

消費者教育推進会議
第6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6回情報利用促進小委員会 議事次第

1. 日 時 平成27年1月19日（月）16:00～17:36

2. 場 所 消費者委員会大会議室

3. 議 事

(1) 情報利用促進小委員会取りまとめ（案）について

(2) その他

4. 出席委員（敬称略・50音順）

色川 卓男、上野 浩文、大竹 美登利、後藤 浩、齊藤 秀樹、武田 岳彦、
西村 隆男、野村 豊弘、橋本 都、古谷 由紀子、前野 春枝、山下 太郎、
吉川 萬里子

5. 配布資料

資料1 情報利用促進小委員会取りまとめ（案）

資料2 山下委員席上参考配付資料

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提出資料）

参考資料5 情報利用促進小委員会（座長提出）

（第7回消費者教育推進会議提出資料）

○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6回情報利用促進小委員会」を開催させていただきます。

御多用のところ、皆様、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、東委員、柿沼委員が所用により御欠席です。また、佐藤委員が、急遽、御欠席との連絡を受けました。

それでは、本日の議事は、次第にありますように「情報利用促進小委員会取りまとめ（案）について」、審議をしていただきたいと思います。

まず、取りまとめ（案）の内容及び構成につきまして、事務局から御説明をお願いいたします。

よろしく願いいたします。

○消費者庁植田消費者教育・地方協力課長 それでは、お手元の配布資料でございますけれども、資料1「情報利用促進小委員会取りまとめ（案）」について御説明をさせていただきます。

別途、参考資料も配布しておりますけれども、そちらも御確認をいただければと思います。

それでは「情報利用促進小委員会取りまとめ（案）」でございますが、前回の第5回の小委員会が9月18日でございますので、ちょっと間が空いてしまいましたけれども、これまでの小委員会での議論を踏まえ、また、その後、事務局宛てにいただいた意見等も踏まえ、盛り込む形で取りまとめをさせていただいているものでございます。

また直前にお送りしたということで、十分ご覧いただけていない点があるかと思っておりますので、恐縮ですが、一旦、冒頭から全体をさらうような形で御説明をさせていただきたいと思っております。

2ページ目でございますけれども「1. はじめに」というところで、まず、この小委員会がどういった目的で開催されているかというところを記載しております。

本小委員会は、多様な担い手の積極的な参画に向けて、情報の効果的な収集、整理及び情報提供の在り方等に関する事項を検討するために設けられたものである。具体的には、消費者教育においては、成長段階に合わせて、体系的に消費者の能力を育成するだけでなく、被害・危害を防止することを主目的として、適時かつ適切に最新情報を提供する必要がある場合があるとの観点から、「消費者教育推進に関する基本的な方針」において「今後検討すべき課題」として挙げられたもののうち、高齢者・障害者見守りにおける効果的な情報提供方策等、2番目が、消費者教育ポータルサイトの掲載基準等、3番目、効果的かつ確実な情報提供の仕組みの3項目を優先課題として検討することとされたということでございます。

次に、どういったことを検討することを期待するかということの記載をしております。

事業者と消費者との間の情報の質や交渉力の格差に起因して、消費者被害・トラブルが発生し得る。その予防・拡大防止のためには、速やかな情報提供が重要である。同時に、

消費者は「情報の受け取り手」であるばかりでなく「情報の発信者」として「次の情報の受け取り手」に情報を伝えるとともに、「元の情報の発信者」にもフィードバックをしていくといったような、情報の流れが生まれることが望ましく、そのための仕組み作りが重要である。消費者は取得した情報を活用し、適切な判断をし、行動することを通じて、消費者被害のない社会の形成に関わることが期待されるとしております。

次のところが、具体的な検討過程でございますけれども、本小委員会でのこれまでの検討過程は、まず、(3)の効果的かつ確実な情報提供の仕組みとして、情報の流れの全体像、すなわち、消費生活に関する情報の発信者、受け取り手ともに多様であること、また、発信者、受け取り手を媒介する情報の伝達手段についても、従来手段にとどまらず、若者のコミュニケーション手段として利用されるにとどまると考えられているものも消費生活に関する情報の伝達手段として有効であることを委員間で共有した。その前提の上に、(1)の課題である、特に情報へのアクセスが困難な消費者、例えば、高齢者や障害者に、どのような情報を、どのような手段で届けるのか、すなわち適時かつ適切に確実な情報を提供する仕組みを検討した。このような情報へのアクセスが困難な消費者に対しては、周囲の人々、「見守り役」の関与が不可欠であるとの結論から、「見守り役」への情報提供の仕組みを提案した。また「見守り役」の層を拡大していく必要性についても言及し、これまで消費生活に関する情報に関心の薄い人々の関心を引き起こす方策についても示した。

また、このような「情報提供」という観点からは、消費者庁の消費者教育ポータルサイトの有効活用についても検討したということでございます。

上記の検討過程を踏まえ、ちょっとここはまとめが少し分かりにくいかと思っておりますけれども、本取りまとめにおいては、(3)効果的かつ確実な情報提供の仕組みとして、①全体像、②高齢者・障害者等への情報提供、これは(1)に該当するものとして行ったということでございます。それから③関心の薄い層への情報提供、及び、(2)の消費者教育ポータルサイトの掲載基準について方向を示すとしたことを、1.「はじめに」というところで記載しております。

2.は「小委員会の開催状況」ということでございます。

項目だけ挙げてございますけれども、ここに何かこういった検討をしてきたというようなことを、もし付け加えるということであれば、付け加えたいと考えます。

それから「3. 効果的かつ確実な情報提供の仕組み及び方策」でございますけれども、まずは「(1) 現状分析」ということで記載しております。

目まぐるしく変化するメディア環境と次々に生み出されるインターフェイスの仕組みによって、現在のコミュニケーションはますます複雑化している。こうした中で、「情報の受け手」に対し、適時適切に確実な情報が提供されることを確保することが重要な課題である。特に、高齢者・障害者や、子供など「情報へのアクセスが少ない消費者」に対し、どのように情報を届けていくかが課題となっているということでございます。

ただ、前回の議論で子供の話がございましたので、少し子供のこともここに記載してお

りますけれども、この後では実は記載をしておりませんで、子供の扱いについては、本日、御議論をいただければと考えております。

高齢者・障害者等に対しては、これまでのところでは、身近な人からの対面での情報伝達が最も有効と考えられる。また「広報誌・パンフレット」、「新聞・雑誌」、「回覧板」、「広告・チラシ」といった印刷媒体や、消費生活センターが実施している「講座、イベント、寸劇」や「DVD等の映像教材」も有効に使われている。一方、情報通信技術を活用した、ウェブサイト上の情報の閲覧、電子メール、ソーシャルネットワークサービスも活用が始まっているが、特に、高齢者・障害者に向けての情報発信の手段としては、必要な情報が十分に伝わっているとは言えない状況にある。

図1で「想定される1日の情報環境イメージ図」、次のページにありますけれども、情報チャンネルの少ない人、情報チャンネルの多い人ということで、図1としております。

このイメージ図は、消費者が情報をどのように受け取っているかを情報チャンネルの多い人と少ない人に焦点を当てて類型化したものである。

情報チャンネルの多い、少ないは、年齢、性別によって情報の受け取り手段が多様であること、それに加え、例えば、高齢者であっても比較的周囲との関わりのある高齢者とそうでない高齢者など、一人一人のライフスタイルの違いによって、情報の受け取り手段が異なっている。

こうした中、消費者一人一人の特徴に合わせて適時適切に確実に伝達する情報の形態を選択することが必要でございます。

6ページでございますけれども、一方、「情報の発信者」は、現在は、国や自治体、教育機関などの公的機関、消費者関連団体、事業者・事業者団体などを中心としている。図2でございますけれども、「情報提供の見取り図（現状）」ということございまして、これまでの主要な「情報発信者」側から見た情報の流れに焦点を当てたものである。「手段」は、幅広く利用されているもの、受け取り手の範囲が小さいもの、利用可能な人が一部の層に限定しているものがあり、また、情報が発信者から受け取り手への一方向の発信になりがちであるということ。

それから、こうした多様な「手段」、「受信者」が存在する中で、今以上に効果的かつ確実な情報提供を行うためには、従来から利用されている「手段」に加え、新しく多様な情報提供システムも取り入れた「手段」を強化する必要があると考えられるということでございます。枠内の黒線の部分です。

さらに、情報に関心の薄い層に情報が届く仕組みを強化するとともに、一方向の情報の流れだけでなく、情報の受け手の誰もが消費者市民社会の担い手として情報発信の主体になっていくような情報伝達の仕組みを作っていくことが求められるというところが（1）現状分析でございます。

「（2）効果的かつ確実な情報提供の仕組み及び方策」ということございまして、以下では、現在利用され得る「情報の形態」、例えば、これまで多く使われてきた「広報誌・パ

ンフレット」、「新聞・雑誌」、「回覧板」、「広告・チラシ」といった印刷媒体、人から人に伝わる「口コミ」や「講座、イベント、寸劇」、「DVD等の映像教材」など、必要とされている受け手に確実に届くシステムの強化に加え、これまで利用者が限定されていると考えられるウェブ、電子メール、SNS、プロジェクトなどを最大限活用して、必要な情報が必要な人々に届く方策、特に、情報の届き難い高齢者等や関心の薄い人々への情報提供方策を提案する。

図3「情報提供の見取り図（新提案）」は、これらの「情報の形態」を最大限利用して消費生活に関する情報を提供し、受け取る仕組みである。こうした「情報の形態」を「情報の受け取り手」の状況に応じて変えるまたは組み合わせることによって適時・適切かつ確実な情報提供が可能となるということでございます。

①といたしまして、「消費生活に関する情報チャンネルへのアクセスが少ない層（高齢者・障害者等）に対する情報提供のあり方」についてまとめております。

消費生活情報のチャンネルが少ない高齢者等の情報環境において、男女とも共通して言えるのが、「温もりが感じられる、信憑性が感じられる」情報環境下では、無関心から関心に、関心から欲求へと意識変化が起こりやすい傾向が見られるということである。高齢者等は、自分の手が届く範囲にあり人の温もりが感じられる電話や手紙、ヘルパーによる情報提供には「注意」が促され、信頼関係を有する人や家族からの手紙、隣人からの口コミによる情報提供の場合、「関心から要求」へと促される傾向が見られる。このような状況から高齢者等に配慮した情報提供のあり方として、身近な存在による情報提供が効果的と考えられる。

これら人を介した情報提供の担い手として、同居家族のほか、地域コミュニティにおける、いわゆる「見守り役」の役割が大きいと考えられる。「見守り役」として考えられる人材は、別居家族や隣人地域の共通の趣味などを持つ知人、高齢者等であればヘルパー並びに民生委員などの地域見守りネットなどが想定される。さらには、高齢者等宅を訪問する機会のある事業者やNPO活動やボランティア活動を行う大学生等にも「見守り役」を期待したいと。

こうした「見守り役」に対しては、頻繁にかつ新鮮な情報提供・入手が可能になる新たな「情報の伝達手段」であるSNSの活用を促したい。このような「手段」には遠くに住む家族が「見守り役」になることも可能とする。なお「見守り役」にも、年齢や情報通信技術への習熟等の違いがあるため、従来の情報提供の「手段」とともに効果的に組み合わせることが適当であるということ。

それから②といたしまして、「消費生活に関する情報に関心が薄い層（「見守り役」を含む）に対する情報伝達手段」ということでございます。

「見守り役」への適時・適切かつ正確な情報を提供し、更には「見守り役」が高齢者等及びその他周囲の消費者への情報提供者になるための仕組み作りとしてSNSの活用が期待される。SNSによって、まずは「見守り役」が情報の受け取り手となり「見守り役」が高齢

者等へ情報を提供する。SNSはリアルタイムの情報を入手し、画像等を直に見ることにより高齢者等の行動を促す力がある。また「見守り役」を介することで、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考えられる。上記のとおり、家族、近隣住民、ヘルパーや、地域の大学生などの個人の「見守り役」を拡大することが、確実な情報提供の仕組みを作るために必要である。また、既に各地域で組織されている地域の見守りネットワークの仕組みを活用し、的確な情報提供を行っていくことも重要であると。

このような幅広い層の「見守り役」を期待される人々の中には、介護・福祉等が中心で、消費生活に関する情報に関心の薄い人もいる。こうした人々に「消費生活に関する見守り役」として活動してもらうためには、まずは消費生活に関する情報に関心を持ってもらい「見守り役」に負担の少ない形で情報を入手し、また入手した情報を発信できる仕組みが必要であり、その点からもSNSによる情報配信により、見守りネットワークの中で情報を循環させる仕組みが実現できると考えられる。こうした「見守りネットワーク」の中で、見守り情報を共有・交換できる仕組みを構築すれば、「見守り役」間の連携が深まると考えられる。ただし、そのためには、個人情報等について十分な管理を行うことが不可欠である。

具体的な仕組みとして、消費者や高齢者等の「見守り役」は、消費者教育のポータルに登録しておくことで、リアルタイムに情報を入手することができるようにする。この際、消費生活サポーターや、地域コミュニティの中で、高齢者等と密接につながりを持っている者、見守りネットワークの構成員等を情報の発信先として重点的に取り込み、各地域で人的ネットワークを活用し二次的に情報を伝播させていくことで、より情報がスムーズに高齢者等へ伝わりやすくなることが期待される。

また、ポータルサイトでは、一方的な情報発信ではなく、消費者や見守り役からの情報も収集する仕組みを用意することで、消費者等からのフィードバックを受け取り、情報を好循環させる仕組みの実現も期待できる。

(3) といたしまして、「SNS、プロジェクトの実証実験に向けた設計」。

以下では、上述のSNSの活用に加え、消費者教育に関する「プロジェクト」について、幾つかの地域でモデル事業として実践し、その効果検証等を踏まえて、他地域に広げる取組を期待したい。ここでの「プロジェクト」とは、「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こと」であり、それらによる情報伝達では、プロジェクトテーマに触れる機会が多くなることから消費生活に関する情報に関心を持つきっかけとなることが考えられる。

プロジェクトが生み出す効果としては、以下の点が挙げられる。

- ①プロジェクトが受け皿となることで地域と行政が一体となった活動が行いやすい。
- ②企業と一緒に活動することにより、無関心層への啓発が可能となる。
- ③見守り役、消費生活サポーター等の拡大につながる。また、見守る相手に合った情報やツールを、プロジェクトを通じて取得することができ、活動が行いやすくなる。

④プロジェクトを継続的に行うことにより、活動が広がりやすい。

⑤共通のロゴマーク、キャラクター等を利用して活動を行うため、消費者に認知されやすい。

なお、SNSやプロジェクトの具体案については、これまで小委員会で検討した結果をまとめた別添を参照されたいということで、別添といたしましては、13ページの別添1が「SNSを使った自治体における消費生活に関する情報提供の仕組み」。それから、14ページが別添2で「プロジェクト『おしゃべりにっぽん ～あなたも被害者予備軍～』」ということを添付させていただいております。

それから、先に10ページに進ませていただきますけれども、4.の「消費者教育ポータルサイトの掲載基準等」ということでの検討でございますが、まず「(1)現状」でありますけれども、ポータルサイトは、消費者教育を担う講師、学校の教職員、専門家、地域住民と関わりのある者を主な利用者として置かれた消費者教育の教材・サービス等の情報検索サイトであると。国や地公体、消費者団体、事業者団体等から情報等が提供され、消費者教育の教材等が約810件、取組が約360件、講座等が約620件登録されている。月平均アクセス数は80万件ということでございます。

情報収集はある程度進んでいるものの、情報検索の困難さや掲載区分の分かりにくさが指摘されたことから、消費者教育の体系イメージマップ（以下「イメージマップ」という。）に沿った分類に変更するなど整備を進めていると。また、消費者教育の担い手支援のサイトとして、担い手の幅を広げ、消費者自身にも担い手として活用しやすいサイトにする必要がある。イメージマップの領域に沿って情報が分類されているが、誰もが容易に、具体的な情報を検索できる仕組みとは言いがたいため、情報の整理の仕方にも工夫が求められている。

また、教材掲載基準は、基本的には掲載不適なものを示すネガティブチェックとなっていること。取組、講座については基準が存在しないことから、教材に関する基準を示す「教材掲載基準」の修正案とともに、取組と講座に関する掲載基準案も、以下(2)のとおり提案することとするということでございます。

(2)が「消費者教育ポータルサイト掲載基準の見直し」ですけれども、上記の問題点を踏まえ、消費者教育情報については、以下の基準を満たすものをポータルサイトに掲載することとする。なお、消費者教育ポータルサイト掲載情報評価等検討会（仮称）により、消費者教育ポータルサイトに掲載するものとして不相当であるものと判断された場合は、掲載を取りやめるということでございます。それから、「教材」、「取組」、「講座」の区分、名称については、今後検討をする予定ということです。

掲載基準ですけれども、①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係し、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ということ。

それから、②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とということでございます。こちらは省略させていただきます。

③正確で信頼できる内容であること。特に、最新の法令等に準じていること。また、法令の改正等に際し速やかに内容を更新できるものが望ましい。

④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ということ。

それから〈取組掲載基準〉について、①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して、消費者教育の多様な担い手の参考となる先進的かつ独創的な取組であること。

②都道府県、市町村、学校、公益法人、NPO、消費者団体、事業者団体、法曹団体等が運営し、公共性が高く、中立公平な立場から実施されていること。

③具体的な取組の様子や成果等を提示できるということ。

〈講座掲載基準〉でございますけれども、4領域のいずれか、または、複数の領域に関して、消費者教育の多様な担い手に広く開かれ、利用しやすい出前講座等であること。

②都道府県、市町村、公益法人、NPO、消費者団体、事業者団体、法曹団体等が運営し、公共性が高く、中立公平な立場から実施されていること。

③当分の間、継続的な実施が見込まれることという基準としてはどうかということでございます。

それから、消費者教育ポータルサイト情報評価等検討会の設置でございますけれども、ポータルサイトへの消費者教育の教材・サービス等の掲載に当たっては、一義的には上記(2)の基準を基に消費者庁で行うこととするが、それだけだと判断が困難なものについては、消費者教育ポータルサイト情報評価等検討会を開催して検討して判断するということを提案するということ。

「検討会」は、消費者庁に設置して、以下の業務を担うということでございます。

①消費者教育ポータルサイト掲載基準及び情報の有効性等に照らし、第三者の立場から掲載情報の適否を判断すること。

②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と。

③その他、掲載情報の利活用に関する検証・評価に関わるということ。

「検討会」は年に数回開催して、消費者庁が消費者教育推進会議へ報告をするということでございます。

「5. おわりに」ということで、まとめを数行書いておりますけれども、今回の取りまとめにおいては、消費生活に関する情報の現時点における全体像を把握し、現状において考えられる情報提供の在り方について方向性を示せたのではないかと。ただし、情報提供の仕組み、特に「手段」については、常に最新の状況を把握して情報提供の在り方を検討すべきと考える。

また、消費者教育ポータルサイトについても、本取りまとめにおいて、掲載基準の見直しについては示すことができた。更にポータルサイトを、利用者にとって利便性の高いも

のにするため、例えば、消費者教育のモデル事業の動画を配信するなど、総合的な情報サイトとすることが今後の課題と考えられるとしております。

若干、文章的にこなれていないところとか、重複があったりするところがありますので、またそこは整理をさせていただきたいと思っておりますけれども、こういった方向でよろしいか、御検討をいただければと思います。

よろしく願いいたします。

○大竹座長 御説明ありがとうございます。この小委員会は、今回で最後になりまして、次の消費者教育推進会議に本小委員会のまとめとしてこの案を提案したいと思っておりますので、提案する案としてこれでよいかという観点から、皆さんからの御意見を伺いたいと思っております。

全体というよりも、部分で区切ってお伺いしたほうがよろしいでしょうか。

まず、初めの部分というのは、これまでの経緯とか、ここでどう取り組んできたかということですので、これはよろしいでしょうか。

ここで文章的にどうかというのは、別途、御意見をいただきたいと思いますのですが、4ページの「3. 効果的かつ確実な情報提供の仕組み及び方策」というところは、皆さんからのこれまでの議論を踏まえて書かせていただいたものですので、このあたりを特に中心的に検討していただければと思います。

まず「現状分析」ですが、図1、図2というのが、ここで作った図なのですけれども、特に、図1は、上野委員が、大変たくさんの性別、年齢別の図を作っていたので、非常に分かりやすかったのですけれども、性と年齢が入り過ぎているのは、ステレオタイプを固定するのではないかという意見もあり、前は、情報チャンネルの少ない人と情報チャンネルの多い人に分けて、ある人は少ないほうに入るだろうし、ある人は多いほうに入るだろうということとし、示し方は年齢と性を固定した形で示さないほうがいいのではないかという御意見に沿って、このように図を整理させていただきました。

それから、情報提供の見取り図は、特に現状とか、今後と分けて検討せずに、1つの図で皆さんから御意見をいただいていたけれども、まず、現状は何なのかということはこの図を使って示し、そして、提案として、こういうものを盛り込んだら、より一層必要な情報が必要な人に届くような仕組みになるのではないかということで、2つに分けて書いたほうが分かりやすいのではないかと考えました。非常に似てますけれども、見守りネットや、プロジェクト、それから様々な仕組みを盛り込んだ形を、よく見ないと区別が分かりにくいかもしれませんけれども、この形で提案したらどうかと思い、3つの図を使いながら、現状と提案という形で示させていただきました。

この辺りについていかがでしょうか。御意見がありましたら。

この図を3つに整理させていただいたとき、現状と理想として提案しようとしたのですが、理想とまで言い切れるかというものもあって、「新提案」とさせていただいてしまいました。

お願いいたします。前野委員。

○前野委員 今、座長がおっしゃったように、年齢と性別は4ページの下から6行目のところに、「情報チャンネルの多い少ないは、年齢、性別によって」となっているのですが、これは人を中心に見たもので、環境によっても違ってくるのかなと思ったので、年齢や性別だけではなく、一人暮らしの人とか、その住んでいる環境とか、その人を取り巻く環境によっても、情報の入手というのは違うと思ったので、一言発言させていただきました。

○大竹座長 ありがとうございます。

「年齢、性別や生活環境によって」ぐらいの文章を入れたほうが良いということですね。いかがでしょうか。

では、それも検討させていただきます。

そのほか、何か御意見ございますか。

○色川委員 どうやって入れればいいのか、ちょっとわからなくなってしまったのですが、例えば、既存の情報の提供の仕方でも、その提供の仕方が悪くて届かない場合もあると思うのです。

例えば、私がよく経験するのは、学校の先生方は結構教材がないのですよと言うのです。けれども、実は作られていて、あるのですよと話をするのですね。そうすると、そこに届いていないのですね。こういう場合もあるので、SNSも大事なのですけれども、何かそういう既存の情報ネットワークの中で、うまく届かない問題も考えるということも大事なことかなという気はするのですけれども、どう入れていいかちょっと見つけられないのに申し訳ありません。

○大竹座長 その辺りが必ずしもSNSとか、そういうものの新しい提案と入れ込むだけではなくて、例えば、口コミも含めてこれまでの既存のルートがあるわけですよ。そういうものの強化という形で、文章上、その辺がきっと書き足りないのかなと思いますけれども、そこをもう少し書き込むということでしょうか。「既存のそういう仕組みを強化する」というような書き方をここではしているのです。

○色川委員 そうですね。届くような方法で強化するというか、手を打つというか、その辺も考慮するということだと思うのですよね。やはり届いて初めて意味がある。ですので、是非届ける方法といたしますか、つながる方法をちょっと入れていただくといいなと思ったのです。

以上です。

○大竹座長 どうでしょうか。特に、今回は、高齢者とか、いわゆるチャンネルの少ない人ということで焦点を当てて、全体を書いてきてしまっていますけれども、必ずしもそういうグループに属さない人でも、ちゃんと受け取っているかという、受け取っていないですよ。そのところの書き込み方がちょっと少ないでしょうかね。

結局は、情報が届いていないので、チャンネルが少ない人に届いていないということと同じように、いろいろな方面から攻めて行って情報を届ければ、色川先生が会った現場の先

生たちが言われるようになると思いますけれども、今までそういうアクセスがなかったということだと思うのですね。その辺の書き方でしょうかね。

多分、その辺の書き方が、単に強化という一言で伝わりにくいと思いながらも、それ以上のことを書き込めなかったのが表現がこうなっています。ありがとうございます。

ほかにいかがでしょうか。

○前野委員　まとめて言えばよかったですけど、図2と図3のほうが新提案ということで、今までのものも踏まえてということで理解していいわけですね。

どうしてかといいますと、そこに今までのことを書き込まなくてもいいのかなと思いましたが。というのは、新提案には学校、消費生活センター、地域コミュニティとなっていて、図2現状の家族、近隣住民、ヘルパーなど。図2のここの部分を新提案に入れなくても、新提案だから、今までのものはある上でプラスしますよということで、そこは入れないでいいのか、新提案だけを見て、これが一人歩きしていったときに、家族、近隣住民、ヘルパーさんは、どこに入ってしまったのかと思われるのではないかと思います。

○大竹座長　分かりました。

もしかしたら、書き込んだほうがいいですよ。

○前野委員　はい。

○大竹座長　例えば、新提案で「ロコミ」とありますけれども、「電話・ロコミ」にここをしておくとかですね。あと、家族、近隣住民、ヘルパーなどが、見守りネットの中に文章の中では入ってしまっているのですよね。だから、その辺を括弧して書き込むか、あるいは元々あった場所にプラスして書き込むか。

○前野委員　私たち消費生活相談員は、よく消費生活講座を担当します。そのときレジュメに入れたり、パワーポイントで見せることがあります。できるだけ具体的に書いていただいたほうが誰にでもわかりやすいし、理解していただけるのかなと思ったので、そのようにお話しいたしました。

○大竹座長　ありがとうございました。

では、スペースがどうなるか分かりませんが、少し検討してみたいと思います。

ほかにございますでしょうか。

どうぞ。

○西村会長代理　だんだん終わりが近づいてきて、小委員会もこれが最後ということなので、多分、お集まりの委員の先生方の印象として、もっといろいろなことを語ったではないかというものがあるのではないかという気が、これを見るとあるわけです。

ただ、報告書としていくということであれば、制約があるのですが、例えば、山下委員がずっとおっしゃっていたプロジェクトの議論、熱中症キャンペーンの問題等を、これが直接的にどういかにされるか、この小委員会の取りまとめにいかされるかわからないのですが、例えば、別添1、別添2というのが最後に行ってしまうと、ちょっと先に行ってしまうんですが、この届きにくいところにどう届けるかという話なので、具体的にこんなものが

あるよというようなことが少しでもコラム的にでも、参考資料で示せないかとか、何か全部文字面で書かれていて、全てが理念型ですよ。

○大竹座長 そうですね。

○西村会長代理 だから、本当は情報利用ということで、必要なところにどうやって届けるか、さあこれを参考にしてやろうといったときに、例えば運営要領だとか堅い言葉が書いてあるけれども、では運営要領は具体的に何なのかみたいなモデルがここに示されているわけではないので、SNSもそうなのですが、佐賀県の例の話もございましたよね。そういうもちろんそれらは、消費者被害防止の話とは違うのだけれども、何かこういう例があって、それが確かにこの小委員会で議論されて、届きにくいところに届けるための手段としてあり得るということがちょっとこの新提案のこの図はこれで多分いいのだろうと思うのですが、ここからは見えてこないのですよね。だから、ちょっとそこは残念な気がするのですが、ではどこをどう直せと言われると困るのですけれども、参考資料を入れるか、入れないかみたいな議論なのかもしれませんが、御検討いただけたらという気がいたします。

以上でございます。

○大竹座長 ありがとうございます。

今の3.の9ページ目の「(3) SNS、プロジェクトの実証実験に向けた設計」ということで、ここに文章がありますけれども、その具体的な提案として、別添1、2というものがあるかと思うのです。

この辺りは、いろいろな具体案を出していただいて、おもしろかったところなのだけれども、こうしてしまうと、字だけで何かおもしろくないというのは、多分、西村先生だけではなくて、皆さんも思われているのではないかなと思います。この辺はプラスして、さらに付け加えることはできるのではないかなと思いますが、いかがでしょう、よろしいですよ。

私も、熱中症の消費者教育バージョンとして、山下委員に提案していただいた振り込め詐欺を、あれは画像もありますよね。ハガキとか、立てて置いておくものとか、ああいう具体案があると非常に分かりやすいのかなと思います。

これは少し始められているプロジェクトなのですよ。

○山下委員 はい。

○大竹座長 では、よろしく申し上げます。

○山下委員 今、座長がおっしゃっていただいたように、事例がもう既にごございますので、そちらを盛り込ませていただければ、よりイメージがしやすいものではないかなと思います。

それとともに、やはり、熱中症の事業と今回の事業のやはり大きな共通点というのは、やはり高齢者であったりとか、お子さんであったりとかというところに届ける情報先がかなりニアリーであるということがございますので、熱中症での成功例も含めて、具体的なものを盛り込ませていただいて、ある程度出していきますので、座長でうまく省いてい

ただければと思いますので、しっかりとそこはやらせていただきます。

○大竹座長 では、1つの事例として、それを載せるとさせていただければと思います。

橋本委員、どうぞ。

○橋本委員 そのプロジェクトはこの雲の形だと思うのですが、考えてみると、プロジェクトをきっかけにして、参加する人たちは、消費者市民社会としては、現状では家族、近隣住民、ヘルパーということだったのが、ここで新提案をされている見守りネットになっていく。プロジェクトということを考えると、何か点線でもいいのですが、見守りネットとくっついているとか、これが全部連関する。この図ではぼっと一発屋みたいなイメージなのだけれども、そうではなくて、どこかでくっついていることで、1つをぼっとやると、そこからみんなに繋がりますよみたいな図になると、そのことは説明できるのかと。

○大竹座長 ありがとうございます。

図をちょっとずつ修正していくと、またいろいろ出てきて、完成版がなかなかできず、難しいのですけれども、どうしましょうか、ちょっと考えてみましょうか。

一つには、情報が今までは上から下の矢印だけだったのを、上にまた戻すという、この循環の矢印を作ったというのが、この新提案なのですけれども、それに加えて、プロジェクトでその循環の矢印を活性化させる意味で、このプロジェクトが矢印にはならないけれども、矢印を動かしていくということで、今はソフトでできる範囲内で雲になっていますけれども、もしかしたら見守りネットをもうちょっと太く短くし、プロジェクトとつなげて、重ねていくぐらいにすると、橋本委員がおっしゃったようなところが少し表現できるかなと思いました。図で示すというのはなかなか難しいですよ。

それ以上、いろいろ変更していくと、かえって難しくなるかなと思いますが、そういう絵をかくのが上手な方をお願いしたいと思います。

○山下委員 恐らくなのですけれども、プロジェクトのサポートとか、そういう何かこのプロジェクトというのは循環をサポートする役目だと思っておりまして、先ほど循環型の社会を形成する上において、プロジェクトというのは、一過性のものでなくて、継続的にやはり行わないといけないもの。だからこそ、官民一体で行っていくというのが私どもが推進しているプロジェクトであり、本小委員会でお話ししてきたことですので、ここにサポートと書いてしまうと、またおかしい言葉になってしまうので、私はこのままでいいのではないのかなと。

プロジェクトでどうできるのだというところが、正直イメージしにくい部分というものもあると思いますので、すごくクラウド的な要素で雲になっているのですけれども、現状で問題ないのではないかと私自身は思います。

○大竹座長 ありがとうございます。

私もサポートは絵であらわすにはと、いろいろ考えたのですが、私の貧困な頭ではデザインが思いつかず、こうなっています。よろしいですかね。

○西村会長代理 プロジェクトから小さい矢印を周りに幾つも出してはだめですか。

少しだけ。

○大竹座長 少しだけ。

○西村会長代理 そうするとあっちこちに刺激になるのです。

○山下委員 素敵な案ですね。

○西村会長代理 すみません。

○大竹座長 雲から針が出ているような絵がありますよね。そのほうがいいですか。

○西村会長代理 やはりこちらのほうがクラウド的ですよ。

○大竹座長 クラウド的ですか。何かそんな矢印などができるのでしょうかね。

後藤委員はそういうものは上手ですか。すみません。絵がうまくかけないので。

どなたか書いていただけますか。

○前野委員 事務局は無理ですか。

○大竹座長 多分、事務局も困ってしまうのではないかと思います。

では、もし可能でしたら、それに代えて、でももし難しかったら、このままということ
でさせていただきます。ありがとうございます。

見守りも、多分、もうちょっと太くしたほうがいいかなと思うので、このあたりが今回
の提案の中心になると思いますので。

ありがとうございます。

あとはいかがでしょうか。特に、最後の実証実験に向けた設計で、SNSの自治体の情報提
供の仕組みを提案していますが、この消費者情報の提案ではなくて、既に自治体で
フェイスブックを使ってしていますよというのは上野委員でしたか、提案してございま
して、例えば、そういう事例の参考も載せたほうが、具体的なイメージが伝わるのであれ
ば、そこも別添の中にそういうものを書き込むという方法もあるかなと思いますが、いか
がでしょうか。

余りそういうものは書かないほうがいいのですか。

何かありますか。後藤委員、よろしく願いいたします。

○後藤委員 必要であれば、情報提供しますということです。

○大竹座長 ああそうですか。はい。

これは最後の提案の部分だけに入っており、既にやっていますというのが入っていない
ので、イメージがしづらいことになっています。

はい。

○前野委員 今は9ページの(3)のところに対して、別添1のこの話になっていると
いうことでよろしいでしょうか。

○大竹座長 そうです。

○前野委員 私は、現場で各行政の皆さんと話す機会があります。その時言われるのは、
消費者教育推進法のことをこれからどうやって進めていったらいいのだろうか、皆さん
頭を悩ませています。こういったものが出ると、それを参考にしたいと思うのは当然だと

思いますので、9ページのところも、先ほど言われたように、具体的にどういうものがイメージされるのかというものを文章だけではわからない。だから、それを補完するのに別添1ということだと思のですが、これだと提供するコンテンツというのは、今までもやっていたので、それが配信の形態が変わってくるということで、もう少し何かイメージができるようなものがあればと思いました。

何か提案するといわれたのが、これから皆さんにやっていただくというイメージできるものなのか、身近に取り組めるような提案がされると、何をどう進めていったらいいかわからないという現場の声が反映されるのではないか。9ページを読んだときに、私も自分でメモを書いたのは、具体的にどういうものをイメージするのだろうかというものがわからなかったことと、13ページの別添1を読んだときに、仕組みなので、ここに書いてある提供するコンテンツというものを今までネット配信もしていたし、余り変わらないのかなという。

○大竹座長 これまでの何が違うのかということですよ。

○前野委員 そうです。ちょっとうまく表現できないのですが、それを読んで分かるように、文章にするということは難しいので、ただ私の感想だけです。

○大竹座長 分かりました。ありがとうございました。

消費者情報ではないですけれども、既にある自治体でフェイスブックを使って情報提供をしているという具体例を私たちは伺っているので、多分イメージできるのだと思うのですね。

だから、例えばこういう事例があるとか、それにはこういう良いところがある、悪いところがあるというものを示し、これをうまく利用して、今度は消費生活に関する情報提供に使ったらいいのではないかと提案を後ろにくっつけると、もう少し具体的なイメージが湧くと思うので、そこを書いていただくということによろしいですか。

どうぞ。

○齊藤委員 手段としてこのSNSを使うとか、それからプロジェクトを立ち上げてという話は随分積み重ねてきたわけですがけれども、その情報が届きにくい高齢者であるとか、関心の低い方にどう届けるかということが最終的なテーマ。そのときに、今のSNSだとか、そのプロジェクトが直接届くということのほかに、中間のネットワークにどう届けるのかと、2つの柱がきつとあると思うのです。

より情報の届けにくい方々には、直接届けるという方法がなかなか至難で、見守り役の方々を介して届けるということがやはり有効だと今回も記載をしていただいたわけですから、現在ある消費者問題とは違うところで起きている話が、それとぴたっと合う話なのかどうかですね。

情報を届けるという点では共通なのだけれども、今、言っている宿題に関して、どの程度の提供ができるのか、そこはちゃんと見極めて、ここにはできているけれども、ここにはできていないという課題も踏まえつつ、消費者問題においては、現在では届いていない

ところにも、今後、こういう仕組みとして届けていく必要があると記載をしていかないと、そこで全部応用ができるのかどうかというのは、まだはっきりしたものがイメージできないので、その点は少し検討の余地があるのかなと思っております。

いずれにしても、今回の一番のテーマは、届けにくい人たちの見守りのネットワークの拡大をするというのが図でも出ていますから、このネットワークというのはキーだと思っているのですね。その辺が図の中でも文字としての書き込みがあるのだけれども、イメージとして、例えば図3の見守りネットが縦の双方向性はできているのだけれども、真ん中にあるところとの関係がいま一つ見えないというところがあるのですね。

本当はこの見守りネットイコールここにある先ほどのヘルパーさんたちも含めた横の関係も非常に大事ですよということを言っているのだと思うのだけれども、なかなかここは表現が難しいところだったなと思うので、図の中で、外出しで結構だから、見守りネットのイメージを少し具体的に※印でも入れて、こういう関係者の見守りネットを考えているのだとか、イメージしているのだということは補足しておいたほうが、よりこの報告書を見る方々にとってはプラスになるかなというような感想を持ちました。

以上です。

○大竹座長 ありがとうございます。

別添1、2は、見守りネットの方たちに届けて、間接的にそこから今度は直接高齢者に届け、仲介にこの新しい仕組みを入れ込むというここがいっぱい出ていますよね。

ですけれども、見守りネットをもっと強化して、直接届けるというのは、この小委員会でも、齊藤委員を初めとして、いろいろなこういう事例がありますよということをお話してくださいましたので、もしかしたら、更にプラスの資料として、特に7ページの①の情報チャンネルの少ない層に見守りネット辺りからいろいろ届けるという事例、既にこんないろいろな努力をやっていきますよという事例がもしありましたら、齊藤委員や前野委員でしたか、いろいろ提案して下さった事例をここに入れるといいかなと思います。書いていただければと思いますが、よろしいですか。

そうすると、イメージできるなと思います。

他いかがでしょうか。

本文を全部修正していくと大変な作業になりますので、できれば、今までいろいろ事例を出して下さったものを添付資料という形で掲載し、皆さんに具体的なイメージが湧くような報告書にしたいと思いますので、お願いいたします。

ほかがいかがでしょうか。

○西村会長代理 よろしいですか。

○大竹座長 はい。

○西村会長代理 先ほど、前野委員が発言されたその自治体等が消費者教育を進めていく上での要するにイメージが湧かなかったという、何をやらいいかわからないということで、ちょうどこの9ページに関連して、プロジェクトとか、キャラクターとか、いろい

ろ書かれているのですが、一事例で昨日の話なのですけれども、昨日、浜松市が「考えよう、私たちの暮らし」というイベントがありまして、これは浜松市の発想があつて、消費者教育推進親善大使というものに地元のゆるキャラを、「家康くん」というゆるキャラがあるわけですが、それをその大使として認定してほしいというお話があつて、それで消費者庁に相談をして、今、消費者庁から、各自治体にそういう形の希望があれば委嘱をしますよという話で、その委嘱の第1号という形で、昨日、長官もお見えくださつて、浜松市で委嘱をしたのです。

それで、私も行ったのですけれども、一つのイベントがあつて、三立製菓とか、地元の企業とか、それから地元のNPOとか、様々なものが一緒になって、1日だけのイベントですけれども、消費者団体が加わつて、消費者教育を推進していこうと。どんな展開に、今後、展開していくかわからないけれども、市民としてそういう盛り上げをやっていこうという取組なので、一つの事例に過ぎないかもしれないのですが、何かヒントにはなるのかなと思ひました。

だから、何かちょっとそういうことができるのだよということをもっと知らせることが必要なと思つた次第です。予算はあつても、何をしたらいいかわからないというのは、確かにどこでもあるような気がいたしますので、一応、参考までにとつて申し上げました。

○大竹座長 ありがとうございます。

では、もしそれがここに入れ込むことが可能でしたら、入れ込みますか。

○西村会長代理 注ぐらいでいいのですけれども。

脚注ぐらいでも。

○大竹座長 脚注。あと実は私も1回ぐらいしか出ていなかったのですが、地域連携推進小委員会でも各行政やあるいは消費生活センターでこういうことをやっていますよという中に、マスコットを作つたりとか、いろいろやっていますという報告がいっぱいあつたので、地域連携推進小委員会にその情報の部分を入れないのであれば、このところに事例として、こちらに入れるという手もあるかなと思ひました。いろいろな取組をされておりましたよね。

もし、吉川座長、1つ、2つ御紹介いただければ。

そちらでよろしいですか。

○消費者庁植田消費者教育・地方協力課長 紹介。

○大竹座長 地域連携推進小委員会でも各地方自治体からお越しいただいて御報告いただきましたよね。あの中に情報提供のためのいろいろな取組、キャラクターだったり、ポスターだったりとかされていたので、キャラクターなどの活用を行うためと書いてあるところの事例として、ここに入れてよろしければ。そうするとイメージが湧くかなと思ひます。

○消費者庁植田消費者教育・地方協力課長 そうですね。キャラクターが使われるところもたくさんありますし、三芳町（埼玉県）のお話を伺つたときは、やはり、まだセンター

というか、相談窓口を認知してもらうことが重要だということでのいろいろな方法で、缶バッジみたいなものを作られていましたし、それをいろいろな学校とかを通じて配ることで、消費生活センターとか、相談窓口というものがどういう役割を担っているのかというところをちゃんと認知していただくというような活動をやられているということもありましたので、情報を。

○大竹座長 これから集めるのは大変ですけれども、もう既に他の小委員会などでも報告されているようなものを、全部ではなくていいので、幾つか、1つ、2つ掲載していただければと思います。

○消費者庁植田消費者教育・地方協力課長 はい。分かりました。

○大竹座長 お願いいたします。

どうぞ。

○地域連携推進小委員会吉川座長 多分、表に落とし込むので、それを共有すれば。

○消費者庁植田消費者教育・地方協力課長 はい。

○地域連携推進小委員会吉川座長 ということになるのですかね。

○大竹座長 ただ、ここではプラスの別添なので、多分、写真とかを載せるとイメージできるのかなと。そちらは表でまとめてしまいますよね。

○西村会長代理 見た目にですね。

○大竹座長 すみません。よろしくお願いいたします。

前野委員、どうぞ。

○前野委員 今、西村会長代理が言われたように、その地域のゆるキャラとかというものだと、そもそもある程度認知されている部分もあるかと思えます。

要するに、県としてあるのと、消費者行政としてゆるキャラがあるのと別ですけれども、ここでプロジェクトの中で、共通のロゴマークとかキャラクター等を利用してというのは、多分、全国的に一つのロゴとかキャラクターというのではなくて、「その地域のものを活用する」ということを一言入れていただきたいと思います。

でないと、ロゴを作ったり、キャラクターを作って、それが浸透するまでには、とても都市部だったら、例えば東京駅でやったり、新宿でやったりと乗降客が多ければぱっとみんなが目にするのですが、地域によっては都市部とは違って乗降客も少ない、全国的に見ると、共通のロゴマークを周知するだけでも時間もかかるし、それよりも被害のほうが先に進んでしまうということがあるので、できれば、その地域で取り入れているゆるキャラとか何かを、今、言われた親善大使ではありませんけれども、そういったことを検討するのも一つの方法ではないかなと。

あと、これが別添2のところ、私たちは常にプロジェクトというものは一過性ではないということをごきちんとして伝えていきます。でないと、プロジェクトは一過性でしょうと私自身も当初思っておりましたので、その誤解がないようにと思う観点から、14ページの「プロジェクトの内容」のところ、「以下のプロジェクト内容を、一定期間を定めて自治体で

行う」というと、単なるイベントで終わってしまうのかなと。一定期間やればいいのかなどというので、プロジェクト内容を自治体で行うとか、一定期間というのは、私はすごくイベント的なものに対して浸透できないというどうしてもイメージがございまして、一定期間ではない、ずっとそれを浸透させていくということによろしいでしょうか。

○大竹座長 ありがとうございます。

今、やっているわけではなくて、提案なので、「一定期間を定めて」は削除したほうがいいということであれば、削除できると思います。

○前野委員 皆さんの御意見を聞いていただきたいと思います。

○大竹座長 そうですね。

いかがでしょうか。

それと、熱中症の代わりが振り込め詐欺ですよ。ここも同じ振り込め詐欺になっているので、これは振り込め詐欺ではないほうがいいと思います。

○前野委員 私は、そこの部分で振り込め詐欺というのは、どこでもやっていることで、企業でも金融機関とか行政とか警察がやっているので、振り込め詐欺と高齢消費者のとなると、何だ、消費者庁は二番煎じで、それはちょっと削除していただきたい、同じようなことをやるわけかと思われてしまうので、振り込め詐欺だけではない、次々変わる悪質的消費者被害の防止と言う観点から、検討していただけたらと思っております。

○大竹座長 では、提案していただいた山下委員から修正提案をよろしく願います。

○山下委員 そもそも論で、ここはすみません。私、多分、ちゃんと自分で作っていないという部分があるので誤解が大きいところがあるのではないかなと。

国は国にしかできないこと。プロジェクトはプロジェクトにしかできないことを官民一体でやっていくというところが一つのポイントであるということと、ちょっとこれは資料で、もしお渡しいただければと思うのですけれども、12枚ぐらいしかないのですけれども。

○大竹座長 2人で1枚ずつお願いします。

○山下委員 すみません。ここに大事なポイントがありまして、取組を褒めるということはプロジェクトにおいてとても大事なことでして、これをすみません。私、入れたいと思って、今日はちょっと皆さんに聞きたいなと思っているのですが、ちょっと皆さんのお手元に届くまですみません。

(資料配付)

○山下委員 皆さんのお手元に届いているものは、実は、熱中症でやっている企業、行政、民間団体全ての取組の中でアワードをやります。

そうしますと、皆さんいい取組を見にメディアも来てくれたり、地方の行政もメディアを連れてこういう取組を褒められました。どこどこの市の取組が褒められました。周りの市が、また、その取組をまねたりとか、これは非常に、先ほど多かった問題になっております。いろいろな取組を取り上げて広げていくというものにはとても効果的なものでござ

いまして、それをちゃんと官民、企業等も含めて、前野委員おっしゃったように、銀行とかみんな実際は取組をしているのですよね。地域の方々も、民生委員の方々もすごくやられているところを、こんなことをやったのだよと。こんなふう成功したのだよと褒めていく一つの手段でもあるというのが、実はプロジェクトなのですね。

こういったものも盛り込みながら、多分、この最後の添付2になっている部分、今、御指摘いただいた部分を含めて、イメージが湧きやすいようなものを、余り紙をぼんぼんと出してもしようがないので、イメージが湧きやすい写真であったりとか、制作物であったりとかというものをちょっと一つ中心にして、前野委員に御指摘いただいた継続的にやっていくのだと。これはイベントではないのだよというところも踏まえて、ちょっと宿題をいただいて、これはいつまでにやればよろしいですか。

○大竹座長 多分、今日の議論をいただいた後、また、御意見もいただいて。次回の消費者教育推進会議が2月6日でしたね。そうすると、いつぐらいまでに御意見をお届けすれば事務局でまとめる時間がありますでしょうか。

○消費者庁植田消費者教育・地方協力課長 来週の初めぐらい、早いうち。

○山下委員 課長、それは今週末ということですね。

かしこまりました。まとめますので。

○大竹座長 では、橋本委員、よろしくお願いします。

○橋本委員 家族の合言葉というようなことも、それを掲げることによって、例えば、教育では、子供たちに手紙の書き方というようなところを教えるときに、そういうハガキみたいなものに、家族の合言葉を考えましようみたいなものがあるとか、様々なところに展開ができるのかなと思うのですね。

青森県の教育委員会におりましたときに、家庭教育の10カ条というのを掲げたのですが、9つまでは共通のものをやって、あとの1カ条は家族で相談して、その家庭の約束事というか、それを考えましようというようなことをしました。

そうしたら、どうなったかといいますと、それぞれ各家庭で相談をして、家族で話をするという機会が非常に広がったと。それを募集したら、朝は元気よく挨拶をするなどというようなものから様々なものがありまして、それをまた教育委員会で、様々な家庭でこんな合言葉がありましたよというようなことを掲げていったのですね。

ですから、今回の目的は、振り込め詐欺の被害防止に結び付くだけけれども、やはり、今、求められているのは、家族を初めとする様々な見守りネットの人を含めたつながりというところの強化につながっていけばいいという、その例示なので、ハガキ作戦みたいなものが様々なところで実質広がっていくような、そのパターンとしてこういう広がりも考えられますみたいなことも、例示をすともう少し広がりというものが出てくるのかなと思います。

○山下委員 そうです。

○大竹座長 ありがとうございます。

多分、山下委員が書いてくれる中に入れ込んでくださると思います。貴重な意見をありがとうございました。

ほかいかがでしょうか。

それでは、今までは大体9ページまでのいわゆる効果的かつ確実な情報提供の仕組み及び方策についてというところで御意見をいただきました。文章は細かいところがあるかと思いますが、おおよそこれで。あと、具体的な事例をもう少し付けましょうということで、今、皆さんに宿題をお願いしました。その辺をここに入れ込むということによろしいでしょうか。

では、宿題はなるべく今週中によろしくをお願いします。

それでは、時間も迫ってまいりましたので、次に10ページですね。「消費者教育ポータルサイトの掲載基準」につきまして、これはもう早いうちに御提案いただきまして、大体この方向でいきましょうということで、具体的なところをここでは時間を掛けて議論はしなかったのですが、大体まとまっているかなと思います。この辺りについて御意見いかがでしょうか。

どうぞ。

○色川委員 大枠は別に特に違和感はないのですけれども、掲載基準というと、それ自体が既にネガティブな感じがあって、つまり、いろいろな教材があって、その中で、これはちょっと入らないからだめだよという感じが言葉のニュアンスがからするのですね。

書き方だと思うのですが、例えば、提案する10ページの(2)の基準の見直しの前のところですが、例えば「取組と講座に関する掲載基準案も以下(2)のとおり提案することとする」と言っていますが、例えば、これを目的はやはり使ってもらいたいし、使いやすくするための基準だったりすると思うのです。

ですから「提案し、利用しやすくする」とか何とか、そういう言い方に変えたほうがいいのではないかと。目的はやはり、例えば法律もそうですけれども、古い教材だと、法律を誤解して理解するとまずいだろうとか、そういう配慮のもとでこの基準があるのではないかという感じがするのですね。

だから、目的から考えると、その基準を利用して、より使いやすくしますよということを何か強く訴えていただく表現にさせていただいたほうがいいかなとちょっと思いました。

以上です。

○大竹座長 「基準」という言葉はこのままでよろしいですか。

ちょっと難しいですね。代替案というのは。

○色川委員 掲載ルールとか、何かそういう、今の基準でもいいと思います。それはしょうがないです。

○大竹座長 分かりました。

他はいかがでしょうか。

「イイね」マークを作ったらいいのではないかとすることは、この小委員会では盛り上

がっていたのですけれども、そのあたりのところは、結局、この中に書き込めずに終わってしまっていますけれども、よろしいでしょうか。

○色川委員 ちょっと細かい話で申し訳ないのですけれども、私は前からちょっと気になっているのは、前の推進会議のあそこで出た取りまとめと今回のまとめがどう関係があるのかちょっと分かりづらいというものがあって、その辺の書き振りが前の取りまとめにもありましたよね。前回の取りまとめは課題と方向性と言っていたのですけれども、それと今回のとはこういうところが違う、更に進めたこういう形ですよとか、何か書かれていると分かりやすいと思いました。過去の例で言うと、どうしてもつながりがよく見えなくて、また一から議論してしまっている場合が結構あったので、その辺は是非書き振りは考えていただきたいと思います。

以上です。

○大竹座長 前のはきっと懇談会と言っていたのですか。私もちょっとその辺の整理ができていませんが。

○西村会長代理 前回の推進会議は実は法律ができる前の話で。

○大竹座長 ああ法律ができる前の話。ああそうか。

○西村会長代理 だから、実際に推進会議以降は、もちろんこれは消費者教育推進法に基づいた推進会議ということになっているわけですけれども、イメージマップそのものもある意味では推進法ができる前の産物でございますし、今、多分、色川委員がおっしゃったのは、その前の段階で検討されたものの言葉がちょっとどこかに入っていないということですよ。一応、あくまで消費者庁としてのアウトプットであることには変わらないということだと思っております。

○大竹座長 そうすると、前にあったのは掲載基準。

○色川委員 いろいろ取りまとめはあったと思うのですけれども、掲載基準だけではなくと思いますが、「イイね」も多分、前の推進会議のときに話が出ていたと思うのですね。分科会みたいところで。

ですから、その辺よく押さえていただいたほうが、多分、つながりとしていい感じがするのですよね。消費者庁が出されるものとして。

○大竹座長 そうすると、この頭の部分ですね。現状の辺りに、これまでの経緯をちょっと書き込むということですね。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 お願いいたします。

ほかはいかがでしょう。

何かありますか。

○消費者庁植田消費者教育・地方協力課長 大丈夫です。

○大竹座長 大丈夫ですか。ここでは、結局、消費者教育ポータルサイト掲載情報評価等検討会というものを設置して、ここで話すのには余りにも細か過ぎるので、どちらかとい

うと、この検討会に委ねて、そちらでいずれ細かいところは話していろいろなものを積み上げてもらいましょうというところで終わってしまっています。ここでもっといろいろな課題を話し合うということにならず、ある意味では先送りしてしまったというところがありますけれども、多分、皆さんからいろいろな意見が出されたものが十分盛り込まれていないというイメージも、もしかしたらお持ちかと思えますけれども、よろしいでしょうか。結局こういう書き方になってしまっているというところですが。

○西村会長代理 まあしようがないと思えますけれどもいいですか。

○大竹座長 はい。

○西村会長代理 確かに、色川委員がおっしゃっていたこととも関係していて、私もしばらくこれからちょっと遠ざかっていたので、最後の報告書を作る段になってからなのですが、この従来のはネガティブチェックになっていたわけですね。

ところが、今のここに載っている新掲載基準は、ネガティブ向けのチェックになっていないかという、やはりネガティブチェックなのですよね。これを見る限り、どう見てもその中立・普遍でなければならないとか、これを何かちょっとうまく、せめて基準でなくて「ポータルサイト掲載のガイドライン」とかという名前にして、ちょっと今更発言で申し訳ないのですが、その多様な利用がしやすく、効果的な教育資料であること、ただし、何々は除くみたいな、そのことにして、こういうことに注意して作成されていることが必要であるとか、何か多少の表現を緩和させることで、工夫ができそうな気もするのですけれども。

だから、要はたくさんどんどん出していただいて、それをみんなで活用してもらおうというのがこのポータルサイトの趣旨ですね。であれば、あれはだめ、これはだめみたいな感じで受け取られてしまうと、なかなかいいものが、マーケットというか、出てこないということになりかねないかなというのが確かに心配はちょっとありますね。

ちょっと表現のところが厳しいかなと思います。

○大竹座長 そうですね。ありがとうございます。

11ページの②の中は、これまでのガイドラインだったものを、全体ではなくて、ここを部分にして「効果的な教育資料であること」というポジティブな文章も入れ、なおかつ③でも「内容を更新できることが望ましい」と、前向きな文章を入れるという努力はしたのですけれども、まだちょっと残っているということですね。

そうすると、②は「該当しないものであること」というよりも「ただし、以下のものは除く」というぐらいの文章にしたほうがいいということですね。

そのあたりの修正というのはいかがでしょうか。

もし、よろしければ、この段階で骨格が変わるわけではなくて、表現が変わることになりますけれども、そうさせていただきたいと思えます。

では、よろしいですか。

あともう一つ、西村委員から基準ではなくてガイドラインにということですが、いかが

でしょうか。

齊藤委員、どうぞ。

○齊藤委員 先ほど発言しませんでしたガイドラインのほうがむしろそれに沿って、自分自身が主体的に考えられるという点からも、いい表現ではないかなという気がしますね。

基準というと、それにはまらないという強いイメージがありますが、ガイドラインというのは指針ですから、それに沿って判断くださいという、少し柔らかくなるだろうなと思いますね。

○大竹座長 ありがとうございます。

ほかよろしいですか。

余りガイドラインに対しての反対意見はないようですので、それでよろしければ、10ページの(2)は基準の見直しで、教材掲載基準というところを「教材掲載のガイドライン」という名前にして載せる。その後も、全部掲載基準になっているのを取組掲載のガイドライン、講座掲載のガイドラインと変えるということになるという提案かと思いますが、それで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。

では、そうさせていただきたいと思います。

それで、中が少し合わない文章があるようでしたら、ちょっと表現は変えるかもしれません。

ほかにここの掲載基準等につきまして、いかがでしょうか。4.につきまして。

よろしいでしょうか。

それでは、あと「おわりに」というところで、10行ぐらいまとめが書いてありますけれども、ここはいかがでしょうか。もうちょっとこういうところを書き加えるべきだという御意見があれば、ここについては、余りここでは議論していないかと思いますが、よろしくをお願いします。

○色川委員 細かい話で。

○大竹座長 どうぞ。

○色川委員 ちょっと本当に細かい話で、これは多分、文言は直ると思うのですが、最初の文章のところで、ずっと続いて「方向性を示せたのではないか」という書き方をしております。「示した」ぐらいでいいような気がするのですよね。そんなに余り力むことはないという感じがしています。

○大竹座長 ありがとうございます。

ほかはいかがでしょうか。

ここについては、特に、消費者教育ポータルサイトについて書いてあるのですけれども、その前のことも含めたこれは全体のまとめですよね。私が言うのもあれですけれども、情報提供の仕組み及び方策の見守りネットとか、そういうものが余りここに書かれていなか

ったかなと改めて読んで思うのですけれども、いいですか。

「ただし、情報提供の仕組み、特に『手段』については」ということで、一応書いてありますね。

どうぞ。

○前野委員 自分でそこをまとめてくださいと言うと、私、できないのですが、もうちょっと何か膨らませたほうがいいような気もするので、では具体的にというとな難しいので。ちょっとあっさりし過ぎているのかなと思うのです。

○大竹座長 多分、方向性を示せたという前に、この3.の中身と、それから4.の消費者教育ポータルサイトの中身のこういうことをもうちょっと書き込んで方向性を示したと書いたほうがいいということですね。

はい。分かりました。

それで、今後の課題というところでは、ポータルサイトだけについて書いてあるのがいかがでしょうか。

○齊藤委員 よろしいですか。

○大竹座長 どうぞ。

○齊藤委員 今、座長がまとめられたように、前段の方にその今回の情報に関する部分について、特に配慮した部分、その届けにくいところに、私、先ほど申し上げましたが、やはり見守りネットというものを強化していくのだということ、その媒体としてそのSNSを使っているということは新しい提案。その後に、その消費者教育ポータルサイトの話、両方ともその柱となる部分を1、2行で入れて、その後に課題としてここにあるように「手段」はしょっちゅういろいろ変わってきますから、最新の見直しをするということも課題だし、ポータルサイトにおいては、その総合的な情報サイトとしての意味合いをもっと広く捉えていくことが課題だということで、最後のところで2つを併記してまとめてはどうか。最初のほうでは、併記して両方のいわば今回訴えかけたいところを柱として出すというまとめ方をしたら、最後はきれいに読めるのかなというような感じがしました。

○大竹座長 ありがとうございます。では、書き込むということと、あと私が気になっているのは、後半のかなりのポータルサイトだけに限っているのですけれども、前に、齊藤委員がおっしゃったのではないかと思うのですけれども、見守りネットに情報を届けていくというときに、それが独立して情報を届けるネットワークとしてあるのではなくて、地域コミュニティというものが非常に大事で、福祉も地域のコミュニティが大事だと言っているし、もしかしたら、今のこの情報を届けるネットワークとか、見守りというのは、他の福祉とか、いろいろなところで作っているものが地域では総合的になって、一体化しているものである。

だから、そういう地域ができていくことによって、情報もきちんと届いていくという辺りをおっしゃっていたような気がするので、その辺は課題として書いたらいいだろうと思いますが。

○齊藤委員 ネットワークという言葉で、一つでまとめられてしまっているから、なかなかその深掘りができないのですが、お互いあるそのものを横の連携をしましょうということの書き振りにはあるのです。あるので、そのネットワークの意味合いをもう一回確認をしていただければ十分だと私は思っているのですけれども。

○大竹座長 課題とまで書かなくても。

○齊藤委員 課題とまで書かなくてもいいと思っていますのですね。今、前段の図でいうと、図の2のところにあるような形がせいぜいあった見守りのネットとしてのイメージだったのですね。しかしもっとあるよねと。ですから、それをもっと広げていこうよというときに、それまでにない関係づけも横の連携としてはしていくという、そこは非常に大事な点ですから、ネットワークイメージの中で、それを共有できれば私はいいのではないかなと思っています。

○大竹座長 そうすると、どこかに頭出ししておく。

○齊藤委員 そうではなくて前の方に。

○大竹座長 前の方でも。分かりました。

あと私が気になっているのは、他の2つの小委員会との関連というものがあって、私、どこかに消費者市民社会の何とかとしてというのは書き入れましたが、そちらとの関連でつながりを作れたかなと思うのですけれども、地域連携では、特に消費生活センターが中心になって活動しますよね。情報も、消費生活センターが中心となって、地域に発信していくと思うのですけれども、そのところが、その関連性が書き込まれていないのかなと気にはなっているのですけれども、どう入れていくかもちょっとわからないです。

あるいは、「おわりに」というところで、そのセンターを中心としながら、この情報を届ける活動というものをもっと推進していくとか、そういう中で、特に消費者市民社会の一員として主体的に自分たちも情報を届ける担い手になるというようなことを、またここで書いておくということはあったほうがいいでしょうか。

はい。

○前野委員 是非、そこら辺は、ほかの小委員会との連携もあると思いますので、今の座長が言われたことを少し書き込んでいただけたら、よりいいかなと思います。

○大竹座長 どうぞ。

○西村会長代理 その部分はもちろんこの「おわりに」に書くのか、あるいはある意味、地域連携は、とにかく消費者教育の拠点化としての消費生活センターという考え方があるわけですよね。そうすると、例えば、情報提供の図のところを、もしそれをある意味無理やり入れるとすると、消費生活センターを図の中心に持ってこなければいけないみたいな話になりかねないわけですよね。

だから、それは、もしかしたらここでそういう議論に必ずしもなっていなかったわけだから、ちょっと補足的に書くのはいいのだけれども、この後の作業として、消費者教育推進会議本体の親会議が2回開かれる予定になっていると思うのですね。

それで、そこで各小委員会からまとめとして出てきたもので、全体を調整していく必要があると思うのですよね。単に、小委員会の取りまとめをその3冊集めて、綴じ込むのではなくて、ある面ではそういう部分が必要だと思うのですけれども、推進会議全体として、その地域連携からはこういうことが指摘されたとか、情報利用からはこういうことが指摘されたということをひっくるめて、それを最終的にまとめるような文章表現を推進会議親会議本体として書き込んでいくときに、書き込むのかなという、その両方があるといいのだろうという気もしますけれども、その辺はちょっと事務方とも相談しなければいけないところだと思うのですが。

○大竹座長 ありがとうございます。

では、その辺りは、消費者教育推進会議にお任せするという事柄で。ここではそんなに議論をしていなかったが私が気になっていたというところで、ここにどこまで書き込むかは難しいので、そこは外させていただきます。

他、いかがでしょうか。

大体、ではこのような方向でよろしいですか。

(「異議なし」と声あり)

○大竹座長 では、今の意見を踏まえて、また修正して、皆さんに消費者教育推進会議に出す前に修正案を御提案したいと思いますので、よろしく願いいたします。

その前に、皆様に宿題も出していただきたいと思いますので、よろしく願いします。

これで今日の議論はよろしいでしょうか。

それでは、ありがとうございます。今回、取りまとめの案、そのほか御意見のある場合には、具体的に事務局にお寄せいただくということになるかと思いますが、その辺りのことにつきまして、事務局からお願いいたします。

○消費者庁植田消費者教育・地方協力課長 ありがとうございます。

いただく御意見、修正等ですけれども、できましたら、来週の初めぐらいまでにいただければ作業に盛り込みたいと思いますし、また、その後、いただいたものも最終的には盛り込んでいきたいと思いますが、ちょっと作業の関係で、2月6日の消費者教育推進会議に間に合わないものがあるかもしれませんけれども、できるだけ努力させていただきます。

以上です。

○大竹座長 ありがとうございます。

よろしいでしょうか。

では、今日は、皆様の御協力で早く終わりましたけれども、これで本日の第6回情報利用促進小委員会を閉会させていただきます。

どうもありがとうございます。