

第13回
消費者教育推進会議
議 事 録

消費者庁消費者教育・地方協力課

第13回消費者教育推進会議 議 事 次 第

1. 日 時 平成28年3月28日（月）10：00～11：57
2. 場 所 中央合同庁舎第4号館12階共用1208特別会議室
3. 議 題
 - (1) 地方公共団体における消費者教育の実施状況について（ヒアリング）
 - ・富山県（元気な高齢者への情報提供モデル事業）
 - ・三重県（学校教育における消費者教育の状況）
 - ・神戸市（消費者教育の拠点の強化）
 - (2) 学校における消費者教育の充実に向けて
 - (3) 消費者教育ポータルサイト掲載情報評価等検討会の実施について（概要）
 - (4) 若年者の消費者教育に関するWTについて＜前回の消費者教育推進会議の議論等を踏まえた今後の進め方＞
4. 出席者（敬称略・50音順）

委員：東 珠実、大竹 美登利、尾嶋 由紀子、柿沼 トミ子、河野 恵美子、
齊藤 秀樹、佐分 正弘、島田 広、清家 久樹、曾我部 多美、高山 靖子、
出口 貴美子、富岡 秀夫、西村 隆男、長谷川 敦子、古谷 由紀子、
吉國 眞一

幹事等：公正取引委員会事務総局 杉浦官房総務課広報官【代理出席】
警察庁生活安全局 平井生活経済対策管理官付課長補佐【代理出席】
金融庁総務企画局 竹内課長補佐【代理出席】
文部科学省生涯学習政策局 西村男女共同参画学習課課長補佐【代理出席】
厚生労働省社会・援護局 金井地域福祉課長
農林水産省大臣官房 穴井参事官兼消費・安全局付
国土交通省総合政策局 鈴木総合政策局安心生活政策課課長補佐【代理出席】
環境省総合環境政策局環境経済課 鈴木環境教育推進室長

消費者庁：板東長官、川口次長、井内審議官、金子消費者教育・地方協力課長、
青山消費者教育企画官

報告者：富山県生活環境文化部県民生活課 村山消費生活班長
5. 配布資料
 - 資料1－1 富山県（元気な高齢者への情報提供モデル事業について）
 - 資料1－2 三重県（三重県における消費者教育）
 - 資料1－3 神戸市（神戸市における消費者教育の実施状況について）
 - 資料2 学校における消費者教育の充実に向けて（案）
 - 資料3 平成27年度消費者教育ポータルサイト掲載情報評価等検討会
＜概要報告＞
 - 資料4 若年者の消費者教育に関するWT
＜前回の消費者教育推進会議の議論等を踏まえた今後の進め方＞

【参考資料】

- 参考資料 1 各省庁における消費者教育施策
- 参考資料 2 消費者教育推進計画策定状況及び消費者教育推進地域協議会
設置状況
- 参考資料 3 消費者教育推進会議取りまとめ（平成27年 3月）

【委員提出資料】

- 東委員 「消費者市民社会」を推進するために～買い物をとおしてできること～
名古屋市消費生活フェア★2015

○西村会長 それでは、定刻でございますので、ただいまより第13回「消費者教育推進会議」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、ありがとうございます。

本日は、飯泉委員、尾上委員、堀内委員は御欠席と伺っております。

なお、1月に事務局の交代がございましたので、御紹介をいたします。

最初に金子課長、お願いいたします。

○金子消費者教育・地方協力課長 1月に消費者教育・地方協力課長に着任いたしました金子でございます。よろしくをお願いいたします。

○西村会長 続きまして、青山企画官、お願いいたします。

○消費者教育・地方協力課青山企画官 同じく企画官として参りました青山と申します。どうぞよろしくをお願いいたします。

○西村会長 ありがとうございます。

それでは、早速、本日の議事に移らせていただきたいと思います。

前回、前々回の会議で今期の消費者教育推進会議の進め方のうち、基本方針の見直しに向けた論点整理の一環として、国における消費者教育及び消費生活に関連する教育の施策の実施状況を把握するということで、文科省、内閣府、金融庁、法務省、環境省から既にお話を伺っております。今回からは、消費者教育の先進的な取組を行っている都道府県、市町村における施策の実施状況を把握したいと思います。

本日は、富山県県民生活課からおいでいただいております。また、委員の中から、三重県、神戸市に御報告をお願いいたしております。

富山県からは「元気な高齢者への情報提供モデル事業」について、お話をいただきます。三重県からは「学校教育における消費者教育の状況」、神戸市からは3年計画で行われております「消費者教育の拠点機能の強化」について、お話をいただきます。それぞれの御説明の後、質疑応答という形で進めさせていただきたいと存じます。

それでは、まず富山県からお話しさせていただきたいと思います。

富山県生活環境文化部県民生活課消費生活班の村山班長さん、よろしくをお願いいたします。なお、本日、村山班長は会議のため途中退席をされます。

では、お願いいたします。

○富山県村山消費生活班長 富山県県民生活課の村山と申します。本日は発表の機会を与えていただきまして、ありがとうございます。

私からは、平成27年度消費者庁先駆的プログラムの採択事業でございます、「元気な高齢者の情報提供モデル事業」についてお話しさせていただきます。

それでは、資料のパワーポイントのスライドで説明させていただきます。

2番のスライドですけれども、この事業の趣旨ですが、見守りが必要でない、いわゆる元気な高齢者に、効果的で確実な情報提供を行うため、元気な高齢者の実態を把握して、その結果に基づき、モデル事業を実施する。そして、あわせて、今後有力な情報源になる

と考えられる高齢者のインターネット利用状況を把握するというものです。

1枚おめくりくださいませ。この事業の実施の背景ですけれども、富山県内の消費生活相談件数の推移におきまして、高齢者の割合が増えているということにございます。

グラフをごらんください。富山県内では、県、市町村合わせて年間1万件ほどの消費生活相談を受け付けております。緑の折れ線グラフが高齢者の割合を示したものでございませけれども、平成20年度は20.6%だったものがだんだん増えてまいりまして、平成25年度は34.2%になりました。これは県の人口の高齢者の割合を上回っているとともに、国のほうの統計でも65歳以上の受付は、平成25年度は28.8%、26年度が27.7%だったかなと思います。平成26年度は本県におきましては若干減ったものの、やはり高齢者の割合が3割を超えておりまして、そこで平成26年12月に「富山県消費者教育推進計画」を策定したのでございませが、その重点的なテーマといたしまして2つ掲げておりますが、2つ目の「消費者教育の人材の育成」とともに、重点テーマの第1番として、「高齢者等に対する消費者教育の推進」を掲げております。

スライドの4をごらんください。計画の重点テーマに高齢者に対する消費者の教育の推進を掲げましたが、高齢者については、教育の対象としてだけではなく、守るべき存在として捉えまして、計画の中でも官民挙げて高齢者を見守る体制作りを明記しました。そして、具体的な施策におきまして、例えば福祉関係者と連携して見守り研修を行うなど、病弱とか認知で思考力が低下して問題を抱えてらっしゃる高齢者に対しては、家族、行政、福祉関係者、事業者等も含めて、地域で見守るという体制作りに着手したところです。

では、見守りの対象にならない高齢者、いわゆる元気な高齢者についてはどうすればいいのだろうかということに疑問が湧きました。それで実態を把握しまして、確実な情報提供を行うことについて検証しようということで、この事業を企画したものでございませ。

1枚おめくりください。まず1番目の事業として、高齢者の実態を把握するために、アンケート調査を行いました。富山県ではくらしのアドバイザーさんや、消費生活推進リーダーさん、およそ100名の方に地域で「くらしの相談会」をやっていただいたり、「出前講座」をやっていただける方々を委嘱しております。その方たちの力を活用しようということで、皆さんが「くらしの相談会」や「出前講座」に行くときに5～10分時間をいただきましてアンケートを配布、その場で回収という方法をとりました。設計については、アドバイザーさん、リーダーさんたちを最初の段階から巻き込みました。

実際のアンケート用紙は、別紙の資料1-1にございます。1枚目がアンケート調査の結果で、1枚おめくりいただきますとアンケート調査票がございませ。

裏表の簡単なものですが、ここにたどり着くまでに、最終的にバージョン10ぐらいいまいました。実はアドバイザーさんたちから例えばフェイスシート0番のところ、年齢については、最初、75歳以上としていたのを80歳以上のほうがいいですよ、とか、ふだん暮らしについてよく出かける場所も、例えば実家とか子供の家とか、そういったものを入れたほうがいいですよとか、3番目の情報源では、だだだだっ和信息源を並べて書

いていたものを、「人から聞いた情報」と「何かから聞いた情報」に分けないとわからないよ、といったようなアドバイスをいただきまして、最終的にこの形に落ちついたものです。

資料のほうに戻りまして、スライドの5ですけれども、アンケート調査の設計段階から皆さんを巻き込んだことによりまして、自分たちのアンケート調査だという自覚を持っていただけたのだと思います。5月から8月までの3カ月間実施したのですけれども、実施方法としては、出前講座等で調査票を配布して回収するのですが、当初は配布が1,000枚で回収が700枚ほどかなと想定していたのですけれども、皆さん方から、次、あその場所で相談会をやるからアンケート調査用紙を送ってちょうだい、というような声がどんどん来まして、最終的には1,600枚配布いたしまして、回収率が86.8%と期待以上の数字になったと思っております。

それでは、次からは結果を報告いたします。

スライドの6番です。まず、消費者トラブル被害に遭うと思うかという意識調査ですけれども、「遭うはずはない」と「遭わないと思う」で55.1%、元気な高齢者の5割を超える方が被害に遭わないと思っているということが判明いたしました。

そして、「無回答」と「その他」が10%ほどありますので、ざっくり言いますと、だまされない、被害に遭わないと思う方が6割、そして遭うかもしれないと思う方が2割、わからないが2割という結果になっています。被害に遭わないよと思っている方が、遭うかもしれないの3倍あるということがわかりました。これについては同様の調査がありましたら、比較検討してみたいなと思っておりますのでございます。

1枚おめくりください。次に、よく出かける場所の結果でございます。1番は大型ショッピングセンター、2位が田・畑でございました。そして3位が病院・医院・鍼灸でございます。2位の田・畑ですが、実はアンケートの設計の段階でアドバイザーさんから「田・畑が抜けていますよ」と言われたので選択肢に入れたのですが2位に上がってきたので私も驚きました。

そして、結果の3番目は、8番のスライドです。どの情報源からの記憶が残りやすいですかといった質問に対しては、人からの情報では子供、配偶者、友人や近所の人など、身近な人からの情報が記憶に残るといったことがわかりました。講座とかチラシ、パンフレットなどは4割くらいでございました。

媒体ですけれども、新聞、テレビは想定内だったのですけれども、3番目に回覧板が入ってございました。右のほうに書いてありますけれども、インターネット・スマホ、電子メールは14.9、13.2%で、記憶に残りにくい。また、そもそも全体の4割を超える方がそういった電子媒体を利用していないということもわかりました。

1枚おめくりください。アンケートの結果を踏まえまして、モデル事業を実施いたしました。元気な高齢者がよく出かける場所に出向いて、効果的な方法で注意喚起を行うというものです。地域の商店街、これは4位でございました。1位のショッピングセンター、

そういったところで、身近な人からの情報が記憶に残るということで、地元の老人会など多様な主体と連携しまして、声かけによる啓発を行いました。

右の写真は農業機械展示会の写真です。2位が田・畑だったので、実は農閑期に入っただろうかなと思っていたところ、農閑期は農業機械フェアが県下至るところで行われているということが分かり実施したものです。

スライドの10番は、このアンケート調査及びモデル事業を通して気付いたことです。元気な高齢者がどこに出かけるかという実態把握を行うという所期の目的は達成されたと思います。そして、それに加えて、アンケート調査の設計段階でくらしのアドバイザーなどを巻き込むことによる効果も大きかったと思います。

アンケートの配布・回収に積極的に関与いただきましたし、モデル事業を実施するときにもお声がけしたら、参加しますという声が多数ありました。お手元にオレンジのチラシを配布しておりますが、アドバイザーさんやリーダーさんから、「今度、『くらしの相談会』をやるからこのチラシを送って」というリクエストも多くありました。自分たちの調査、そして自分たちが啓発するのだというモチベーションの高まり、スキルアップにつながったと気付かしまして、実は消費者教育推進計画の重点テーマの2つ目に「担い手の育成」を掲げておりますけれども、それにも大いに役立ったのではないかなと思っております。

そして、よく出かける場所の2位が田・畑だったことで、新たな団体、具体的には農業機械商業協同組合さんなのですが、そこと新しく連携することができました。最初、組合事務所に説明に伺ったときに、農閑期でしたが、高齢者の方々が農機具などのお金を払いに事務所にいらっしゃるのです。事務所の方々とお茶を飲みながら談笑して、温かい雰囲気でした。そういった中で消費者トラブルではこういったことに気を付けなくてはいいですね、というようなお声がけをしていただいております。

今後の課題なのですが、よく出かける場所に病院・医院・鍼灸というのがございましたので、その方面の関係機関との連携を深めていければと思っております。

そして、記憶に残りやすい媒体として回覧板がございましたので、活用方法を検討していきたいと思っております。

来年度、多様な主体を巻き込んで公募事業を行うことにしておりますので、今回のアンケート調査結果を応募者に提供しまして、効果的な情報発信にも努めていただきたいなと思っております。

1枚おめくりください。3つ目の事業が、元気な高齢者のネット利用状況把握でございます。こちらは私たちども行政のほうは情報を発信するときに、まずはホームページで情報を発信するわけですが、実際に高齢者の方たちに見ていただいているかということで実態を把握しようと思い、企画したものでございます。

メール調査を実施するに当たって、先ほどの紙のアンケートの一番後ろに、「今後、メール調査をやりますので、協力いただける方はアドレスを登録してください」というように書きました。そして、アドレスが集まったところで、後半の、12月、1月、2月に3回

情報発信とかアンケート調査を行おうとしたものです。そういった企画だったのですけれども、ハードルが高過ぎたのでしょうか、アンケート用紙が300枚集まった、これが6月末なのですけれども、実はアドレスを書いてくださった方は1名でした。そこで、高齢者のパソコン教室を実施していらっしゃるNPOさん等に協力を求めましたら、それはいいことだね、ということで、結果として協力者86名を募ることができました。

メール調査の設計に当たっては、スライドの12番になりますけれども、富山大学に事務局を持つNPO法人地域学習プラットフォーム研究会というNPOに協力いただきました。こちらは高齢者の皆さんのICT活用を研究をしているNPOですが、月に2回、ICTサロンというサロン会を実施しまして、高齢者の方が20名ほどいつも集まっています。そのNPOに、どういった内容にすればいいかというアドバイスをいただきました。具体的には、トピックスは3点までにする、その情報は添付書類ではなくてURLをクリックして提供するとか、設問数は最大フェイスシートも入れて7問にする、回答はベタ打ちして返信してもらう、といったアドバイスです。

調査の1回目が12月だったのですが、開始前にパソコン教室の主催者に、県からまたアンケートをやりますので、高齢者の皆さんにお伝えください、とリマインドいたしました。

メール調査の結果ですが、1回目の回答者は、78名中29名でした。協力者86名で、8名の方のメールのアドレスがエラーで返ってきております。それでも、3分の1の方から回答していただきまして、うち8割の人が配信情報は役に立ったとか、その内容を誰かに伝えるよというように答えております。また、9割の人が今後も配信していいですかとの問いに、いいですよと回答しておられます。だめよと言った方は4名でした。2回目は1月に実施したのですが、回答者は5名になりました。そこで、3回目は「抽選で10名様にすてきな消費者グッズをプレゼントします」と工夫を凝らして2月に実施しました。しかしながら、結果は2名の方のみの回答でございました。

1枚おめぐりください。メール調査における気付きですが、最初は短絡的に富山県ではまだ高齢者への情報提供のツールとしてはインターネットの活用はメインではないのかなと思いました。そう思いながら、ICTサロンに来られた高齢者の方々に実際にインタビューいたしました。そうしましたら、やはり期間が空いてしまったのでメール調査ということが記憶から薄れたのではないとか、実際毎日100件ほどメールを受け付けているので広告メールと勘違いしたのかも、「消費者」と書いてあったら「消費者金融」を連想するのでそのままごみ箱に行ったのかもしれないという方もいらっしゃいました。先ほど言いましたけれども、「抽選でプレゼント、はまさにうまい話には気をつけろだ」と言う方も。また差出人名が「県消費者協会」や「富山県」のみで個人名が書いていなかったのが怪しかったとか、悪質商法の情報はメールなどでやってもいいのだけれども、こういうサロンの場で人から注意喚起してもらったほうがいいですよ、という80代女性の声もありました。

ということで、インタビューを終えての気付きは、やはり最初のメールのアドレスの登録の仕方がハードルが高かったのかなということです。例えばメルマガの配信を希望しま

すかという感じで少しずつ集めていけばなじみができてもう少し、アンケートの回答率も高くなったのかなと思っています。

そして、これはインタビューで気付いたことなのですけれども、実はインターネットを利用される高齢者の皆さんはメールの取り扱いには注意しているのだなということが分かりました。

最後の方がおっしゃったように、インターネットを活用しながらも、フェース・ツー・フェースの注意喚起を組み合わせることも大事ということも改めて気付きました。

以上、この事業を実施いたしまして、元気な高齢者の方へ効果的な情報提供をするにはどうしたらいいかという1つの方向性が見えたかなという感じはいたします。今後、くらしのアドバイザーさん、消費生活推進リーダーさん、消費者グループの方、事業者の皆さんと連携しながら、元気な高齢者の皆さんにも確実に情報が届くように、これからはしっかりと努力していきたいと思っております。

私からの説明は以上でございます。ありがとうございます。

○西村会長 どうもありがとうございます。

ただいまの御説明に対します御質問、御意見等がありましたら、どうぞ御発言をお願いいたします。

河野委員、どうぞ。

○河野委員 ありがとうございます。

多様な主体を巻き込んで進められていることは本当に今後とても重要なので、素晴らしいなと思いました。それと今後の高齢者というのはますますIT利用は増えていく傾向だと思うので、この調査は是非再度というか、今後も続けていただくといいなと思ったのですが、その中で質問ですが、スライドの5番目のところに多様な主体の中の富山県消費生活推進リーダーを巻き込んでとありますが、ここは「くらしの相談会」を開催した75名の方のことを指していらっしゃるのか、その方たちはどのような方なのかということを質問として伺いたいと思います。

○富山県村山消費生活班長 5番目のスライドになりますが、くらしのアドバイザーは市町村レベルで、簡単な消費生活に関する「くらしの相談会」や寸劇等を通して啓発講座を行っている地元の方々たちで、75名の方がいらっしゃいます。

そして、消費生活推進リーダーは、消費生活アドバイザーなどいわゆる3資格などを持っていていらっしゃる方々に委嘱しておりまして、その方々が年間70件から100件ほど県下全域において出前講座を実施していらっしゃいます。

○西村会長 今の消費生活推進リーダーさんというのは、人数は何名ぐらいですか。

○富山県村山消費生活班長 リーダーは27名です。

○西村会長 ありがとうございます。そのほかに御質問があればどうぞ。

では、出口委員、どうぞ。

○出口委員 非常に精力的な調査に基づいた実証をされているので非常に素晴らしいなと

思いました。私、クリニックをやっていますので、今後の課題の中でよく出かける場所の3位の病院というところを利用していただくというのは非常にいいのかなと思いました。ターゲットとしては、やはりよく血圧を測りに行くような雰囲気のあるようなクリニックで待合の時間に、余裕があるようなところをターゲットにされたりとか、医師会が結構そういうネットワークを持っているので、訪問看護とのセットでそういう形で医師会との連携などの中でやっていただくと効率よく配布物だとか、そういうものが回るかなと思いましたが、そういうところでの啓発をどんどんやっていただくといいのかなと思いました。

○富山県村山消費生活班長 ありがとうございます。

○西村会長 柿沼委員、お願いします。

○柿沼委員 とてもすばらしい調査で感心しております。これだけの成果と課題とかもでき上がってきていますけれども、県下全域のほかの団体への波及とか、そういった広がりについてはどういようにお考えですか。

○富山県村山消費生活班長 富山県では「くらしの安心ネットとやま」という組織関係機関は市町村、福祉関係者、消費者グループ等、50団体ほどですが、ネットワーク組織がごございます。そこで年間、情報交換を2回やっておりますので、このアンケート調査の結果が出たときにもお示しいたしまして、この調査結果を活用してくださいとか、新たな連携をしていきたいと思いますと呼びかけております。

○西村会長 齊藤委員、お願いします。

○齊藤委員 ありがとうございます。御苦労さまでした。

大変面白い調査をしていただきまして、説明を伺っていると考えるところがあつたのですが、このインターネット活用がもっと効果的な媒体として有効なのではないかという仮説を立てられておられる中で、10番のスライドで、今後の課題の中で記憶に残りやすい媒体として回覧板。非常にアナログな手法がインターネットの期待に反して出ているということは面白いなと思って見ておりましたのと、14のスライドの中で、インターネットの活用をしながらも、高齢者の啓発にはフェース・ツー・フェースという手法が大事ではないかというお話がございまして、これは今後とも継続して調査をしていただくとありがたいなと感じました。

その上で、質問なのですけれども、6番のスライドの中で、元気な高齢者の5割、御説明では約6割の方々が被害に遭わないのではないかと考えておられるということだったのですが、これは富山県におきまして、高齢者以外の対象、一般の方々に同じようなアンケート調査をされたことがあるのかどうか。それとの比較が可能であればお答えいただければと思います。

○富山県村山消費生活班長 同様の調査はございません。ただ、県内のある生協さんで実施なされた調査がございました。生協さんが会員の方々を対象に実施されたわけですが、その調査ではだまされないとの方々は7割でした。生協の会員さんですので、普段から消費者問題に関心を持ってらっしゃる方が多いのかなと思っておりますが、そこでは、だま

されないと思う方は7割だったということです。今後、県下全域で調査できる機会がありましたら、比較してもう少し検証を深めたいなと思っているところがございます。

○齊藤委員 ありがとうございます。

○西村会長 そのほかにいかがでしょうか。

どうぞ、古谷委員、お願いします。

○古谷委員 元気な高齢者を対象にするというのは非常にユニークで有意義な調査ではないかと思えます。といいますのは、被害者予備軍ですね。そういったところに教育の対象だけではなく情報提供も含めて調査されたことが有意義だと思います。それを踏まえて、消費者のライフステージで考えると、消費者は徐々にライフステージが変わっていくわけですね。そういう意味で消費者教育の全体的な体系の中での消費者教育の位置付けみたいなところの気付きというのがもしあれば教えていただきたいのです。有効に生かせるのではないかと思いました。

○富山県村山消費生活班長 おっしゃるようにライフステージに応じた教育ということですが、誰もがやがては高齢者になるわけですが、子供とか孫から聞いた情報が記憶に残るという結果が出ましたので、まずお子様たちに話していくことによって、お父さん、お母さん、そしておじいちゃん、おばあちゃんにということにつながればいいのかなと。そして、この子供たちが小学生、中学生になり、学校で消費者教育を受け、その後、社会人になり、多様な主体として活動したり学習したりして、最終的に高齢者のところまでつながっていけばいいなと思っております。子供たちは忙しいのですけれども、工夫を凝らして子供たちに話を聞いてもらうことが大事と思っております。

○古谷委員 ありがとうございます。

1点だけ気になったことがあったので、消費者教育と直接関係ないのですけれども、スライドの14です。アンケートの設計でメールマガジンの配信を希望者募集とすればよかったのではないかと言われましたが、個人情報の取得の段階と目的が違ってきてしまうので、そこは注意をしなければいけないのではないかなと思いました。

○富山県村山消費生活班長 ありがとうございます。

○西村会長 よろしいでしょうか。

では、佐分委員、どうぞ。

○佐分委員 9番のスライドについてですが、モデル事業の実施というところで、事業者は「くらしの安全情報」を配信し、顧客等への周知の呼びかけとありますが、これはどういう形でコンタクトをとって、どういう形で呼びかけをして、効果はどうだったか。詳細が分かれば教えていただければと思います。

○富山県村山消費生活班長 モデル事業を実施する際に、ショッピングセンターや農業機械協同組合さんに事業の説明に行ったときに、高齢者の方々はよくこういうところに出かけますよということで、私どももやりますけれども、ショッピングセンターに高齢者の方が行かれるわけですから、例えばもし私どものメルマガをお送りしてもいいですかと、そ

の情報をプリントアウトして受付に置いてもらったり、あるいは職員の方に配布してもらったり等をして、高齢者の被害情報の共有をしてもらえばいいなと提案しましたところ、快く受け付けてくださいました。そして、このメルマガに対するアンケート調査もとりおまして、会員にお知らせしたなど、そういった回答もございました。

○西村会長 では、東委員、どうぞ。

○東委員 2点ほど質問させていただきたいと思います。

1点目は、先日、消費者委員会のシンポジウムで富山県の県警さんから、官民合同会議という非常に大きなネットワークの組織があるということを知りました。見守りのほうは、恐らくそちらを中心に進んでいるのかなど。70以上の機関があるということでもかなり詳細な説明をいただいたのです。そちらの見守りについて取り扱っている機関とか、その中でやっている実践と、こちらの元気な高齢者に対してやっている実践について、どのようなようにすみ分けたり、あるいは連携しているのかということが1点です。たしか、そちらは生活安全課さんが担当になっていたと思うのですが。そこをまずお聞かせいただきたいということが1点です。

そのこととも関連して、2点目が、そもそも見守りが必要なのかどうかということや「元気な高齢者」の定義のあたりをどのように考えてらっしゃるかということ。何となく私のイメージとしては、1人の高齢者が見守りが必要な状態になったり、自分が見守る立場になったり、元気になったり、元気でなかったりというような形で、高齢者の状況の変化として見守りが必要、必要でないということを含めて今まで捉えていたのです。それに対して、こういうように「元気な高齢者」と区分したときに、その定義といいますか、対象の特徴をどう捉えたかということをお聞かせいただきたいと思います。

以上です。

○富山県村山消費生活班長 富山県警が事務局をやっております「だまされんちゃ会議」のことだと思います。今、委員さんにお話しいただきましたけれども、県警とはかなり仲よく連携させていただいております。実は、くらしのアドバイザーさん、消費生活リーダーさんたちにアンケートを配布・回収していただいたと報告しておりますが、県警さんでも高齢者を対象に防犯活動、交通安全教室をやっておられまして、県でこのような調査をやるのだと話したところ、では、県警も協力するよということに。アンケートを実施する際に緑色の紙は消費生活推進リーダーさん、黄色はアドバイザーさん、県警さんはピンクの紙、と色分けをして実施いたしました。企画の段階から「だまされんちゃ会議」の皆さんにもお話ししております。資料のショッピングセンターでのモデル事業の写真にもありますように、県警からも来ていただきまして、連携してモデル事業を実施しております。

2つ目の見守りの定義ですが、具体的に持っているわけではなく民生委員さんやヘルパーさんといった福祉関係の方が定期的に訪問している方々を「見守りが必要な高齢者」と考え、それ以外の方々を「元気な高齢者」ということでざっくり区分いたしておりました。

○東委員 ありがとうございます。

○西村会長 いろいろと御質問、御意見、ありがとうございました。

それでは、富山県についての質疑はそこまでということにさせていただきます。村山様、ありがとうございました。

○富山県村山消費生活班長 ありがとうございました。

○西村会長 それでは、引き続きまして、三重県のほうに参りたいと思います。

では、長谷川委員、よろしく願いいたします。

○長谷川委員 おはようございます。三重県教育委員会の長谷川でございます。

私からは、学校教育、特に三重県における高等学校の消費者教育について、報告をさせていただきます。

「学校における消費者教育の充実に向けて」において、消費者教育の時間の確保について、自治体においてのアンケートで5時間程度というような記載がございました。

これは公民科や家庭科の授業の中で消費者教育について直接扱った部分でのアンケートの結果なのではないかと推察します。ここでは消費者教育の充実に向けての内容をまとめていく中では、科目の単元等の理解の部分での取組や、総合的な学習の時間や教科以外での取組が大事であると触れられていました。それらの連携をどのようにとり、体系的に行っていくということが大切であるというような記載もございました。本日は、この観点に共感、三重県において公民科や家庭科の消費者教育ではどのようなことを実施しているかという事を御報告をさせていただきます。また、県の消費者行政では、学校教育に対してどのような取組を実施しているかについても聞き取ってまいりましたので、御紹介をさせていただきます。

2ページ目、高等学校における消費者教育です。実践事例をお話しする前に教育委員会や県立高等学校ではどのようなフレームで実施しているかということをお話しさせていただきます。

まず、三重県では三重県教育ビジョンという新しい教育計画をこの3月に策定いたしました。それまでは、消費者教育についての文言は載せていなかったのですけれども、今回、このような形で記載をいたしました。

そして、直接消費者教育に関わる事業ではないですが、来年度、県事業として、三重の担い手育成推進事業、ライフプラン教育総合推進事業などの事業を行い、主体的に社会の形成に参画する力を育成するという観点での取組を進めたいと考えています。

次に、高等学校においてどのような具体的な取組を行っているかということでございます。

家庭科における取組として、県教育委員会と三重県高等学校家庭科教育研究会とが連携して、食育の推進や少子高齢化への対応、消費者教育の推進、持続可能な社会作りへの対応など、実践研究を行っているところでございます。

続きまして、家庭科の授業における事例です。2単位の家庭基礎という科目がございまず。消費者教育の分野だけでは時間数が十分ではないということで、1つ目は食物分野と

関連させながら、持続可能な社会の構築を目指した食生活ということで、安全・安心な食品を選ぶ観点から、旬の食材、地産地消のマーク、肉のトレーサビリティ、フェアトレードなどの取組を知って、自分はどのような食生活を行っていくのか、そして、地域への発信をどう進めたら良いかという実践例でございます。実践事例の2つ目としては、被服分野との関連です。衣生活を環境に配慮して消費者の視点で理解を深めていこうという取組でございます。自宅に残っている衣服をリフォームによって甦らせて、自分が普段使うかばんを作っていこうという実践で、不必要となった衣服を再使用することで、環境問題を考えて、消費者としての自覚を高めていくというような取組です。

次に3ページ目、普通科等における必修科目としての家庭科の中での取組以外に家庭学科での家庭クラブ活動における例でございます。消費者トラブル、オレオレ詐欺が非常に頻発していた時期に、生徒たちが劇をして、いろいろなところで啓発・防止活動を行っており、それを県警の方がDVDにして配付いただきました。そのほか、3ページ目の下のシートのように商業学科における実践例を挙げました。電子商取引の授業の一環で高校生によるインターネットショッピングサイト「みえまなびや」というものを運営している学校があり、その取組を通じて、電子決済、消費者保護について理解を深めていく取組です。また、新聞を活用したケーススタディーとして、食品偽装問題、金融政策等について学習することを通して、消費者保護の重要性に対する認識を深めたり、消費者基本法の概要を理解したりというような学習も行っています。

次に、4ページです。教科での学習以外にもキャリア教育に関する実践事例といたしまして、3つ事例を紹介させていただきます。

SBPという取組を行っている学校がございます。これはSocial Business Projectというようにネーミングをしているのですが、人口減少の激しい地域で高校生が主体となって地域の特産品を全国に広めていこうというビジネスです。ビジネスを行っていく上では消費者の視点というものを必ず入れないと進めていけないということで、主体的に生徒たちが地域活性化に関わるという意欲を育むとともに、消費者の視点も踏まえた取組を行っています。

また、授業で行う政策提案コンペをやっている学校もございます。これも商工会議所や地元商店の方々と触れ合う中で消費者としての視野を広げていくことにつながっています。

3つ目でございます。あけぼの学園高校の取組でございます。そこは総合学科で美容系列というものを持っております。地域の方々対象の「Akebono hair」という美容室を開店しました。その店を運営をしていく中で消費者の視点を育成している例でございます。

これらは高等学校の一例です。知識、理解を育む教育、消費者トラブルについてのスキルを上げる。そういうことも大事ですが、自分たちがどのように社会に関わって、自分たちの行動が将来の持続可能な社会にどうつなげていくかという意思決定、意識啓発も非常に大切だと思っています。様々な場面で、社会に参画していく。その中で、消費者の視点を踏まえながらの教育がなされているということを御紹介させていただきました。

次に、消費者行政として実施・協力する学校における消費者教育の概要でございます。
まず、1点目に消費生活出前演劇講座というものを実施しております。

これは小学生や中学生を対象に、インターネットやスマートフォンによる消費者トラブルに巻き込まれないような啓発や、出前講座の実施をしているということでございます。
特に高等学校に関しましては、ある学校の演劇部が先ほど家庭クラブ活動でオレオレ詐欺等の未然防止の啓発に関係しているという学校を紹介しましたけれども、同じように演劇部の生徒が啓発活動を行っているということでございます。

それから、5ページの、青少年消費生活講座も実施しています。金融広報アドバイザーの協力を得た、消費者トラブルの事例や対処方法などをテーマとした出前講座でございます。

ネットDE研修というものもでございます。学校にいて自分の机でもインターネットを通じて講座を視聴できる仕組みです。西村会長も27年度には消費者市民社会とは何かについての講座を作っていただきました。ありがとうございます。

次に、5ページの下のシートでございます。DVDの作成や、その資料の貸出し、消費者教育の学校現場と一体化した取組などが行われているところです。ところで、例年、教育委員会は、消費者教育や環境教育、年金教育などの実施状況調査を行っております。1校か2校かは年度によって実施メニューが異なるため実施していないというときもありますけれども、過去5年間は、ほぼ100%に近い高等学校が何らかの取組を実施しているという状況でございました。

今後、消費者教育の時間数をどのように増やしていくかということと関連してですが、今、私が感じていることは、教える側の教員が、自分たちの行っている授業が消費者教育につながっているということをどれだけ意識をして実施しているかということでございます。消費者教育の単元や分野ですと、きっちり意識をしてやっているのですけれども、食生活や衣生活、キャリア教育、商業学科での別の単元の学習、それぞれ消費者教育との関係を意識するだけで高い効果が得られると思います。このところをきっちりとは今後は押さえていく必要があるのではないかと考えております。

以上でございます。

○西村会長 ありがとうございます。

ただいまの御報告に関しまして、御質問、御意見を頂戴いたします。いかがでしょうか。

では、最初に尾嶋委員からで、その後、古谷委員ということでお願いします。

○尾嶋委員 御報告ありがとうございます。

今、長谷川委員がおっしゃいましたように、「家庭基礎」という科目は2単位なので、1年間、週2時間しか授業がありません。よく高等学校の家庭科で消費者教育をと言われるけれども、このように非常に時間が限られている。さらに、私も今年度、幾つかの学校で出前講座等をやらせていただきましたけれども、家庭科の先生たちは非常に忙しくて、

打ち合わせもなかなか難しいというような状況がありました。

今、御説明いただきましたように、消費生活の分野だけではなく、他のいろいろな分野で消費者の視点を持っていくというのは非常に大切なことで、「学校における消費者教育に向けて」にもありますように、家庭科だけではなく、他の教科の先生たちもそういった視点を持ってやっていただきたいというように思っております。

それでお聞きしたいのは、全国的に「家庭基礎」を選択している高等学校は7～8割というようにお聞きしているのですけれども、家庭科の選択科目を設けている学校もあるのではないかと思いますのです。例えば「フードデザイン」とか「保育」とか「衣服」とか、そういった選択科目を置いている学校というのは結構あるのでしょうか。

○西村会長 お願いいたします。

○長谷川委員 今日を選択科目のどれぐらいを取り扱っているかというデータを持っておりませんが、フードデザインとかほかの家庭科の専門教科としての家庭科のほうを選択科目として置いている学校も結構ございます。総合学科は科目数や単位数が非常に多いですが、普通科においても結構置いている学校はございます。

○尾嶋委員 ありがとうございます。

「家庭総合」4単位よりも「家庭基礎」2単位を選択している学校が圧倒的に多い状況の中で、家庭科の選択の科目においても消費者の視点を持って積極的に扱っていただきたいと思います。ありがとうございます。

○西村会長 では、古谷委員、お願いします。

○古谷委員 時間がないうちで、どのような消費者教育を行うかを御発表をいただいて、非常に参考になりました。ありがとうございます。

3点ほどその観点で質問させていただきたいと思います。消費者教育の事例を、これは三重県だけには限らない、ほかのところでもよく見られることなのですけれども、例えば1つの方向性として、消費者教育推進法が出来た後に、持続可能な社会への形成という形で、まさに消費者の役割に焦点を絞った消費者教育がなされています。もう一方で、当然、消費者被害の実態に対して消費者被害を防ぐという形で消費者教育がなされています。実は2つ走っています。両方とも大事だと私は思いますが、実はこの2つをつなげた取組がないように思われるのです。そのところがあるのかどうか、教えていただけないでしょうか。

もう少し整理してお話しすると、消費者の権利が侵害された被害という面と、消費者の役割を重視した消費者教育というところが別々に行われていては、消費者教育が効果的に行われたいのではないかと問題意識を私は持っています。そこでこれらが両方連携した形の消費者教育がなされている事例があるかどうかということをもっとお聞きしたいと思います。

2つ目なのですが、3ページに新聞を活用したケーススタディーということで、これは非常に有益だと思いますがよく言われるのが、食品偽装の問題などを例に挙げて、企業の

社会的責任・CSRというように取り上げていることです。これはCSRの誤解ではないか思います。CSRは必ずしも不祥事とかコンプライアンスの問題だけではなくて、むしろ企業が積極的に持続可能な社会に貢献していくという活動が重要であり、その側面も取り上げないと、問題ではないかと思っております。その観点も含めて消費者教育が行われているのかというところをお聞きしたいと思います。

あと4ページ目、3点目なのですがすけれども、キャリア教育における実践事例のところ、これも大変おもしろいユニークな取組だと思いますが、消費者教育として消費者の視点で考える力を育成とあるのですが、具体的には消費者の視点というのはどういうことを想定されているのか、あるいは実際に事例の中でどういう視点が出てきたのか、もしあれば教えていただければと思います。

以上です。

○西村会長 どうぞ。

○長谷川委員 1点目でございます。消費者トラブルなどを防ぐという視点と持続可能な社会作りとどう結びつけていくかというところなのですが、これは恐らく消費者教育、家庭科や公民科などの消費者教育の単元や分野ではこの視点を結びつけて話をされているのではないかと思います。今回は、そこはベースとしてあるものとして、それ以外に家庭科の他の分野、家庭科以外の教科、総合的な学習の時間、そのほかの取組を御紹介させていただきました。

あと新聞を使っている事例ですが、これは今、説明いたしましたのはほんの一部でして、1時間だけやっているというわけではなく、数時間の計画の中で実施をしていますので、幅広い視点からの教育はなされていると考えております。

3点目、キャリア教育の部分でございます。4ページになりますけれども、これも大事なことは、生徒たちが主体的に、自分がどういうように意思決定を持って社会を生きていくか、社会を作っていくかという取組の中の一つとして、キャリア教育に今回位置づけているということでございます。お店を営むという場合は、経営者の視点と、それを利用いただく方の視点と両方が必要でないとその目線は成り立っていかない。そういう意味からも、消費者の視点というようなことを育てているということでございます。学校教育の中ではいろいろな立場で生徒たちに物事を考えさせるということが必要ですので、幅広い視点や角度で物事を見るということを、経験を通して実践をしていけているのではないかと考えております。

○古谷委員 ありがとうございます。

○西村会長 では、島田委員、お願いします。

○島田委員 大変すばらしい取組をたくさん教えていただいて、ありがとうございます。

2点質問がございまして、3ページの家庭クラブ活動、これは高校生たちが地域に出ていってこういう活動を下地にやるというのはすばらしいなと思ったのですが、高齢者向けのこういった講座を高校生がやることによって、彼ら自身の消費者としての学びと

いいですか、人間としての成長というところでもいいのですけれども、そういったところがどういう効果があるのかというところを、若干括弧内で御紹介いただいている部分もあるかと思いますが、御紹介いただければと思うところです。

それから、学校が地域に出て行ってというところをすごくたくさん紹介いただいたと思うのですけれども、逆に地域の人が学校の中に入って行ってというような取組がもしあれば御紹介いただければなと思いました。

以上です。

○長谷川委員 学校家庭クラブのことですけれども、まず、このような啓発活動に取り組むために多数の事例を調査し、その中から何を一番伝えたら防止、啓発になるのかというようなことも自分たちで考えたはずです。もちろん教員のサポートはありましたけれども、それらを通して、自分たちが考え、課題を解決していく力。それが社会に出たときにどのように役立っていくかということも身をもって体感したのではないかと。これが1点です。

高齢者のところへ出かけて活動を行うことによって、生徒たちのコミュニケーション能力も養えたのではないかと思います。消費者問題に対応するに当たっては、人間関係をうまく築けるということも非常に大切であると思っております。家庭クラブ活動は、まさにそういう力を育成することができると思っております。

学校が地域に出て行ったお話ばかりをさせていただきましたが、地域の方が学校へというのは、小中学校に比べて、高等学校は非常に少ない状況でございます。三重県においては高等学校のコミュニティースクールが2校ございます。全国で十数校ですので割合としては高いのですが、地域の方が学校に出向いていただく回数は小中学校と比較すると少ない状況です。ただ、外部の講師を招聘した講演会は頻繁に実施しています。特に3年生が卒業する前に、金融トラブルや消費者トラブルなどの事例をお聞かせいただいて、自分たちが被害に遭わないような学習を実施している学校が多いと思います。

○西村会長 時間の関係もありますので、ごく簡単に、河野委員、どうぞ。

○河野委員 時間のない中、済みません。御報告ありがとうございました。

それでは、省きまして1点だけお伺いしたいと思います。5ページの消費者行政が実施する消費者教育の(6)の○の2つ目ですが、ここの消費者教育推進地域協議会は非常に今後大事なポジションだと思うのですが、その審議会の中の部会がメンバーになられてやられているということですが、この中に教員の方も入っていると考えるとよろしいのでしょうか。

○長谷川委員 大変申しわけございません。これは詳しいことを聴き取ってきていないので、今、私のほうではわからない状況でございます。

○西村会長 では、最後に柿沼委員、ごく簡単をお願いします。

○柿沼委員 4ページの高等学校における消費者教育の真ん中のところで、授業で行う「政策提案コンペ」ということで、地元住民や商工会議所等との連携を通し、生徒が市政への政策提言ということなのですが、これはもう少し具体的にどんな先生が指導しながらどう

いう連携をして、市への政策提言というような、そこら辺のところをもう少しお話しただけであればありがたいです。

○長谷川委員 これは教科情報の中で実施した取組でございます。ネーミングが「Do it! 松阪鶏焼き肉隊」というようなネーミングの市民が集まって、松阪市を活性化させたい市民が集まってこういうようなものを設立している。これを通じて経営プランであるとか、こういうように進めたらいいのではないですかというものを高校生が係って、プレゼンを行ったりとか、市政策コンテストというものがあつたらしくて、その中で発表していったりということを実施したと聞いております。

○西村会長 松阪市でそれを採用されたのですか。

○長谷川委員 採用されたかどうかは申し訳ございませんが把握していません。

○西村会長 分かりました。ありがとうございました。

それでは、三重県さんのほうは以上ということにさせていただきます。

3番目に神戸市のほうに参りたいと思います。

では、清家委員、お願いいたします。

○清家委員

まず、1ページをご覧ください。神戸市では消費者教育推進プランを平成26年度、27年度と策定してございまして、基金を活用しながら施策展開を行ってきたということでございます。

(1) 消費生活マスターの活動でございますが、これは基金を使いまして、平成21～25年度の5年間、コンシューマー・スクールというのを実施いたしまして、ここで養成した134名の修了生を消費生活マスターとして位置づけまして、広報チラシの原稿作成でございますとか、あるいは学校、地域における出前講座をしていただいているというようなものでございます。

特に写真にございますようにスマホ講座を実施してございまして、教育委員会でも26年度、27年度で全小学校を対象に行っておりますが、相互に補完して進めているというところでございます。なお、教育は28、29年度も実施予定ということで聞いてございます。

(2) 神戸消費者教育センターのリニューアルということでございますが、現在入っている建物が耐震化工事ということで、今、一部、順番に入れ替えながらやっているのですが、けれども、現在、消費者教育センターは休止中ということになってございますが、リニューアルとしまして、これまでどちらかという大人向けの施設だったのですが、子供向けの体験型施設にしまして、先ほども発表でございましたけれども、子供が質問を持って帰って親に聞いてみるとか、そういったことで子供から親につなげるとか、そういうことも狙いに入れてございます。

2ページ、(3) 消費者教育の発信機能の充実ということでございます。これはリニューアル後の消費者教育センターの機能としまして、先ほど申しました消費生活マスターに中心となってもらいまして、消費者問題を防止、解決するための研究でございまして、

あるいは分かりやすい消費者教育情報を発信していく、そういったソフト部分にマスターに絡んでいただこうかなと思ってございます。

そして、消費者教育センター機能としましては、消費者教育機能として、1つは体験型施設をリニューアルする。ショートムービーみたいなものを作成しまして、YouTubeとかのネット配信をする。あるいはレジでの広告など、これは今年度末からコンビニさんと連携して始めさせていただきましたが、レジでの広告など、企業と連携しながら、空き間時間を活用して、消費者に負担を掛けずに無理なく情報を取得できるような形で実施していきたいなと思ってございます。

安全・安心向上機能としましては、消費生活マスターの活動によりまして、未然防止のための研究を行い、情報発信を行いまして、市民の安全・安心で豊かな暮らしをサポートするといったようなことにつなげていきたいと思ってございます。

消費者教育事業でございますけれども、こちらはお金など重点分野ごとのカラーリングなど、消費者教育センターをリニューアルするデザインの検討です。

次の■ですけれども、消費生活マスターとの連携によるショートムービーを食、お金、安全、あるいは考える消費者の4分野で作成しまして、3ページの冒頭にありますように、ホームページやYouTubeなどに加え、今年度は地下鉄やコンビニへの映像配信を行ったところでございます。

次の■になりますけれども、ショートムービーの市民講座等への展開ということでございますが、超高齢化社会の対応としまして、主に元気な高齢者ということではあります、神戸市老人クラブとの連携で見守りサポーターというものを要請しまして、お互いのグループの中で、あるいは周囲のお年寄りの方、お年寄り同士のほうが声を掛けやすいだろうということもございますので、見守りサポーターの養成もさせていただきました。そういった講座の中では、我々の作ったショートムービーだけではなくて、県警の作成したビデオも流していただきまして、県警の課長補佐の方に講演もしていただいております。

今年度は各単位、クラブ1名ずつ、神戸市内で480名ほどを養成いたしまして、来年度は2人目を養成するとともに、他の地域団体等にもこういった取組を拡充していきたいと思ってございます。

安全・安心向上機能では、サービス付き高齢者向け住宅、サ高住がこれからの課題になる可能性があるということで、筑波大の本澤教授の指導を受けながら、消費生活マスターが自ら研究しまして、チェックリストつきパンフレットを作成しまして、市民向け講座を実施したというところでございます。

本日は参考として後ろに別資料としてチェックリストのコピーをお配りさせていただいておりますが、実はこれには本体、こういう本がございまして、こういう本にそういうチェックリストがついている。これにはそもそもサ高住とは何かとかから掲載されています。ほかにも消費生活マスターは金融とか研究グループがございまして、こういった活動をこれからも続けてもらえればと思ってございます。

次は4ページの中ほどにございますけれども、ネット通販のトラブルが増加しているということでもございますので、消費生活マスター自らによる企画で市民向けの講座を開催してもらったということもございます。これらマスターの事業は別途A3で資料をつけさせていただいております消費者教育の体系図、これの表2のほうに施策をまとめてございますが、いろいろな施策にマスターも関わっていただいているといったところでございます。

(4) 今後の消費者教育への取組というところでございますが、これにつきましては「神戸市消費生活あんしんプラン2020」というものを今年度作成いたしました。それに掲げているのですけれども、消費者市民社会の実現は行政だけでは不可能で、県警や県の協力はもとより、消費者、事業者との連携のもと、各施策を実施していくということでございまして、先ほどのショートムービーなどを活用してもらいながら、チラシなどの従来の方法、あるいはあんしんメールとかSNS、Facebookなどもしてございますが、そういったものだけではなく、やはり既存の地域団体とか関係機関との連携が重要であり、先ほど話がありましたFace to Faceとか、あるいは見守りをするというような形の連携が必要であると考えてございまして、24年度からは市内に170ほどあるあんしんすこやかセンターという福祉の機関と協力をしましたし、平成27年度からは老人クラブとの連携をしたというところでございます。これからも他の地域団体あるいは事業者と連携していきたいなと思っております。

直近の事例では、コープこうべが夕食宅配のときにチラシを入れていただいているのですけれども、たまたまIP電話に関する架空請求のチラシを入れたところ、その後にそれに関する電話が掛かってきて防止できたといったようなありがたいお言葉も最近入ってきましたので、神戸市としましては、その他に神戸市と事業提携を結んでいるコンビニとか企業がございまして、その辺から接点を見つけて進めていければなと思っているような状況でございます。今後もそういった事業者あるいは地域団体と連携しながら消費者教育の普及に努めていきたいと思っております。

引き続き参考ということでございますが、5ページをお開きいただけたらと思います。神戸消費生活あんしんプラン2020というものを今年度策定いたしました。現在の計画は今年度で終了するというところでございますので、新たな5カ年計画を策定したものでございまして、第5次の神戸市基本計画の消費者行政に関する部門別計画という位置づけになってございます。

真ん中あたりの基本施策でございますが、3つの柱にしてございまして、安全・安心な消費生活の確保、消費者教育の推進、そして大規模災害や物価急騰等、緊急時の備えと対応という形でさせていただきます。

特色・目標としましては、やはり先ほども話ございましたけれども、高齢者の被害が多い、あるいは人口の増よりも高齢者の相談の件数が増えているといったような状況、スマホの普及によりましてインターネットの相談や被害が全年齢層に増えているということもございまして、高齢消費者と社会的弱者対策の推進、インターネットトラブルへの対応、

そして消費者教育というものを重点項目に掲げさせていただいてございます。また、消費者と事業者と連携して一緒に取り組むということも1つの特徴に挙げさせていただいてございます。

消費者とか事業者に対しまして、行政の計画ではあるのですけれども、基本施策ごとにみんなで取り組もうということで呼び掛けをさせていただくといったようなことをさせていただいてございます。

また、中長期目標だけではなくて毎年毎年トピックスに応じて対応する短期的課題を設けたのと、数値目標としての指標というものを設けました。これは単に何をどれだけしたということだけではなくて、市民の意識調査も含めて総合的に判断するといったようなものにさせていただいてございます。

「みんなで取り組もう」の例は5ページの下の方に2つずつほど挙げさせていただいてございます。消費者については、食品表示とかきちんと目を通して適正な食品を選びましょうとか、事業者についてはインターネットを利用した通信販売では、十分な説明を行いましょうとか、お年寄りの方に分かるようにとか、そういったようなことを掲げさせていただいてございます。

6ページでございますが、これは簡単なイメージ図ということでございますけれども、下の四角のところ、左側に神戸市、これが行政の計画でございますが、右側に消費者・事業者ということで、みんなで取り組もうという形を入れさせていただいているのが特徴ということでございます。先ほど言いましたように、つながりのある事業者を皮切りに幅広く取り組んでいければと思っております。なお、計画本体は神戸市のホームページに掲載しておりますので、御関心のある方は御覧いただけたらと思っております。

雑駁ですが、報告は以上でございます。ありがとうございました。

○西村会長 ありがとうございます。

それでは、皆様から御意見、御質問等があればお願いいたします。

では、東委員からお願いいたします。

○東委員 失礼いたします。非常に興味深い話、ありがとうございました。

1点質問させていただきたいと思っております。消費生活マスターについてなのですが、一度認定といいますか、そういう位置付けになった後、継続的にその知識とか指導力とかの質を担保していくための仕組みとか、あるいはそれについてかかる費用の取り扱いとかについて、教えていただければと思っております。

○清家委員 マスターの件ですが、コンシューマー・スクール自体は5カ年で一旦休止ということになっているのですけれども、もちろん、新たな知識も得ていただかないといけないということもございますので、今はサイボウズを使って、ネットワークを使って情報交換をしようということもしていますが、年に1回程度、マスターの集まり、研修会みたいなものをしてございますし、実際に職を持ってなかなか活動ができていない人もおられるのですけれども、マスターが自主的に集まっている研究会がございまして、その中で

いろいろな教育をしている、研修をしているといったような形でさせていただいています。ですから、費用的にはそんなに多く掛かっていないということでございます。

○東委員 ありがとうございます。

○西村会長 では、尾嶋委員、どうぞ。

○尾嶋委員 私も同じような質問だったのですが、その他の質問として、5年間というのは単年度に行われて5年なのかというところと、平成25年度以降はどのようにされたのかお聞きします。

○清家委員 1つ目の質問につきましては、単年度ごとということございまして、ですから、1期生、2期生、3期生、4期生、5期生、そこまでいるという形になってございます。134名育成したということございまして、正直申しましてもともと誰でもいいということではなくて、相談員の資格を持っている方とか、あるいは企業で消費者相談窓口をされている方とか、そういった方が入学の基準になってございましたので、相当ハードルが高いというものがもともとございましたから、ちょっとずつ募集人数が減ってきていましたし、134名育成したということもございましたので、一旦休止という形でさせていただいております。

後ほどのマスターの交流とか研修というのは、先ほど申したような形でさせていただいております。

○西村会長 よろしいでしょうか。このコンシューマー・スクールは私も講師で伺ったことがありますけれども、かなりレベルが高いもので、期間もかなり長い、時間数もカリキュラム的にも充実したものだということのように理解しております。

では、島田委員、お願いします。

○島田委員 ありがとうございます。

先ほどの古谷委員の御発言にもあったのですが、こういった消費者被害防止の問題と持続可能な社会をつくっていく消費の問題、これをどういうように結びつけていくのかというあたりが1つの大きな課題だなというように思うところがあるわけです。特に高齢者の方々、こういった啓発をしていくということの中で、高齢者の方が主体的に自分の消費を見直すとか、あるいは自分が持っている消費についてのノウハウを例えばリフォームだったりそういったもので地域に伝えていくとか、そういったような取組がもしあれば教えていただければと思います。

○清家委員 おっしゃられるように、当面の被害を防ぐという目的と、長い目を見た持続可能な社会を作るという目的があることございまして、中身的にはそれらが両方ありますよということで研修の中でお話しするというのが現状の対応でございます。そして、主体的に見直すというのは今回老人クラブの場合は、自分だけではなくて周りの人にも伝えてよと、自分たちが主体になって活動してよということも併せてお願いしてございますので、そういった中で取り組んでいただくというように考えております。

あと、老人クラブと言っても、どうしても老人クラブの枠をなかなか超えないとかござ

いますので、神戸市には他の地域団体、ふれあいのまちづくり協議会という、これも小学校単位であるのですけれども、そこにまだ話をしているわけでは全然ございませんが、そういった団体は老人クラブが入っていたり、民生委員が入ったり、自治会が入っていたり、いろいろな団体が入っている地域団体でございますので、そういったところとか、あるいはそれぞれの各団体に働きかけて拡大していこうかなと考えてございます。

○西村会長 そのほかによろしいでしょうか。

では、吉國委員、どうぞ。

○吉國委員 私からもコンシューマー・スクールの消費生活マスターの話で質問がございます。先生も非常にレベルが高いというお話をされましたけれども、この消費生活マスターというのは金融についてもそれなりの見識を持っていると考えてよろしいのでしょうか。例えば金融広報アドバイザーの資格を持っているとかですね。

○西村会長 講師の話ですか。

○吉國委員 はい。

○清家委員 マスターの講師につきましては、西村先生を初め、あるいは大学の先生とかいろいろな方に来られていまして、金融について私は当時実際にされたかどうか分かりませんが、その後も日銀の神戸支店の方に話をしてもらう機会があったり、金融の知識も一定は持っていただくようにはいただいていると思います。

○西村会長 よろしいでしょうか。

では、次長、お願いします。

○川口次長 事務局でございます。

この神戸コンシューマー・スクールについて、私も一度、お邪魔したことがありまして、御質問は、私、非常に印象的だったのは、対象が神戸市民に限定していないというようにそのときお聞きしまして、こういうやり方というのはほかでは余り聞いたことがないなと思いました。そして、その対象を限定しないという考え方がどこから来るのかということと、今度、卒業生をマスターなので学部よりレベルが高いという意味では日本中で余りこういうことをやっているところはないと思いますが、養成された方に神戸市で御活躍をいただくときにも市民に限定しないというやり方で運用しているのかどうかということをお願いします。

○清家委員 1つ目が、恐らく先ほど申し上げましたように、最初の募集のハードルが高いものですから、恐らく神戸市だけで集めるとそんなに人が集まらないのだろうということと、関西圏でも消費者問題は共通しているところがございまして、そういったこともありまして限定をしなかったのではないかと推察いたします。

そして、もう一つの質問の、活動するときには神戸市民とかそういう限定をするのかということに関しましては、それは正直しません。大阪に勤めておられて、大阪市民である方が神戸で活動していただくとかということもどんどんやっていただきたいと思っていますし、周辺の市町村とも我々仲よくさせていただいてございまして、周辺の市町村の方にマ

スターを場合によったら派遣して講義をするということも受けますよということも募集を受け付けるようにしたのですけれども、実際、応募は余りなかったもので、それは数は少ないと思いますけれども、どちらにしても、せっかくの財産ですので、神戸市に限定する、神戸市だけで困うというつもりは一切ございません。

○西村会長 先ほど島田委員あるいは古谷委員から出ておりました持続可能な消費ということに向けた部分と、消費者被害の防止の部分というのがばらばらにならないように統合された形でというような御意見、私もその部分はいつも気をつけている一人でございますが、要は財産被害に遭うというところで言いますと、財産権の侵害であるということを引きちんと捉えて、ある意味、人権を侵害されたということではかるべき行動に出るという自らの権利を守るという意味合いの部分と、持続可能な消費に関しては、今度は自分の人権もさることながら、他者の人権を守っていくというようなことでフェアトレードを考えたり、また環境のことを考えたりということで、ある県の社会科、地歴公民の研究会に呼ばれてお話をさせていただいたときに、多くの先生から、これはまさに民主主義教育ですねというようなお話を承ったことがございました。そんな形で、特に学校教育ではそれはそれ、これはこれということではなくて、一体の消費者教育として捉えていただければ非常によろしいのかなというような印象を持ちました。

それでは、神戸市を含めて3自治体の御報告についてはそこまでということにさせていただきます。清家委員、ありがとうございます。

それでは、次の議題、2番です。「学校における消費者教育の充実に向けて」というところに移りたいと思います。資料2になります。

前回、12月の推進会議で提出されました「学校における消費者教育の充実に向けて」のたたき台がございましたが、委員各位、また文科省から御意見をいただき、再度取りまとめたものでございます。

それでは、事務局から、資料につき御説明をお願いいたします。

○金子消費者教育・地方協力課長 それでは、事務局より御説明をいたします。

前回の推進会議での委員会の御意見、その後の意見も含めまして、可能な限り踏まえた形で案を作成したつもりでございます。お手元の資料に基づきまして、御説明をいたします。

まず、1枚めくっていただいて、冒頭の「はじめに」のところでございます。消費者をめぐる現状として、高齢化、情報化、グローバル化といったことに加えて、環境問題あるいは社会的な課題に配慮した商品・サービスを選択して消費するといったことへの関心が高まっている。そういった現状を御説明し、2ページ目の消費者教育の現状といたしましては、消費者教育推進法の成立、その後の基本方針の策定等の一連の流れについて言及をさせていただきます、次のページ、(3)でございますけれども、学校における消費者教育の現状といたしましては、現行の学習指導要領の中でも社会科、公民科、家庭科、技術家庭科などを中心に内容が充実されていること、そういったことを現状として整理してござ

います。

それを踏まえて、今後の充実に向けてというのが4ページ目以降となるわけですが、その中で4ページ目の冒頭に書いてございますのは、生きる力を実践的に身につけるという観点から、消費者教育の一層の充実が図られることが期待されるということ。今後の課題として、「アクティブ・ラーニング」の視点からの学習指導方法の改善、あるいは校長のリーダーシップのもと、教科等を超えた「カリキュラム・マネジメント」を連動させた学校経営の展開、そういったものの中での消費者教育の捉え方というのが求められている。加えて、現行の学習指導要領の中にも持続可能な社会の構築という観点が盛り込まれていることから、まさに消費者教育というのはそれに合致したものであるといったことが述べられてございまして、そういった考え方のもと、今後の進め方として3点ほど提案をするという形になってございます。

最初の点といたしましては、消費者教育の機会の確保ということでございまして、これについては、現行の指導要領を踏まえて、教科書等の内容は充実しているのだけれども、扱われる時間というのは非常に限りがあって、それを充実させていくためには家庭科や社会科などにとどまらず、さまざまな科目を通じて教科横断的に取り組むということが必要であって、そのためには、例えば学校の中でも学校全体で取り組めるように、学年科目の取組を集約して校内で情報共有することであるとか、あるいは地域においては、そういった拠点の役割を担う消費生活センター、あるいは教育委員会の情報収集が求められるのではないかとということ。

2つ目の提案内容としましては、教員に向けた研修であるとか、そういったことが書かれておりまして、内容としては大学の教養課程であるとか教職課程、あるいは教員向けの研修といったものについて提案をされているわけですが、特に実践的な能力を身につけるという観点から、例えば消費生活センターの窓口業務を体験していただくとか、次の提案内容にも触れるわけではございますけれども、外部人材の活用といったことも有効ではないかとということをお述べさせていただきます。

最後、3点目の提案としては、外部人材の活用ということでございまして、この中では特に教員へのアンケートをすると、教材であるとか教授法についてわからないといった声が多く聞かれる中で、実践的な授業を行うという観点からは、そういう外部の人材を活用するということが有効であること。ただ、そういった方々というのは、教え方に対して必ずしも知見があるということでもないわけで、そういった意味で、そういった児童等にわかりやすく教えるための研修を充実させていかなければいけないこと。加えて、情報交換、事例の共有というような取組というのも求められるであろうということ。加えて、学校と外部講師との調整不足から学校のニーズに合わないような授業が展開されるような例というのも見られるということで、そういった調整を十分に果たしていかなければならないし、そういった観点から、教育委員会と消費者行政部局との連携調整というのを高めていく必要があるといったことについて提案をしているという内容になってございます。

説明は以上でございます。

○西村会長 ありがとうございます。

ただいまの御説明のありました資料につきましての御意見がございましたら、どうぞ御発言をいただきたいと思います。

では、出口委員、お願いします。

○出口委員 非常に内容としてはいいと思うのですが、実際、これが現場で使われるとき、ICT が教育現場の中に使われるというところの中で、紙ベースであったりとか、教科書ベースであったりとか、限られた時間の中でやるというのは非常に難しいと思うところで、もう少し先ほどあったようなe-Learningのシステムであったりとか、YouTubeを利用したりとか、そういうようなせっかくICTを使うのであれば、そういうところへの開発というものにももう少し力を入れていってもいいのかなと思います。

あと外部人材の情報というところで、都会は多分いろいろな方がおられると思うのです。地方になると、そういう外部人材を確保するということも非常に難しい現状があるかと思えます。そういう中で、ネット配信であって全国共通に同じ情報が得られるような形でやっていただくということもいいと思いますし、DVDはいいのですが、やはりそのものがないとだめなので、クラウドでみんなが情報共有できるようなシステムに構築していくということのほうが情報発信としては非常に大事なので、そういう部分に、それはもう省庁を超えたお話になるかと思うのですが、今後の教育の中でそういう情報共有のシステムというところももう少し一歩踏まえていただけるといいかなと思いました。

○西村会長 ありがとうございます。

そのほかにお気付きの点がありますでしょうか。

では、河野委員、お願いします。

○河野委員 内容については、いただいた資料が遅かったということもあり、ざっくり見通した中で加筆やいろいろ膨らませていただいたなという印象を持っています。こういう形ではよろしいのではないかなと思うのですが、進め方に関して申し上げますと、最終的に会長や代理がチェックもいただいたと思うのですが、前回から時間も空いておりますし、御説明の中では多様なたくさんの意見も反映してくださったということなのですが、本当に丁寧に進めるのであれば、どんな意見があっても、どの部分が加筆されたというような説明をいただけたらもう少し納得性が高まるというか、この推進会議としてこのようなものを出すのであれば、もう少し私自身も真摯に向き合って納得したいなと思うので、いただく資料もいつも金曜日、遅い。お忙しいのは分かるのですが、なかなか事前資料として読んで参加する会議にはなり得ないので、そこの運営に関しては改善を求めたいと思います。

以上です。

○西村会長 何か事務局から御回答があれば。

○金子消費者教育・地方協力課長 御指摘のとおり、今回、直前になっての資料の送付に

なりまして、申しわけございませんでした。次回以降は極力時間的余裕がある形で事前にお目通しをいただけるようにというように考えてございます。

修正した点についてわかるようにということと言われてはおったのですが、非常に細かい修正が多かったこともございまして、一つ一つは申し上げられなかったということでございます。

ただ、特に重点的に加筆をしましたのは、4ページ目の冒頭のところで、どうして消費者教育を推進していかなければいけないかということをしちゃんと説明したほうがいいということで、現行の指導要領とのかかわりであるとか、そういったことを大きく加筆したことであるとか、あるいは特に最初の現状のところと言いますと、推進法ができて以降の流れということで、推進法の内容をしっかりと書き込んだりとか、そういったことを加筆してございます。

あとは3つの項目の中では特に機会の確保のところではいいますと、6ページ目の2つ目のパラグラフのところではございますけれども、先ほどの説明のときに申し上げた学年とか科目を横断したような取組のために校内での情報共有が必要であるとか、そういった提案内容の充実ということも図ったという内容でございました。

済みません、きちんと説明を冒頭で申し上げればよかったのですが、失礼いたしました。

○西村会長 ありがとうございます。

まとめるに当たっての流れの中では、皆様方からのコメント、ご意見を事務局と確認をしながら作成をしまして御提示しているというところでございます。時間的な制約の中での作業でございますので、とりわけ特に現在、指導要領改訂も進んでいるというタイミングもあって、一方で、推進会議の開催の頻度といいますか、そういう関係もあって、このような形で進めさせていただいていること、御了解いただきたいと思っております。

富岡委員、どうぞ。

○富岡委員 この学校における消費者教育の充実に向けて基本になるのが消費者教育推進法ということになりますが、消費者教育の基本方針が定まって2年、その中で教育委員会との連携ということが大きな柱になっていると思うのです。そういう中で、今日、三重県、神戸市、富山県の御報告をいただきましたけれども、多分非常に進んでいるのだろうと思うのです。逆にいうと、全国的に見て、本当に教育委員会とうまく連携がいつているのか。消費者庁はどこら辺まで把握されているのか。また、消費者教育コーディネーターの育成というのが大きな柱になっていたと思うのですが、どういう形で全国的に進んでいるのか。消費者庁としても把握した上で、これを作るのはもちろん大事ですが、作っても教育委員会との連携や消費者教育コーディネーターの育成が出来なければ、結果としては絵に描いた餅になってしまうのではないという気がするのです。消費者庁が全国各地の情報をどこまで把握されているのか教えていただきたいと思っております。

○西村会長 では、長官から。

○板東長官 今、御質問の実態の関係でございますけれども、これはまた基本方針を定めていくという中で実態も把握をし、そして、それを踏まえてのいろいろなこれからの方針を立てていかなければいけないと思っております。

一方で、この学校教育のこれについての取りまとめというのは、先ほど会長からもお話がありましたように、学習指導要領の改訂の議論などが進んでおりますので、そういうところに効果的に発信できるようにということも必要でございますので、そういう意味では、まだ十分に実態把握できていない部分もございますけれども、少なくともこういう考え方に立って、あるいは将来の改訂に向けても、こういう方向性で考えていけばいいのではないかと。あるいは現行の学習指導要領の中でもこういう取組ができるのではないかとということをお知らせさせていただく。それも適時適切にやっていかなければいけないという中で考えさせていただいているものでございます。

これを具体的な形でもっと取り組んでいくというような方針であったり、各自治体の計画であったりということになっていくかと思っておりますので、また方針の段階では、ぜひ我々としてももっと実態をきちんと把握する手段を講じていきたいと思っております。

やはり教育委員会との関係はなかなか進んでいないところも実際かなりあるとお聞きしております。ただ、一方で、今、地方教育行政の仕組みというのものもある意味で変わってきておまして、御承知かと思っておりますけれども、地方教育行政法という法律が変わって、自治体の首長と教育委員会との連携が一層進むような仕組みとか考え方というのが入れられているということがございますので、今後、消費者行政との関わりとか、そういったところもさらに実質的に進んでいくのではないかとこのところを期待しているところでございます。そういう一歩として、いろいろなこういうものとか方針の策定とかいろいろ使っていきたいと思っております。

○富岡委員 ありがとうございます。

○西村会長 ほかに何か御意見はありますか。

では、清家委員、どうぞ。

○清家委員 教育委員会のほうで時間を消費者教育で別途取っていただくのはもちろん理想だと思うのですが、先ほどの説明のように、英語の時間でも可能ですし、社会の時間でも、いろいろな時間でも可能だということがあちこちに書かれていますし、正にそのとおりだと思います。だけれども、そこで子供たちがそれを意識するようになるには、教員がそういうことを知った上で教えてもらわないといけないと思っておりますので、7ページにございます教員の育成といいますか、教員への働きかけは非常に重要だと思っております。

以上でございます。

○西村会長 ありがとうございます。よろしいでしょうか。

そうしましたら、本日いただきました議論を踏まえまして、若干微調整をさせていただきたいと思っております。そして、私のほうに一任させていただくということでよろしゅうござ

いますでしょうか。

(「異議なし」と声あり)

○西村会長 ありがとうございます。

なお、本資料につきましては、確定いたしましたところでホームページに公開をさせていただくという予定でございます。また、特に今回は中教審に対する意見書というような形ではなしに、学校における消費者教育に関与するさまざまな部分で活用していただくということで、実を取らせていただくという形で進めてまいりたいと思っております。文部科学省におかれましても、是非御協力をよろしくお願ひしたいと思います。

それでは、議題3の「消費者教育ポータルサイト掲載情報評価等検討会の実施について」でございます。

2月22日に当該検討会を開催したということでございますので、本日は時間のない中恐縮ですが、座長の東委員ですが、御報告をいただきたいと思ひます。資料3ですね。

○東委員 それでは、資料3に基づきまして、簡単に御報告をさせていただきます。

開催日時、検討会、委員につきましては、そちらに記載のとおりでございます。概要につきまして、4点ほどに分けて御報告をいたします。

まず、1点目でございます。この検討会の趣旨につきましては、第1期の推進会議の中で、情報利用促進小委員会の取りまとめというものが公表されております。これに基づく検討会でございます。また、この取りまとめの中では、教材や講座、取組の掲載のガイドラインというものを示すということをいたしました。それらと合わせまして、ポータルサイト掲載情報の評価等検討会というものを設置してはどうかというようなことも提案しております。

この検討会は、1ページ目にあります①～③、この3つの役割、課題を主に担うものだというのでそこでは位置付けられておりますが、今回の検討会では②の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。これを課題として、実際の教材を複数評価してみまして、評価書を作成したということでございます。

それでは、2つ目に、対象と進め方についてでございます。対象といたしましたのは、平成27年4月1日～10月15日までにポータルサイトに登録された無料提供の教材13でございます。

別紙1をご覧くださいますと、こちらに13の教材の概要が掲載されております。実際、この中には①にあるような非常にボリュームのある教材、東京都消費生活総合センターさんのものやら、9番の間伐材マークのように1枚のチラシのようなものまで非常に多様な教材があったということでございます。これらについて、今回の業務委託ということで消費者教育支援センターさんのほうで、この評価の案というものを、原案を作ってくださいまして、それに基づいて13のものを評価した結果を検討会のほうで意見交換し、加筆修正したということでございます。

別紙2を見ていただきますと、実際の評価票、評価書の評価の仕方、あるいは評価結果

がそこにまとめてございます。

資料3の2ページ目に入りまして、今日の報告の3点目ということで、教材評価原案の項目について概要を御説明いたします。

あわせて別紙2の1ページ目を見ていただくと分かりやすいかと思います。こちらが記載のスタイルでございます。大きく基本情報と学校の授業や地域での講座の担い手を使用したり教材を選ぶ際に役立つような情報という2つに分けて、上に基本情報、下に役立つ情報ということでまとめをしてございます。各項目については、そこに詳細に書かれてございますので、ご覧いただきたいと思っております。

またこの中でも特に【こんな方におすすめ】とか【活用の場面】というあたりです。実際にものすごい膨大な教材が出てまいりますので、皆さんが使われるときに一体どれをどう使っているのか分からないということに対して、多少なりとも役に立つ情報を出していきたいということを中心に見てまいりました。

それでは、資料3の3ページ目まで飛ばさせていただきます、4点目の〈委員からの意見〉というところを見ていただきたいと思っております。実際、こういったもので統一した形での評価書を作ってみました、本当にこのやり方がいいのかということについては、更に時間を掛けて検討していく必要があるだろうということです。例えば羅列的、網羅的ではなくて、モデルになるようなものをピックアップして掲載するとか、あるいは見せ方としても、もっとビジュアルに訴えるアイコンを使うとか、そういった必要もあるのではないといった意見が出ました。

さらに、ここでの評価の結果をポータルサイトのどこから反映させていくのか、リンクを張るようなことをしていくのか、評価情報をどのような形で反映させていくのかということも今後の課題ということになります。

最後に、次年度以降、今年度は非常に限られた時間で、検討会としましてもメールを中心にしたもので限界がございましたので、今後、更に内容の充実、あるいはどの段階で誰が評価を行うのかといった評価の仕組みについて検討していく必要がある。

さらに、これを進めていく中で、実際、現在のポータルサイトの登録とか検索のシステムとかについてもいろいろと不備といいますか、取り扱いにくい部分があるということも分かりましたので、それらとあわせて、この検討会を今後進めていきたいというようなことをまとめてございます。

以上でございます。

○西村会長 どうもありがとうございました。

本件の取り扱いにつきまして、事務局のほうから補足があればお願いいたします。

○金子消費者教育・地方協力課長 今年度の検討会の成果として報告書を現在取りまとめているところでございまして、次回の推進会議において、その報告書をお配りしたいと思います。取りまとまったところで、その報告書はホームページで公表したいと思っております。

○西村会長 よろしいでしょうか。

それでは、最後、4番目の議題でございます。若年者の消費者教育に関するワーキングチームにつきまして、事務局のほうから御説明をお願いいたします。

○金子消費者教育・地方協力課長 それでは、お手元の資料4に基づきまして御説明をいたします。

前回、12月のワーキングの中で、高校生向けの教材を作成するという点について、検討状況を御報告したところでございますけれども、そのときの議論の中で特に議論になりましたのが、自習用という位置付けで本当にいいのかどうかというような御意見を多くいただいたと理解しております。自習用という位置付けだけでなく、学校の授業の副教材としても使用できるようにしたほうがいいのではないかとか、あるいは副教材として使うということになると、現行の科目で言うと現代社会とか家庭科というところが主になりそうで、そうすると、高校1年生も対象に加えなければいけないだろうし、あるいは授業における展開例といったものもあわせて整理しなければいけないのではなか。そういった御意見をいただいたということかと思っております。

これを踏まえて、少しさらにワーキングでの検討を深めたいということでございまして、今後の予定のところがございますように、当初、ことしの5月、6月ぐらいに教材の作成を終えようというように言っておりましたが、28年、それに必ずしもこだわらず、28年度中というようなイメージで教材用の議論をさらに深めていきたいというように考えているところでございます。

説明は以上でございます。

○西村会長 ありがとうございます。

本件に関して、何か御質問は皆様からありますでしょうか。よろしいでしょうか。

それでは、この件はそのようにお進めいただきたいと思っております。

本日の議論を通じまして、何か皆様方から御意見等がありますでしょうか。特にはございませんか。ありがとうございます。

それでは、最後に、事務局より、次回日程についての御連絡をお願いいたします。

○金子消費者教育・地方協力課長 次回の日程でございますけれども、6月中旬を考えてございます。また後日、日程の調整をさせていただければと思いますので、御協力方よろしくをお願いいたします。

○西村会長 それでは、本日、これにて閉会とさせていただきます。どうも皆様お忙しいところ、ありがとうございます。

どうぞ。

○柿沼委員 議論ではないのですけれども、私たち、消費者庁の関係のことをすごく心配しているのですが、板東長官、徳島へ行かれた話をぜひ聞かせていただきたいのです。

○西村会長 よろしいですか。

では、一言。

○板東長官 どうも失礼いたしました。徳島では消費者教育に関係するような取組も視察もさせていただいたので、本来、御報告をしなければいけなかったかと思えます。御質問いただきましたので、簡単にだけ御報告をさせていただきます。

3月13日、日曜日、私自身は夜に入りまして、17日、木曜日までということで、実質4日間の形で試行させていただきました。

基本的な柱といたしましては、テレビ会議とかテレワーク、さまざまな形態のものを使いながら、今の消費者庁がやっている業務について実施ができるか、どのような課題があるのか、それを今後クリアできるかということも検討していかなければいけないということが1つございます。

もう一つは、徳島の御提案の中でも消費者行政、先駆的な取組の実証フィールドとしての活用というお話が出ておりますので、徳島のおけるさまざまな取組や資源につきまして、實際上、訪問させていただいたりお話をお聞きしながら把握をさせていただいたということでございます。

今、申し上げましたように4日間行きましただけでございますので、その全体について十分な検討というのはそれで足りるとは思っていないわけでございますが、幾つかテレビ会議、Web会議システムとか、専用のテレビ会議システム、あるいはそれ以外のテレワークなども活用ながらも、幾つか課題も、例えば情報セキュリティーの関係の問題ということであったり、向くもの、向かないものとか、そういった点についての若干の感想を持たせていただきましたので、今後、そういった整理ということも必要になってくるかと思っております。

また、十分ではございませんけれども、徳島の中で例えば高校を2校訪問させていただいたり、いずれも専門高校でございましたが、エシカル消費とかの消費者教育などの取組としては非常に優れた取組などもされておりましたし、板野町の消費生活相談所や自治体の取組などで見守りのネットワークの構築や人材育成取組もお聞きをいたしました。また、県のセンターのお話もお聞きしたり、事業者団体などを訪問させていただいたりといったように、幾つか訪問の中で消費者教育とかエシカル消費に向けての取組などのすぐれた点なども把握させていただきました。

また7月に引き続きましてもう少し規模を大きくし、長期間にわたって検証、試行を行うということになっておりますので、これから国民生活センターのほうも研修やテストについての一部の実施による試行ということも行っていくことになっておりますので、そういった点も総合的に見ながら、今、政府全体としての方針として決められているところとしましては、8月末を目指して今後のあり方について結論を出すということになっておりますので、それに向けて我々としても精力的に検証、調査、試行をしていきたいというように思っております。

○柿沼委員 消費者行政の後退のないように、是非お願いいたします。

○西村会長 これで改めて閉会とさせていただきます。どうも御苦労さまでした。