情報発信の仕組みはどのように構築するか。市町村レベルの範囲で、ホームページだけでなく、フェイスブック、メルマガ等によりリアルタイム情報を受け取る仕組みの構築が必要ということ。

フェイスブックによる情報配信の仕組み、配信対象のコンテンツであるとか、配信の形態であるとか、運用ルール、周知、啓発といったことについても、詰める必要があるということ。

それからプロジェクト。一過性のイベントにとどまらず、共通のテーマに賛同した国、自治体、企業等が共通のロゴマークやキャラクターを通じてテーマを推進していくということでございますけれども、これによる情報伝達について。

それから、テーマについては、消費者に取り組みやすい内容にすることが大事である。より多くの無関心層を巻き込むためにも、暖かく親しみやすい、参加しやすい言葉を選定していく必要があるということ。

また、既存の仕組み（国民生活センター、消費生活センター、学校教育など）の既存の仕組みの強化方法について。

消費者教育に関心の薄い層が情報の「受け取り手」から「発信者」になっていくための情報提供のあり方についてといったことが小委員会で御議論があったと承知しております。

それから、(3)につきましては「高齢者・障害者の障害者被害防止のための情報共有、集約、管理のあり方」ということをございますけれども、直接このテーマで小委員会では議論が行われていないかと承知してはいますけれども、(1)、(2)の現状分析、それから効果的かつ確実な情報提供の仕組み及び方策の検討の中から抽出する形で取りまとめをしていただければと考えております。

(4)でございますけれども、こういったことを踏まえまして、「SNS、プロジェクトの実証実験に向けた設計」を是非盛り込んでいけたらと考えております。

具体的に、来年度の予算を使いまして、消費者庁、自治体、関係団体、いろいろな方を巻き込んだ形でSNSをフェイスブックであるとか、プロジェクトといったことを実際に実施できるようまで設計ができればと考えておるところであります。

以上が1.ですけれども、2.の「消費者教育ポータルサイトの掲載基準等」につきましては、まずは「消費者教育ポータルサイト掲載情報評価等検討会(仮称)」でございますけれども、これを設置するということが議論が進んでいるということと承知しております。

検討会(仮称)の役割としては、新規登録のうち、掲載基準に照らし合わせ判断困難な場合に検討会を開催して判断。

掲載情報の特徴、新規性、有効な活用方法について簡単なコメントを発信。

必要に応じ「教材」、「取組」、「出前講座」といった分類を見直し、改善していくといった役割があるという議論であったと承知しております。

それから(2)につきましては、「消費者教育ポータルサイト掲載基準の見直し」ということで、現在、ネガティブチェックとなっている「教材」掲載基準の修正、掲載基準のない「取組」、「出前講座」それぞれの掲載基準を設定するということが、先ほど申し上げましたように、これまで東委員から御提出いただいた案で御議論いただいていたものについてのこれまでの議論を踏まえた修正版を資料4としております。

以上です。

ありがとうございます。

○大竹座長 ありがとうございます。

一通り御説明いただきましたけれども、それでは、まず、資料1につきまして、皆様から御意見をいただきたいと思っております。

取りまとめの方向性につきましては、これまで議論してきました流れをまとめているところですが、取りまとめの方法ということで、ここも小委員会なのですが、さらに数名でたたき台のような文章を作るワーキンググループといったらいいのでしょうか。そういうものを作って、原案を作り、それをここの小委員会で検討していただくというほうが効率的かなと思ひまして、こういう御提案をさせていただきました。

一応、皆様にお伺いしたところ、この方々から御協力をいただけるとお返事をいただきましたが、この方々に御願ひするということがよろしいでしょうか。

(「異議なし」と声あり)

○大竹座長 ありがとうございます。

それでは、資料2ですが、以前にこの報告書のあらあらな下書きみたいなものは皆さんにお送りしたことがあったかと思いますが、今回は改めまして、その文章の形ではなくて、そこに何を盛り込むかという項目について整理して御提案いただきました。

文章になっていると、文章の言い回しのほうが気になったりして、なかなか完成に至るまでにあちこちに議論が行ってしまうかと思しますので、まずはこの報告書の中に、どういふ点を盛り込むか、何が必要で、何は書かなくてもいいのかというようなところで、このように項目を挙げてみたほうが書くべきことが落ちていないかということが確認できるかと思ひます。

それで、まず、「効果的かつ確実な情報提供の仕組み及び方策」というところの、まず、現状分析ですが、これにつきましては、6点ぐらゐを挙げて説明したいと思ひておりますし、また、この図はこれまでも何回かこの委員会では提案させていただきましたけれども、こういう図を使って現状分析をしていきたいと思ひています。

この図については、前回、お出ししたのものから、また少し変わっているのですけれども、大きく変わったわけではありませぬ。ここにプロジェクトというものが前は入っていませんでしたので、やはりプロジェクトというようなそういういろいろな仕掛けを通して、情報が多様な人たちに隔々まで届くようなものを考えたいということで、プロジェクトの一つの大きな仕掛けかなと思ひて、ここに入れ込んだことと、消費者庁とかあるいは国民生活センターなどからの情報の発信が消費者に届いた後、また消費者のほうからも、いろいろな情報ももとの発信元のほうにも届くというような情報の流れが矢印で往復していたのですけれども、これがぐるぐる回るといふような図のほうがイメージとしてはいいのではないかということで、位置を変えて少し修正をさせていただきました。

これらの現状分析については、大体こういう論点を入れるということによろしいでしょうか。何か御意見がございましたらお願いいたします。

どうぞ。

○東委員 すみませぬ。失礼いたします。

この図に関して、図の位置付けについて、ちょっと確認をさせていただきたいと思ひます。

今、「現状分析」の中で、この図が出てくるということは、この図は現状のいろいろな関係性を反映しているとみるべきか、それとも、現状を分析した結果として、こういうものが理想的だとみるべきかという、どちらの意味もちよつとありそうな形になっているので、少しそのあたりを明確にする必要があるのかなと思ひたということでは。

特に、この見取り図自体はどんどん改善されて、より理想に近いものになっていると思ひますが、そういう意味で言ひますと、(2)のほうにも関わるのですけれども、「効果的かつ確実な情報提供の仕組み及び方策」というところと、一部ダブってくる。その場合、(2)については見守り役というのが物すごく大きなポイントになる。でもこの図1だと

見守り役という人たちがどこにいるのかというのが、余り見えてこないですよ。ネットワークが上にあったり、消費者一人一人が実は見守りをしている人でもあり、見守られている人もありということなのです。その辺り、ちょっと分かりづらい説明で恐縮ですが、この図の位置付けとか、取扱について、もう少し確認とか整理が必要かなと思いました。

以上です。

○大竹座長 今、東委員のほうから御指摘がありましたように、これは現状分析というよりも、現状を分析した結果、こういうような仕組みを作って、情報が必要なところに届くような方策を考えていく必要があるといういわゆる、この報告書の効果的かつ確実な情報提供の仕組みの入る前の、前段の文章の中でこれを使うということになります。したがって、必ずしも現状分析だけではないということです。

それから、そういう意味では現状分析というところで、入れたほうがいいかなと思っているのは、前、上野委員から、人によってチャンネルが少ない人とすごく多い人がいる。それはもちろん文章で、ここにも書いてありますので、文章で書いてもいいのですけれども、そういう受け取り手の手段とかその発信というのは、非常に多種多様ということだし、それから情報格差もあるということを書いてもいいですし、割とこの絵みたいな形で表現すると、分かりやすいというところもあるので、現状分析の中にその情報を届きにくい人、チャンネルが少ない人とそれからいろいろなチャンネルを持っている人がいる。そうすると、少ない人にどう届けるかということをおここでは伝えなければいけないので、いろいろな仕組みを作るということで、この図が出てくるほうがいいかなと、個人的に思っています。その辺りについて、皆さんの御意見をいただければと思います。

○色川委員 色川です。

現状分析といったときに、今の先生のお話よく分かるのですけれども、何かやはり問題点があるからやるわけですよ。例えば、広報紙、パンフレット、回覧板、ここに挙がっているものというのは、ことごとくある程度やられている可能性がある。フェイスブックだってやっているところもあるかなと思いますし、あとツイッターで東京都などは流していると思います。そうすると、どうすれば届くのかもそうなのですから、やっていることの現状があって、その現状に対してそれぞれの受け手のほうが、こういう点がまずいから届かないのだとかあって、それに対する対応策を考えるのが実はここで言う次の効果的な仕組みになるのかなと思いました。そうですと、かなり話が細くなるのですかね。上野委員が出されたような図でいうと、かなり細かい図で想定して、それぞれに届かない理由があって、それをこうやって克服するのですよという話になるのでしょうか。そういう認識でいいですか。

○大竹座長 そうですね。皆さんいかがでしょうか。私が余り言わないほうがいいと思いますので。御意見を。もしよろしかったら、上野委員、何か整理してお話いただければ。

○上野委員 そうですね。ちょっと報告書の構成のところに戻りますが、私た

ちがよく地域の方々とデザインをしていくときの手立ての方法なのですが、現状分析という言い方をします。現状ということで、その中にはいいこともあれば、悪いこともある。とにかく現状を一通り洗い出すと、それで、皆さんが課題に思っていることも含めて、そのまま何もせずに放っておいたらどうなるのかという最悪の状態というものを考えるのですよね。その最悪の状態を一番いい、最高の状態にするためにということで、この構成案で言うと（２）とつながっていくということになりますので、（１）と（２）の中にこのまま現状をそのままにしておくかどうかという最悪の状態というのがシミュレーション、考察もしくは検証で書かれてあって、それを受けてチャンネルが少ない人にはこう、チャンネルの多い人にはこうという流れにしたほうが今のようなお話もう少し整理がしやすくなるのかなとは感じます。

○大竹座長 ということで、（１）の中に、そのまま放っておくと大変な事態になるので、多少こういう方策をしたほうがいいのかというところまで書き込んで、そうすると（２）のほうで、そういう状況にならないための具体的な方策として、チャンネルが少ない人にはどうするかと書いたほうがいいのかということですね。

今、一応そういう構成にはなっていますが、現状分析のところでは、そういう意味ではもう少し書き込むということになるかと思いますが、いかがでしょう。

○色川委員 ついでに一つだけ。

つまり、提供の仕方が悪いとすると、発信者の問題があると思うのです。

発信者、つまりここで言うと国とか地方自治体とか、そういうところのどこが悪いのかということだと思っております。

例えば、広報紙、パンフレットで出すのだけれども、こういうところは足らなくて届かないのだとか、何かそういうことを示されたほうが分かりやすいですよね。見つかるかどうか分かりませんが。

○大竹座長 分かりました。

東委員も何かありますか。

○東委員 今のお話で、この図がどういうところにあるのかということは、流れとしては承知はしたのですが、やはり例えば今回、プロジェクトというものを加えていただいたのですが、これって後から新たに出てくるアイデアになりますよね。そうすると、ますます現状はこういう状態だという部分と、こういうことがこれから必要だという部分が混乱して受けとめられないかということが懸念されるなと思われましたので、少し何か流れを付けて、どこまでのところでこの図を入れて効果的に状況を伝えるかという辺りをもう少し検討するといいいのかなと思っております。

○大竹座長 分かりました。もしかしたら、現状のところでは、このプロジェクトをこの図の中に入れておかないで、それで新たな提案というところでは、一つはプロジェクトもあると思いますし、それからSNSでの新たな発信というところでは、今、フェイスブックがありますけれども、もうちょっと違った仕組みでの提案とか、それから見守りももちろん、

今、あるのですけれども、それをもっと強化する形での提案のほうにそれを入れたほうがいいというのが東委員の意見ですね。

○東委員 はい。

○大竹座長 分かりました。どうぞ。

○西村会長代理 多分、この図1のようなものが、現状分析に1枚あって、それからそれに対する効果的な対応として、またもう1枚あるというのが理想的にはあったほうがいいのかなど。

そして、現状分析のところ、例えば横浜市などでも、メルマガというものを配信しているけれども、利用している人はほとんど少ないという実態があるのですね。

一方で、例えば、つい数日前に地震がありましたけれども、地震の情報はみんなが気付くというような。それは一体、その差は何だろうというところですよ。

それからもう一つはそれぞれの広報紙、パンフレットに限界があるとか、回覧板はどうのとか、メールはこういうところがあるとか、今、発信者の問題とか、色川先生の御指摘もありましたが、そういうことを指摘する必要があるだろうということがあります。

それと、違う側面になりますが、この手の特に効果的などというある意味理想的なことを書き込んでいくときに抽象論に走りやすい。それは、フレームを示すことは報告書ですから必要ですけれども、もし消費者啓発にかかわらず、近い事例があるのであれば、なるべく先端事例に、前回の議論にも確か出たと思いますけれども、佐賀県の武雄市の例でしたか、御紹介がございました。

ああいうもので、どう行政がネットをうまく利用しているかというような先進事例をちょっと散りばめながら、あるいは足立区の見守りネットみたいなうまく奏功している例があるわけですね。

そういったものをイメージがつかみやすいような形で書かれるとありがたいなという気がします。

発言のついででございますが、資料をいただいて気になっていたのは、この消費者一人一人に図1で申し上げますと、この星印のところ、この小委員会は、対象が特に配慮が必要な高齢者、障害者というのは分かるのだけれども、ここのところ国民生活センターの子供消費者トラブルの報告などを見ていると、やはりネット被害の問題とか、オンラインゲームでの課金の問題であるとか、情報が親たちに届いていないという側面があると思われれます。

やはり脆弱な消費者という意味でいうと、我々も従前は高齢者と若年消費者というようなことを対に考えてきていたということで、特に消費者教育、なかでも若年消費者の問題、その親御さんに対する情報の伝え方の問題、その辺もちょっと加えていただけたらという気がします。

すみません。あと一つだけ。

○大竹座長 いえいえどうぞ。

○西村会長代理 あと、3小委員会に出ている関係で申し上げますと、地域連携推進小委員会とのつながりというか、役割分担というか、情報利用促進小委員会で見守りネットの話が出てくると、地域連携推進小委員会でも見守りネットの話に近いものが出てくるわけですね。その場合の見守りネットというのは、地域連携推進小委員会のほうは、地域で助け合うという形で、いわゆる行政の担当職員さん、コーディネーターさん、サポーターさんみたいな話になる。

そうすると、サポーターさんというのところで言うところの見守り役というのはどう違うのか、一緒なのかというような性格付けの問題。あるいはその情報利用促進小委員会という立場は、情報の伝わり方、情報が誰から誰に伝わっていくかということはどう精度の高い情報の伝わり方を開発していくかと効果的なものを作っていくかという考え方で、捉えていただければいいと思うのですが、そこでどういう人間にどう絡んでもらうかという話はどうなのでしょう。その地域連携推進小委員会のほうでも書き込むし、情報利用促進小委員会でも書き込むとばらばらにならない統一感というのか、あるいは役割分担というか、その辺ちょっとそれは座長さんや会長などとの議論等にもなるかもしれませんが、意識する必要があるかなと思いました。

以上でございます。

○大竹座長 ありがとうございます。

まず、3点、今、西村先生のほうから御提案があったと思いますけれども、このまず現状のところ提案するこの図と、それにこういうことを加えていけば、こう変えれば、新しいこういう仕組みができるよというものを少し書き分けたほうがいいのかと思います。なるほどなと思いました。

それから、もう一つは、高齢者、障害者に特化しようとしていますけれども、それだけではなくて、子供という視点もここに入れたほうがいいのかということです。

資料1で、一応(1)の効果的かつ確実な情報提供の仕組みの中に、高齢者、障害者と特別に取り出して書き込もうと提案させていただいていますが、このところはまだ十分には議論しておりません。2つのポチのほうを先に。その中に情報が届きにくい人たちという括りの中に、高齢者、障害者というところが取り出せるのではないかとということで、こうしていますが、もしかしたら、その中に子供を入れてもいいかなと今話を聞いて感じましたので、その辺はこの議論をするときに、また入れていければいいかなと思いました。それから、見守りについては、ここでもいつも見守りというところで、そこで住んでその方たちにお願ひしましょうとなっていますけれども、ある意味では見守り隊とか、見守りは一体誰なのというところは、ここでも十分議論しておりませんので、その辺を整理しつつ、もしかして地域連携推進小委員会のほうでそこは十分議論して、提案されているようであれば、そちらで明らかになっているようにとって、ここではそれを受ける形で書くというのもありかなと思っております。ここでも少し議論したほうがよろしいでしょうかと思います。そんなところで、それにつきまして、皆さん御意見いかがでしょうか。

どうぞ、柿沼委員。

○柿沼委員 お願いというか、現場のほうではこの例えば図の1で高齢者、障害者に特に配慮が必要ということで、直接の情報提供の部分の図からなのですけれども、おおよそ高齢者、障害者は、大方の人はメールとかライン、フェイスブックというのは余り使っておりません。それと、口コミとか寸劇とか映像とか、そういったものも実際には地域には区長さんというものがいるのですけれども、自治会長さんというそういったような、網の目のようにその地域を分析して責任者ということになっているのですけれども、そういう人を通して、今度、こういう詐欺事件があったから気を付けるようにとかと、もう一回、例えば、広報紙、パンフレットなどもまとめたものをただ回覧というのではなくて、一言言いながらもう一回確認をしたり、そういうひと手間掛けて、それが見守りネットになるのだと思いますが、実際には中学校区域では広過ぎる。今、少人数になって合併も進んでおりますので、小学校の中で、それがまた地域によって、どこの家に誰がいるか分かって、このネットワークが動いているということなのです。

ですから、地域の方で見ているかもしれないのですが、民生児童委員さんとか、保護司さんとか、いろいろな地域の方々がたくさんいますが、第一義的には、区長さんとか、自治会長さんがこの見守りネットを担っている場合がほとんど多いのが実態です。

先般、一番最初に私も話したことがあったのですが、全く具体的なのですが、私の知り合いの消防団長のお母さんが80歳ぐらいなのですが、非常に正常な能力を实际持っているのですが、孫の友達と語る人が自宅に取りに来て、1,000万円手渡したと。最近までうつで落ち込んでいましたけれども、やっと立ち直ってきましたけれども。そういうことに対しても、この部分ではメールとか、ライン、フェイスブックというものはあるのですが、電話が年寄りには結構多いのです。

ですから、電話というものをもう少しこのメールやラインと書くのだったら、もうちょっとそういう現実的な情報、媒体、手段としてはまだ地域の田舎では、ほとんど生きているという実態があるので、現実的なところをもう少し小学校地域ぐらいで、具体的に取り込んだ書きぶりにしてもらいたいというのがございました。

○大竹座長 ありがとうございます。

では、その辺も含めまして、多分、前の上野委員が作ってくださった中に、電話も入っていたような気がしましたがけれども、そういうところで少しその辺を現実に沿った形で現状を示すということに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、現状について、大分時間を掛けてしまいましたけれども、今、皆さんから御提案いただきました内容を含めて、もう少し考えていくということによろしいですかね。

(「異議なし」と声あり)

○大竹座長 それでは、(2)の「効果的かつ確実な情報提供の仕組み及び方策」というと

ころで、①が「消費者情報のチャンネルが少ない層に対する情報提供のあり方」、それから②の「消費者教育に関心が薄い見守り協力者層に対する情報伝達手段」ということで、幾つかここに提案させていただきました、この辺りにつきまして御意見いただければと思います。

○東委員 (2)の①のほうなのですけれども、「消費者情報のチャンネルが少ない層に対する情報提供のあり方」ということなのですが、この趣旨としては、情報のチャンネルが少ない層に対しては、身近な見守り役の人が情報提供をしましよと、補っていきましよと。その際にSNSが非常に効果的だという流れかなと、まず理解をしております。

それについてなのですが、ポツの上から3つ目です。「身近な存在（見守り役）」が高齢者等に確実に情報提供できるように「身近な存在」に対しての情報提供の「仕組み」が必要で、その「仕組み」として考えられるのはSNSであるという書きぶりですが、この見守り役というのは、現状では高齢者が多いと思うのです。

もちろん学習を積まれた高齢者ということもあるのですけれども、SNSを物すごく使いこなしている方が全然使えない方を見守るというイメージよりもむしろ、やはり一定の年齢で少し勉強しているけれどもSNSなどはそんなに使いこなしていないような方が、現在の見守りを担っていらっしゃると思うのです。

そうすると、SNSはこれからのもちろん効果的な方法なので、そういうものがいいですよという示し方としては非常にいいとは思いますが、これがぼんと一人歩きしてしまうと、今、一生懸命アナログな方法で見守りをしている多くの方に対して、自分たちがしていることはどうなのだと思いますかというところが少し懸念されたので。正に書きぶりだったり、流れの付け方など、工夫して、そこにも配慮が必要かなと思いました。

以上です。

○大竹座長 ありがとうございます。ほかにありますか。

よろしいですか。

確かにここは、見守り役ということに非常に期待して、見守り役を相当ここはクローズアップしていますよね。なおかつ、その見守り役に情報を届けるのに、新しい手段のSNSとかも、新しいものということで、強調し過ぎているので、それだけではなくて、今までの旧来の情報の提供の方法もきちんと押さえつつ、それらも活用して、届けるということをもう少し書いたほうがいいということですね。

○東委員 そうですね。

○大竹座長 分かりました。

いかがでしょうか。

○柿沼委員 この身近な存在の見守り役ということに対して、老人がだまされる根底は、やはり寂しさから出ていまして、肉親や身近な人たちから置いてきぼりにされているとか、だからこの乾いた砂が水を吸い込むように、若い人からの電話に対しては、孫だとか子供だとかという、無条件に飛びついてしまうという人の社会への渴望が根底にあるのだと

思うのですね。

ですから、そういうことから見ると、高齢者に確実に情報を提供できるように身近な見守り役というものの訪問というのでしょうか、フェイス・トゥ・フェイスといったようなものも、非常に重要な防ぐ手段なのではないかなといつも実際の被害の状況を分析している中で思います。

孫の声とか、子供の声とかさっぱり聞かない中で、風邪ひいたということを鵜呑みにしてしまう現状は、それだけ声を聞いていない期間が長過ぎるということがあるのだろうと思いますので、そういった見守り役という中にもうちょっと身内を引き込むということも要するに段階を超えてたまたに連絡をとるとか、そういうことも注意事項として区長さんとか何とかから「お孫さんから電話がたまにありますか」とか、「息子さんからは単身赴任ですけれども、連絡はありますか」とか、そういったようなものも重要な見守り隊の大きな使命になってくるのではないかと、現場ではそんなにフェイスブックだとか、何とかかんとかという近代機器の中に埋没した暮らしはしておりませんので。見守るほうも見守られるほうも、両方が高齢者という場合が多いのですけれども、そのところはお願いしたいなと思っています。

○大竹座長 ありがとうございます。

多分、見守り役というのが、どういう人たちなのかというのが十分整理できていないままに、みんな見守り役と言ってしまっている。しかし、実は見守り役も非常に多様であるし、多様な人を巻き込まないと、ここで考えていることが伝わらないということかと思えます。例えば、見守り役も柿沼委員とか東委員がおっしゃったように、高齢者ということとは十分あり得る。そのところに、きちんと届くような、そしてそれを受け取った人がその次の本当に、チャンネルの少ない人に届くよう仕組みの中では、もしかしたらそのSNSみたいな新しいものではなくて、いろいろなことを考えなくてはいけない。見守り役がどういう性格の人なのかということをはけてきちんと書いたほうがいいということですね。そう理解してよろしいでしょうか。

では、前野委員、どうぞ。

○前野委員 私もこの見守り役はほかの小委員会等との兼ね合いがとても難しいと感じています。

そして私は、今、柿沼委員が言われたように、この①の最初のポツのところだと思います。高齢消費者や障害者の方が「温もり、信憑性」を感じられるといった中には、ヘルパーさん、家族、地域住民、また生活圏にいるいろいろな商店街の人ということになるでしょうし、またその中に再三私が申し上げている60代以上の方が仕事を卒業し地域の中にいるので、ではその人たちにどうやって届けるかというところを考えればいいわけですが、比較的若い60代の見守り役の方にはSNSやフェイスブックなのかなと思います。また、今日東委員とか皆さんの意見を聞いて、常に私が思っている地域の生活圏にいる人といういろいろな研修会に出てきている60代、70代の高齢者と言いながらも元気で、社会のとのつな

がりをも求め何かしようというその人たちが担い手になる。その担い手の人にどうやって情報を伝えるかという、確かにSNSだけを使っている人ではないので、その人たちに情報の利用を促進するためには中核となる人にITを利用した発信と、その発信を受けてさらに発信していく。現状はITではない、アナログで70代、80代の方も情報発信の担い手となっていることもまた改めてもう一度考え直したいと思いました。

○大竹座長 ありがとうございます。

そういうところをもう少しこの中に盛り込んで作っていくということでよろしいでしょうか。

○西村会長代理 たびたびすみません。

先ほど、ちょっと子供消費者の問題を出させていただいたのですが、子供消費者のことをもし書き込むという場合に、(2)の①、②に該当するかどうかというのは若干疑問があるのですね。

というのは、恐らく子供消費者の場合には、消費者情報のチャンネルが少ないのではなくて、消費者情報のチャンネルはあるのだけれども利用していないと思われまして。つまり、御両親が働いていて、子供が1人で家でネットで遊んでいるとか、親のスマホを渡しておくとか、親のタブレットを使って遊んでいるうちに、たまたまアダルトにつながって、課金されるとか、オンラインゲームで最初100円だよと言っていたやつがたちまち数十万になっていくというような話のトラブルというふうに、こういったものに対しても、親に警告を促すというようなことだとすると、そのある情報にどうやって接近させることができるかというのが一つの課題になるのかなと。もし、子供のことをやはり入れたほうがいいということであれば、ちょっとその辺の書きぶりが必要になってくるかなと、そんな気がいたしました。

○大竹座長 ありがとうございます。

チャンネルが少ないというのは、チャンネルにアクセスする機会が少ないということでしょうかね。

○西村会長代理 そうですね。

○大竹座長 何かその辺のちょっと書き方を変えればいいかなと思いました。

ありがとうございます。

あとはいかがでしょうか。

後で御意見がありましたら、出していただくということで、今の話と関わるかと思いますが、(3)の「高齢者・障害者の消費者被害防止のための情報共有、集約、管理のあり方」というところにつきましては、まだ全然ここでは議論をしていますが、私が思っているのは、今、(2)のほうでいろいろ分析しました中で、特に情報チャンネルが少ないあるいは情報チャンネルにアクセスする機会が少ないと言ったらいいのでしょうか、特に消費者被害を多く受けてしまう層の人に対して、どう情報共有するかとか、集約するか、管理するかというところを前段のところを書いたものをここでもう一度特化してまとめて、強調し

て書けばいいかなと思っていたのです。その辺りのことにつきまして、御意見いただければと思います。

どうぞ。

○西村会長代理 すみません。きっかけ作りで申し訳ありません。

○大竹座長 ありがとうございます。

○西村会長代理 例えば、ある地域ですごい被害の事故が発生したと。それが当然、消費者被害の場合には、余り大きくなならないうちにあちこちでやって、それでさっと消えるというような手口が多いと思うのですよね。

だから、できるだけその速報的にある事故が発生したときに、被害が発生した、それを消費生活センターなり、国民生活センターがキャッチした時点で、できるだけ速やかに流すシステムというのか、それが地域に末端にまで届くようなそういう仕掛け作りというのは、情報共有とか、集約とか、マネジメントとかというところに関わってくるような気がするのですけれども、その辺りはどう考えたらいいかなというのが必要かなと思っているのです。

○大竹座長 その点につきましていかがでしょうか、委員の方々。

お願いいたします。

○柿沼委員 田舎のほうでは、防災無線で振り込め詐欺が随分出ておりますので、皆さん、振り込め詐欺に気を付けましようとか、そういったそうなのかという状況を伝達するような方法もとられていますね。

○大竹座長 防災無線も1つの非常に有効な方法ということですね。

○柿沼委員 注意喚起するためには有効な方法だと思いますね。

○大竹座長 ありがとうございます。

○柿沼委員 防災無線ですから、解釈をどうとるかという問題はありますけれども、それをやはり防災というエリアに入れてワンフレーズですることは結構注意喚起になります。

実際に、昼間というのは、はっきり言って60歳以下の方はほとんど地域に余りいないのですよね。学校に子供たちがいて、学校の先生がいて、それからお店とかそういった自営の人を除けば、退職者があふれた地域ですから、その人たちがどう担って、どう守っていくかというものの構築で、安全性が確保できるかなと思います。

○大竹座長 ありがとうございます。

多分、見守り隊というところに相当活躍していただかないと伝わらないかと思えますけれども、それは消費者情報だけではなくて、正に防災の話とか、環境の話とか、いろいろなことが多分、そういうところに依存して伝わっていく仕組みは、まさにコミュニティーをどう作っていくかに関わるのかなと思うのです。そういう意味では、防災をやる人でそうではない人が消費者情報をやるとかというのではなくて、そういうものを全て包括して、きちんと必要な情報を必要な地域の方に届ける仕組みの中に乗せていくという意味で、先ほどの防災無線というものは、その一つ的手段として、防災に限らなくて必要な情報を市

あるいは行政のほうから地域の人に伝えていく一つの方法として、無線があるということなのかなと思いましたがけれども、そう位置付ければいいでしょうかね。

○柿沼委員 地域にはコミュニティー協議会というものがその地域地域にありますので、例えば、認知症の方が行方不明になっているということも防災無線では放送します。

こういう服装をした80代の女性が何時頃からいないとか、それはですから、詐欺という、これだけに特化しない。防災という範疇に入れ込めば、みんなそれは放送して、地域の共通理解を集約するようになっていると思います。

○大竹座長 ありがとうございます。

あとはいかがでしょう。多分、西村先生がおっしゃったような、速報的にすぐ伝わるような仕組み、システムとして、SNSとかを考えてきたと思います。多分、そこだけに特化してしまうと、そういうものが伝わらない人たちあるいはそういうものにアクセスしない人たちには伝わらないかと思えます。その辺の速報性というのは、特にフェイスブックとか、御提案いただいた後藤委員はいかがでしょうか。

○後藤委員 SNS等の一番の利点は速報性というところにあるのかと思うのですがけれども、それが基本的には、新しい情報提供の手段だということをご自分で私たちが常に基本的にうたっておく必要があるのかなと思います。

今までのチャンネルを交換する形で存在しているということをご基調として書いておく。ただ、新しくそういう手段というのが、今、切り開かれようとして、それは世の中の基調に徐々になっていくという時代の流れの中にいるので、いわゆる実証実験みたいな出口のことも含めてやっていく価値はあるのかなと思うのですが、それがすなわち従来のアナログ的なやり方あるいは人的ネットワークを使った情報提供というものをいわゆるリプレイスするものではないということはきちんと書いておく必要があるのかなと思います。

ただ、速報性というものがやはり一番得意なところであるのは間違いありません。

○大竹座長 一番SNSのツールは、速報性という意味で一番長けているツールだということですね。

○後藤委員 そうですね。

○大竹座長 ありがとうございます。

○西村会長代理 最近、還付金詐欺というものをある程度調べたのですね。

そうすると、ご存じの方も多いと思うのですが、かなり手の込んだ仕掛けがあるわけですね。それで、できるだけ銀行ではなくてATMはコンビニのものを利用させるということ。そこから、要は還付金といってお金を戻すような言い方をして、実は残高を召し上げるといってとんでもない方法なわけですね。なぜそれに引っ掛かっていくのか、それはやはり誘導なわけですね。それで、ほとんどわからないうちに画面を全部英語の画面にさせてしまおうとか、そういう中で、残高が何とか番号だとか言って、それを読み上げながら入れさせるとか、それは全部電話で指示するわけですね。そうすると、そこでコンビニの人が見て、何か電話をしながらATMをやっている人がいると。そしたら、ちょっとその危険性

があるということで、対応してくれるような環境を作っておかないとどうしようもないわけですね。

だから、被害額も何億円単位ですから、振り込め詐欺の場合は、今、柿沼先生がおっしゃっているような子供や孫からのというような話になるわけですがけれども、還付金詐欺の被害の多さなどを見ていると、どうやってその情報を正確にとんでもない方法で巻き上げているのだということを伝えることができるかということは、考えなければならないところだと思うのですよね。

要は、何だか分からないうちにその左上のボタンを押してくださいとかと言われてしまうから、左上のボタンを押してしまうという、そういう手法ですから、それが問題で、自分のお金が無くなってしまいますよということが本人にどうしたら伝えることができるかという、その辺をここの議論の中で伝え方、やはり、基本はそうするとやはりフェイス・ツー・フェイスというお話がございましたけれども、個別訪問をして、人が人に伝えるような形でしかないのかなと。そうすると、大都市の中でどうやってその人数が多いところですかというようなことも考えなくてはいけない。その辺りをちょっと議論の中に加えていただけたらありがたいと思います。

○大竹座長 ありがとうございます。

どうぞ。

○東委員 今、コンビニとかの話が出たので、関連なのですが、この(3)に書くべきことというのは、結局、コミュニティーがどうあるべきかということだと思うのですよね。

先ほどもどなたかコミュニティーと。そのコミュニティーの中には、もちろん身近で見守りをする人もあれば、コンビニもあれば、金融機関もあれば、自治体もあれば、いろいろな組織がありますよね。そういう中にももちろん福祉関係者がいたりということで。以前、見守りネットワークの組織図などがありましたけれども、あれだけだと非常にハード面だけが強調されてしまうので、そういった仕組みを踏まえつつ、コミュニティーのあり方というような視点でまとめ、各主体がどういう役割を果たしているかという書きぶりにして。そしてここにあるように、ではそうするためには情報をどういう仕組みで共有したらいいかということも併せて表記できればという気がいたしました。

それで、①のところは、チャンネルが少ない人には見守りの人が必要ですよ。

②では、見守り協力者はこういうツールが使えますよと。その人とツールを結び付けてコミュニティーがどうあったらいいかというようにここをまとめると、少し全体的な流れが付いてくるのかなという気がいたしました。

○大竹座長 ありがとうございます。

(3)は確かにそうしていくと、前の記述とつながっていいですね。

ありがとうございます。

多分、例えばSNSとかそういうものは非常に速報性がありますが、それで全て解決というわけではなくて、多分、それを利用している人たちが、まず、いち早くそういう情

報を得て、だけれどもそこで終わってしまうのではなくて、そのいち早く情報を得た人が、本当に必要な人に伝えていくという、次から次へと伝わるような人と人との関係、多分、それがコミュニティーだと思うのですけれども、そういうところをここできちんと書き込むという御提案かなと思いましたがけれども、よろしいでしょうか。

ありがとうございます。

ほかいかがでしょうか。

色川委員。

○色川委員 今のついでで、昨日、静岡であった「車座ふるさとトーク」はいわゆる見守りネットの話で、静岡市が先進的らしいのです。静岡市がやっている程度というのは、そんな大して難しいことをしているわけではなくて、例えば地域包括支援センターとか、介護ヘルパーグループとか、そういう方々と消費生活センターが情報のやりとりをして、ネットワークを構築して行って、その中で見守りの方々から消費生活センターのほうへ「なんとかさんがもしかするとトラブルになっているから」といって連れてきていただいて、消費生活センターの相談員さんと話をするとか、そういう仕組みをとっているわけですね。

このような静岡市の取組が先進的だとすると、全国の多くの自治体ではこのような消費生活センターを含めたネットワークができていないのではないかな。

だから、基本的には、まず、そういうところをきちんとやるのが第一歩で、それからプラスアルファが乗かって、もっと有機的なつながりを作っていけるのだらうと思いますので、先ほど西村先生がおっしゃっていましたが、先進的事例、別に静岡市でなくてもいいのですけれども、そういうところの例を挙げて、具体的にこういう取組をすると効果的だと。それは後にプラスアルファ、SNSとかを乗せていくというようなことが形としては考えられるのではないかなとちょっと思いました。感想です。

○大竹座長 ありがとうございます。

地域のネットワークを作る。

前野委員。

○前野委員 私のように相談を受けている側からすると、先ほど西村先生が言われたことを実感として、感じているわけです。いろいろな手口をどうやって消費者の人に伝えたらいいのかなということ。それを知っていれば思うこと。消費者の方は全く何も分からないときに働き掛けがあるから、それについて乗ってしまうわけですし、また、電話を掛けたりなんかする人というのはどちらかというと、若い人が多いかと思います。それは、ちょっと話が違いますけれども、昔は三世代同居して、おじいちゃん、おばあちゃんが何か苦労したらかわいそうというものがあったと思うのですけれども、今は世代間の交流がないから、その高齢者をだまして、だます側には痛みがないのではないかなということも感じます。

要は、色川先生も言われたように、消費生活センターの情報をどうやって伝えていくか

という、なかなかそこが消費生活センターにいる私たちも伝えたい方に伝わらないことに苦慮しています。ですから、その地域の方たちに伝える情報の利用の仕方というものをもう少しそこで検討していったらいいのかなと。生の情報を口で伝えてあげると「そうなの」と、ビデオや何かを見せただけでは「あの人のことよね」と自分は大丈夫と他人事になってしまうのですけれども、「具体的に、あなたが皆さんに伝える役目をしてくださいね」とお願いした時に人のために自分が受け止める、自分のためではない、人のためと言うのが各年代にとって必要であり、伝え方というのはすごく大事ななと思っています。それがいつも言っているフェイス・ツー・フェイスのことです。ちょっととりとめもないものでしたが、今後に向けて、IT関連やプロジェクトだけでなく、今まで行っている方法もしっかり具体的に書き込めたらいいと思いました。

○大竹座長 ありがとうございます。

多分、見守りネットとか、それから直接伝える仕組み、地域コミュニティーを作るとか、ここでは口コミと書いてありますけれども、多分、口コミという表現ではないほうがいいのかなと先ほど西村先生の話聞いていて思ったのですけれども、何か確実に必要な方に伝えるには、やはり人と人とのフェイス・ツー・フェイスのコミュニケーションが必要というところはまず確実に、その辺をどうここに書き込むかというところですね。

ありがとうございました。

では、その辺を書き込むということで、特に(3)は、地域コミュニティーをどう作っていくかということを中心に書き込むということはまだちょっと漠然としていて、きちんと整理できていませんけれども、もう一度今日の議論を整理して、御提案したいと思います。

ありがとうございます。

次に、(4)ですが、そういう意味では、今までのやり方とは違ったプラスアルファのやり方として、SNSとかプロジェクトを少し提案していったらいいのではないかと、特に来年以降の実証実験というところで提案したらいいのではないかと考えていますけれども、この辺につきましては、それぞれ具体的に提案してくださっている山下委員と後藤委員のほうからよろしいですか。

では、山下委員のほうから。

○山下委員 今までのお話を聞いていますと、プロジェクトができることというのはすごくシンプルでして、消費生活センターが発信した情報を受け取る人をより多く増やす。そして、受け取った人が発信しやすいようにすると。

簡単に言いますと、例えば、順序によりますと、消費生活センターにある事例が起きたと。では、こんな事例が起きたので、それを例えばプロジェクトに通達しようと。プロジェクトが箱になって、こんな事件がこんな手口で起こりましたよと行政であったりとか、企業であったりとか、もう先に組んでいるところですね。そこにSNSであったりとか、いろいろなものの情報手段を使った発信します。それが例えば銀行、先ほどの話で出たコ

ンビニ、だとすると、コンビニの店員がそれを見ました。店長が見て「こんなものがあるぞ」と言って、コンビニの店員がレジのときに、「気を付けてくださいね」と一人一人に例えば声を掛け始めるとか、銀行もそうですよね。メディアがありますので、銀行は待ち時間が暇なので、皆さんビジョンみたいなテレビがありますので、そこで例えばリアルタイム速報みたいな形でうまく流してみるとか、いろいろな企業さんが普通にやられている活動の場を借りて、その人たちの手段を使って、より多くの人に情報を発信する。最初にお話ししたどうやって情報を受け取る人を増やすのかというところの手段としては、有効的なのではないかなと。

一つの事例を挙げますと、熱中症のプロジェクトをやっているのですが、いつもその例を挙げて恐縮なのですが、例えばなのですが、初年度我々は、イトーヨーカ堂さん全店舗と一緒に熱中症予防声掛けプロジェクトというものをやりました。

我々がイトーヨーカ堂さんにお伝えしたことは何かといいますと、まず、従業員に対して、「今日は熱中症危ないよ」とレジを打つ人たちみんなに言ってくださいと。

そうすると、レジを打つ人たちは勝手に高齢者を見たりとか、体調の悪そうな人を見たら、「今日は危ない日なので、気を付けてくださいね」と勝手に声を掛けるのですね。

そういった形で、それもイトーヨーカ堂という企業が店長単位のクラスに「今日は危ない日だぞ」ということを、まず、会社を通じて教えて、その店長がレジの人とか、店員さんに教えることによって、その人たちがここでいう見守り役に勝手になって伝えていくと。

正にプロジェクトというのは、本当にそういうふうに情報を集約してハブになって伝える人たちを増やしていくという役割を担える1つの手段だと思っていますので、プロジェクトができることというよりは、本当に情報を受け取る人を増やすという、その人たちが見守り役になりやすいといったら変なのですけれども、状況というのは、多分、皆さんが、今、おっしゃっているようにコミュニティーであったり、コミュニケーションだと思いますので、そのきっかけを作るという部分では、大きくお役に立てるというのは変ですけれども、手段としてはいいのではないかなと思います。

○大竹座長 多分、いろいろなプロジェクトのやり方があるのかと思いますけれども、今、山下委員がお話ししてくださいました熱中症のプロジェクトですか、そういうようなものを、例えば消費者の今は振り込め詐欺みたいなものが多かったら、そういう情報がきちんと伝えたい人に伝わるようなそういうプロジェクトの仕組みを考えてみるということかと思っています。何か具体的に提案があれば、その辺のことをここに書き込んでいって、来年度の実証実験ではありませんけれども、少しやってみるということ。

○山下委員 いいですか。具体的提案というか、恐らくですけれども、本当に皆さんおっしゃっているように、お金が引き出せる場所、銀行であったりとかコンビニ、そういったところと本当に組んでやらないと、正直言って余りプロジェクト化する意味が無いのかなとは思っております。

なぜなら、例えば一般の企業と組んでも、やはりリアルタイムではないですし、当然、

例えば、こういう詐欺があったらしいよと、会社で放送を流す意味もないのですよね。

ですけれども、コンビニであれば、どこか金融機関であれば、自分たちの業務に対してのプラスアルファの価値を付けることができるという、他社と差別化できるとか、他社がやっているからやらないとか、そういう意味での一人一人とのコミュニケーションを取っている場ですし、金融機関はもちろん必ず通る場所にありますので、私はやらないといけないと思いますので、金融庁さん、消費者庁さんのみならず、警視庁とも組んで一緒に、今、やっていることを否定するのではなく、プラスアルファでやっていきたいなど。

我々はよく熱中症とかでいつも言っているのですが、はがきとか、いろいろなものを行っているのですけれども、これもいろいろな企業さんに場を借りて手伝ってやってもらっています。

後でちょっとお配りできればと思うのですけれども、これはちょっと熱中症バージョンを詐欺バージョンに変えたのですけれども、ちょっとよかったら皆さんに配っていただければと思います。

○大竹座長 具体的にあったほうが皆さんも分かりやすい。

○山下委員 これをコンビニでやれというのはちょっと難しいのかなと。

ただ、コンビニも、今、座るところが多かったりするのですけれども、例えば、1枚目、お手元に届きましたでしょうか。

こういうはがきですね。銀行などは待ち時間がひたすらありますので、暇ですから、そんなときに銀行の人たちはみんなカード会社と組んで、「カードに入りませんか」と言って声を掛けてくるのですけれども、そういったセールスの一つの入り口として何でもいいのですけれども、こういうはがきを皆さん書きませんかという形で大切なおばあちゃんへみたいな形でこれは地域単位でセンターの番号を明記するべきだと思いますし、銀行とか金融機関であれば、地域単位で地銀とかも入れればやれると思います。例えば、方言とか方便も地域単位で変えたりとかして、「ちょっと送ってください」と。ここに必要なのは、私は勝手に金融庁さんとか、消費者庁さんのマークをちょっと勝手に入れているのですけれども、あとは何々銀行。何々銀行はこういうプロジェクトに賛同していますよみたいな文面があれば、彼らも喜んでやるのではないかなと。

実際にこれは銀行にヒアリングしています。

2枚目は、これは今年熱中症でやって評判がよかったので放り込んだのですけれども、こういうスタンド形式ですね。熱中症の部分はここに温度計が付いているのですけれども、こうポンと置かれて、孫とか息子とかの写真が付いていれば、まず捨てない。裏がカレンダーになっているのですけれども、こういう見守りスタンドみたいなものを作って、そういう銀行の待ち時間にちょっとやってもらおうとか、やってもらったら何か例えば企業からもらったおしゃべりニッポンのプロジェクトに賛同している企業からもらったノベルティをプレゼントするとか、何かのインセンティブは必要でしょうけれども、そういうような協力体制ではないのですけれども、官民一体で取り組むべきというか、取り組まないと、多

分、せっかく出した情報も余り届かないと私は思っておりますので、具体的な事例といったら変なのですけれども、一つとしては、こういうアクションを皆さんに参加していただいて行っていくと。参加することで、無関心層の人たちであったりとか、情報の届いた人、それでも暇な人でも誰でもいいです。そういうより多くの人に関心を持っていただくようにする。ただ、関心を持つだけではなく、こういう往復ではないのですけれども、「気を付けてね」と情報を流すだけではあれなのですけれども、こういうことをやることによって、また更におばあちゃんから「ありがとう」という電話が返ってきたりとか、そこにまた家族のコミュニケーションも生まれるというようなことができればいいなと思っていますし、我々は熱中症でそういうことをやっておりますので、非常に効果は出ているとは思っております。すみません。

○大竹座長 非常に具体的なプロジェクトの提案をしていただきましたけれども、このプロジェクトの目的がこれまで情報が行かなかった多くの人に、情報を少しでも発信して広げていくという仕掛け作りということのようです。なので、こういうような取組も西村先生がおっしゃるようなものになるかなと思いますが、よろしいでしょうか。

もう一つ、SNSのほうでもし何かありましたら、御提案いただければと思いますが。

よろしいですか、後藤委員。

○後藤委員 SNSを活用した形も、結局プロジェクトということかなと理解しているのですけれども、先ほどおっしゃられたとおり、具体的なテーマと地域とその期間を決めて、どこかの自治体と連携をして、そのプロジェクトを組成していけばいいのかなと思っていますけれども、振り込め詐欺防止隊みたいなテーマで、特定の地域のコンビニなどの協力も仰いだほうがいいのでしょうかけれども、そういう店員に対して、SNSで情報を提供して、その先生がおっしゃっていたようなアクションをある一定期間とって、その有効性を確認するというようなことを実証実験でやると非常にユニークかと思っています。

もちろん、子供のゲーム子守隊みたいな、防止隊みたいな部分でいいと思うのですけれども、何かしらテーマを決めて、期間限定にして、地域を決めて、企業、自治体の協力を取り付けてやるということかなと思います。

○大竹座長 ありがとうございます。

もしかしたら、これまで高齢者、障害者に特化していましたが、子供を入れるのであれば、子供はそういうインターネットとかそういうものに非常にアクセスしやすい環境を持っていますので、フェイスブックを初めとしたSNSというのは。

○後藤委員 対象外。

○大竹座長 有効かもしれないですね。

では、この辺は幾つかの事例を挙げて、実証実験をしていくという提案をするということでもよろしいですか。全てを網羅するということは、多分、できないかと思っていますので、事例的に提案するとさせていただきたいと思います。

ありがとうございます。

それでは、次の2のほうに行きたいと思います。

いつもこちらの時間が短くなって申し訳ありません。

「消費者教育ポータルサイトの掲載基準等」につきまして、まず、(1)で、消費者教育ポータルサイト掲載情報評価等検討会を設置するというを提案させていただきたいと思います。

(2)で「消費者教育ポータルサイト掲載基準の見直し」ということを提案したいと思いますが、これにつきましては、これまで東委員のほうから具体的に提案はしてくださっておりますけれども、これについて、もし加えることがありましたら、よろしく願います。資料4です。

この報告書の中には、検討会を設置するというを提案したいと思いますが、また、ポータルサイト掲載基準の見直しをするというを提案したいと思いますが、この点については、もう既にこの小委員会では確認されているところです。

よろしいでしょうか。

どうぞ。

○東委員 それで結構です。ほかのことですが。

○大竹座長 どうぞ。

○東委員 今、座長がまとめていただいた2点についての提案については、もちろんそのようにしていただけたらと理解しております。

前回、私がこの基準案の修正案といいますか、提出させていただいたときに、その段階では検討会の設置に関する要領というほどまとめたものではなかったのですが、どこにそういうものを設置して、どんな業務を担って、どういうメンバーでどの程度どう開催されるのかといったことをごくごく簡単にまとめたものを出させていただいたのですね。

例えば、今回、報告書の段階で、そういった設置要領といいますか、開催要領といいますか、そういったものまで含めて、報告書として出せるとより具体的でいいなと思うのですが。その辺りはその要領も含めて、報告書に添えていくと考えてよろしいのでしょうか。

○大竹座長 うちの大学でも、多分、そういうものは組織を作る場合に、何とか要綱というものを作っておりますけれども、多分、国のほうもそうかなと思います。その辺の具体的な要綱まで、もちろん案ですけれども、作って、この中に書き込むということがどうなのか、課長さんのほうからお話いただけたらと。私たちは、その辺の整理はよくわからないので。

○消費者庁植田消費者教育・地方協力課長 是非、そういうことも盛り込んでいただければと思います。

○大竹座長 では、そういう要綱が作れたら、その辺までここで確認してこの中に組み込むということでよろしいですか。

○消費者庁植田消費者教育・地方協力課長 はい。

○大竹座長 分かりました。

○東委員 ありがとうございます。

○大竹座長 どうぞ。

○色川委員 最初のところで、一番この小委員会が出てきたところの論点の一つに、掲載基準ではなかったと思うのです。利便性の問題があつて、それがあつたからこそここにあるミニアンケートがあつたのだと思うのです。

ところが、この掲載情報評価等検討会自体には、多分そういう機能がある、利便性の問題も考える機能が恐らく付いているはずだと思うのですが、検討会の役割の中身だと、この3番目の必要に応じ何とかと書いてあるところしかなくて、これだけしか検討しないみたいに見えるのです。

だから、やはり必要に応じ、ポータルサイトの利便性について検討するとか、あるいはそう文面を入れていただいて、少しぼやかしていただいて書いていただいたほうがこの検討会自体が少し機能しやすいのではないかと思います。

以上です。

○大竹座長 ありがとうございます。

そうですね。利便性とか、それこそどの情報がみんなが欲しがっている情報なのか、それこそ「イイね」ボタンをどう作るかというところの具体的な話も出ていましたけれども、せっかくアンケートもしましたので、この結果も盛り込んで、このポータルサイトの掲載の仕方を、基準というよりも、多分、掲載の仕方ぐらいかなと思いますけれども、この中に盛り込んでいくということによろしいでしょうか。

○西村会長代理 是非、このミニアンケートの結果も、特に自由記述がたくさんありますよね。これは非常に参考になる使い勝手がどうしたら良くなるかというのがたくさんあつたかと思うのです。

こういうニーズを報告書の中に、このままでなくても結構なのですが、ある程度入れて、既にこういう意見があるわけですから、この2の(1)の検討会の役割の中で、有効な活用方法というところがありますので、そこのちょっと枠を広げて、是非、どうしたら使い勝手が良くなるかということも含めた検討という形にさせていただければと思います。

○大竹座長 ありがとうございます。

そういえばごめんなさい。

資料3についてまとめたところを簡単に御説明いただくといいですね。

私たち、多分、これは初めて見るのではないかなと思います。

どなた。

御説明いただけますでしょうか。

○消費者庁植田消費者教育・地方協力課長 資料3でございますけれども、アンケートの内容については、資料の一番最後に付いております、委員の皆様を通じて回答をいただいたものを集計したものであるということでございますので、広く利用者一般の方についてアン

ケートを行ったものではありませんので、多少、偏りがあるかもしれませんが、そういうことでございます。

そういったこともありまして、利用頻度という意味では、見た上で御回答くださいと御案内をしていただいた結果だと思えますけれども、今回、初めて見たという方が多いのが特徴かと思えます。

通常であれば、サイトを御覧になっている方に対するアンケートであれば、こういうことはないと思うのですが、少しこういったことで初めて見た上での感想ということが多いのかと思えます。

3 ページ目以降に、具体的なコメントをいただいておりますので、これが参考になるかなと思えます。やはり使い勝手の問題について、検索方法であるとか、分類、利便性についてのコメントが多くあります。

2. では、講座・取組の区別が分かりにくいというコメントもたくさんあったということでございます。

新着トピックスが目立つようにするべきであるとか、掲載年月日、更新年月日情報があると良いといったこと。

それから、ライフステージの項目で、障害者の項目も良いといったことでしょうか。

3. では「追加されると便利な機能」ということで、オンライン教材に直接リンクをしてほしいということ。

スマホのページが欲しい。

問い合わせもできるようにしてほしいということです。

4. では「追加されると便利な情報」です。

委員会でも御議論があったと思えますけれども、お勧めの教材の紹介コーナーであるとか、活用のヒント、活用例、授業例、講座例があると良いということが多数あったようでございます。

利用者の感想ということも委員会でお話があったと思えます。

それから、最大の問題は、サイトの存在が知られていない、もっと広報すべきという7. かと思いますけれども、こういった初めて御覧になった方が多数であったということで、こういうことであったかと思えますけれども、ちょっと必ずしも分析ができておるわけはありませんけれども、以上のような概要でございました。

○大竹座長 ありがとうございます。

この委員の関係者をお願いしたという意味で、ランダムに広く聞いたわけではありませんけれども、でもなるほどなと思う意見が大分出てきておりますので、こういうことも盛り込んで、使いやすいポータルサイトを作るという提案をしていくということよろしいでしょうか。

ありがとうございます。

そのほか、このポータルサイトにつきまして、もっとこういうことを盛り込むべきだとか、御意見があれば、是非お願いしたいと思います。

お願いいたします。

○色川委員 結局、今の最後のところで課長がおっしゃったとおり、ポータルサイトを知らないですね。私も、この前、夏に教員向けの研修とかありました。30人以上、いらっしやったのですが、ポータルサイトを見た方はいますかと尋ねたら、手を挙げた人は1人で、それも研究授業をした先生だったのですね。

この結果はたまたまではなくて、他でもみられました。

ということは、やはりその先ほどのプロジェクトではないですけども、ポータルサイトを認知していただく大々的なプロジェクトをしないといけないのではないかと。

ですが、被害の防止も大事なのですけども、使っていただくものがあつたら、それもちゃんとできればそういうプロジェクトを是非考えていただきたいし、それは多分、こういう検討会ではないですね。この検討会ではなくて、もっと大きい話ではないですか。それはそれで何かもうちょっとどこかで付け加えて報告書の中に入れていただきたいなと思いました。

以上です。

○大竹座長 それこそ大学などで、少しずつ消費者関連の授業もだんだんできてきたので、必ずそこにはこのポータルサイトの情報を伝えていただくとか、そういう取組が必要なのかなと思いますね。

ありがとうございます。

○西村会長代理 文部科学省の消費者教育のサイトというか、そこにもはっきり入れておいたほうがいいですね。文部科学省のサイトからぱっと見つからないのですよね。

今回、消費者庁長官は文部科学省から来ていますから、是非その辺をよろしくお願ひしたいと思います。

○大竹座長 そうですね。特に現場の先生たちは、やはり文部科学省のホームページから入ることも多いですから、是非いろいろなところとつながりながら。何だろうというものを、最近では、すぐネットで調べる方が多いので、そこでどこかで引っ掛かるような仕組みがもしかしたら必要かなと思います。

企業などは逆に検索したらトップに来るようにするための何か工夫をいろいろしているみたいですけども、国はちょっとそこまではできないかなと思います。私は余りそういうものは強くないのですけれども、是非強い方にお知恵をいただきたいと思います。よろしくお願ひします。

ほかはいかがでしょうか。

○消費者庁服部審議官 ちょっと全般的な。

○大竹座長 御願ひいたします。

○消費者庁服部審議官 今日お伺ひしたことで、いろいろ勉強させていただきました。大

変ありがとうございました。

ちょっとこの委員会の今までの検討というものを十分承知していない中であれなのですけれども、かなり情報の入手の媒体というものが変わってきているというのはデータとしてあると思うのですね。

要は、特に若い人、30代、40代もそうだと思いますけれども、とにかく新聞を読む時間、テレビを見る時間というものが物すごく減っていると。

その時間というものをどう使っているかということ、これは情報とは関係ないところ。では、どうやって情報を入手しているかということ、多分、ながらですね。通勤の途中とか、そういうところで入手していることが多分増えているのではないかなと、これは全体的なところですよ。

では、消費者問題というものがどういう形で入っていくかということ、ここで議論しておりますSNSという中で、放っておくと、多分、情報の量として減ってしまう。そこは何か手を打っていかないといけない。

確かにそれは高齢者の方々をターゲットというよりも、むしろ若い、テレビを見なくなっている人、そういうところかなと。その辺りをどう考えるのかということと、あと、本来であれば、今、消費者問題の情報というものが、何がどれぐらい、どういうチャンネルでどこに届いているかという、初めにそういう全体像があって、それも色川先生がおっしゃられたとおりでと思うのです。そこで、抜けているところもしくは弱くなっているところというものをきっちり分析して、それについてどういう形で入っていくのかというストラテジーというのが多分ないといけない。

では、我々はそれをきっちり調査しないと何も動けないのかということ、多分、違うのだろうなと思います。

ですから、いわゆる情報のチャンネルのコンテストみたいなものも実証実験の中で現状把握を兼ねるような形で幾つか実験、競争させるわけですね。幾つかのやり方を並行的に動かす。そんなこともやれたらいいのかなという、おぼろげですけども、いずれにしても、どこかフィールドというものをきっちり確保してやらないといけないと思いますので、自治体の方と、あとそういうものがどこまでできるのか、御相談していく必要があるのかなと。

西村先生がおっしゃっていましたがけれども、若い世代、親御さんのところというのは、子供の見守りというものもありますし、おじいちゃん、おばあちゃんの見守りというものもありますから、そこだけではもちろんないのですけれども、そのところのSNS、新しい媒体というものは一つ魅力的ではあるのかなと思いました。

ちょっとまだまだ私自身、勉強不足なものですから、いろいろ教えていただきたいなと思います。

すみません。

○大竹座長 ありがとうございます。

現状分析を今まで図で大分説明しようとしていましたけれども、多分、この図だけではなくて、もうちょっと違う側面から正に全体像で、どういう人にはどんな情報が届いているか、どういう情報が届いていないのかという、どんな仕組みの中で届くところと届かないところがあるのかということをもう少し精緻に分析する必要があるということだと伺いました。

ありがとうございます。

では、その辺を少し考えていきたいと思います。

何かございますか。

○柿沼委員 西村先生がおっしゃったように、子供たちの実態というものを親がなかなか把握していないというのは、現実的にマンションの1室で子供が10人ぐらい集まって、そういうことをしていても、親は把握していないというようなこともありますし、やはりPTAとか、学校とか、もっと消費者教育というツールで連携を深めていったり、被害者は年寄りだったり、若い人自身だったりするのですが、加害者は私が聞く限りでは、余り女性はいないですね。大抵男の人が犯人像の中では挙がってきていますので、もっと大学生とか、若い例えば経団連とかいろいろなところとリンクして、たまには実家に電話したほうがいいとか、要するに被害を防ぐためのツールということを3世代と、今、おっしゃっていましたが、そういうことをつなぐことで、さまざまな犯罪が防止できますけれども、そういう何かきっかけを作っていくのも情報のサイトとしてはいいのではないかなと思います。現実問題としてですけども。

○大竹座長 ありがとうございます。

ほかに何かございますでしょうか。

それでは、時間も迫ってまいりましたので、今、皆さんから出していただいた御意見に沿った形で、今後、事務局と相談しながら、報告書の取りまとめの案につきまして、作業を進めていきたいと思います。

よろしいでしょうか。

(「異議なし」と声あり)

○大竹座長 また、この小委員会の中で、それを基にして、皆さんに御意見をいただきたいと思えますし、取りまとめの中で、この委員会を開催する前にもいろいろまたメール等で皆さんからいろいろ御意見をいただければと思います。多分、そういうこともお願いすることになるかと思えますけれども、どうぞよろしくお願いいたします。

それでは、ほぼ時間になりましたので、今日はこれで終了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)

○大竹座長 ありがとうございます。

何か事務局のほうからございますでしょうか。

よろしいですか。

それでは、これで第5回情報利用促進小委員会を閉会したいと思います。
どうもありがとうございました。