

第14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

議 事 次 第

1. 日 時 平成28年6月30日（木）16：00～18：05
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) 消費者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）
 - ・全国地域婦人団体連絡協議会
 - ・公益社団法人全国消費生活相談員協会
 - ・公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会
 - ・一般社団法人北海道消費者協会
 - (2) 「消費者教育の推進に関する基本的な方針」見直しに向けた意見交換
 - (3) 第2回若年者の消費者教育に関するWT報告
 - (4) 第2回、第3回消費者市民社会普及WT報告
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、尾上 浩一、柿沼 トミ子、
河野 恵美子、島田 広、曾我部 多美、高山 靖子、出口 貴美子、
富岡 秀夫、西村 隆男、古谷 由紀子、堀内 壽夫、吉國 眞一

幹事等：公正取引委員会事務総局 磯部官房総務課消費者教育係長【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 高橋男女共同参画学習課長
厚生労働省社会・援護局 金井地域福祉課長
経済産業省商務情報政策局商務流通保安グループ 正田消費経済企画室長
【代理出席】
国土交通省総合政策局 稲山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 池田環境教育推進室室長補佐【代理出席】

消費者庁：板東長官、川口次長、小野審議官、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：公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント
・相談員協会 藤原監事
北海道消費者協会 田原教育啓発部長
5. 配布資料
 - 資料1－1 全国地域婦人団体連絡協議会
 - 資料1－2 公益社団法人全国消費生活相談員協会
 - 資料1－3 公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会
 - 資料1－4 一般社団法人北海道消費者協会
 - 資料2 「消費者教育の推進に関する基本的な方針」の見直しに向けた意見交換用たたき台
 - 資料3 第2回若年者の消費者教育に関するWT＜議論の概要＞
 - 資料4 第2回、第3回消費者市民社会普及WT＜議論の概要＞

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）

○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14回「消費者教育推進会議」を開催いたします。

皆様、御多用の中、御参集いただきましてまことにありがとうございます。

本日は、飯泉委員、齊藤委員、佐分委員、清家委員及び長谷川委員は御欠席であります。

なお、6月に審議官の異動がございましたので御紹介いたします。小野審議官です。

○小野審議官 別室から失礼します。このたび着任しました小野と申します。どうぞよろしく願いいたします。

○西村会長 ありがとうございます。

さて、本日の会議はテレビ会議システムを利用した開催ということになります。本日の進行につきまして留意点を簡単に御説明いたします。

本日の会議は、ここ共用1208特別会議室と7階の庁議室によるテレビ会議形式となっております。

モニターを御覧ください。それぞれの会場で双方が御覧いただけていると思います。庁議室には柿沼委員、尾嶋委員、消費者庁からは板東長官、川口次長、小野審議官がいらっしゃいます。柿沼委員、尾嶋委員におかれましては、議題1で御発表いただく際、私のほうから「〇〇委員、よろしく申し上げます」と促しますので、通常の会議と同じようにマイクのスイッチをオンにいただき御発表ください。

こちらにいらっしゃる発表者も同様でございます。質疑応答の際の御発言ですが、こちら共用1208特別会議室にいらっしゃる委員の先生方は、挙手でお知らせください。その上で私が御指名させていただきまして、通常の会議と同様にスイッチをオンにいただきまして御発言をいただきます。庁議室にいる方はモニターで確認できない可能性がありますので、挙手のかわりにマイクのスイッチをオンにいただき、「会長、よろしいでしょうか」とお声かけをいただきまして、指名をさせていただきましてから御発言をお願いいたします。

重ねて申し上げますが、会場双方の音声の確保のために御発言の際は必ずマイクのスイッチをオンにしてお願いしたいと思います。

なお、会場双方の音声の混雑を避けるために、発言が終わりましたらマイクのスイッチをオフにいただきたいと思います。

その他何か会議中不都合等がありましたら、お近くのスタッフにお声かけをよろしくお願いいたします。

それでは、本日の議事に入らせていただきます。

議事次第を御覧ください。これまで3回にわたりまして基本方針の見直しに向けた論点整理の一環として、国による消費者教育及び消費生活に関連する教育の施策について文科省、内閣府、金融庁、法務省及び環境省からお話を伺ってまいりました。また、消費者教育の先進的な取組を行っております都道府県・市町村についての施策として、富山県、三重県及び神戸市からお話を伺いました。

今回は、議題1で「消費者団体における消費者教育の実施状況について」ということで、全国地域婦人団体連絡協議会、公益社団法人全国消費生活相談員協会、公益社団法人日本アドバイザー・コンサルタント・相談員協会及び一般社団法人北海道消費者協会の方々からお話を伺います。

それぞれの御説明の後に質疑応答という形で進めさせていただきます。それぞれの団体の方から発表4件の後に御質疑ということで行きたいと思います。

それでは、まず、全国地域婦人団体連絡協議会からお話をいただきます。柿沼委員、よろしく願いいたします。

○柿沼委員 全国地域婦人団体連絡協議会の消費者教育への取組について発表させていただきます。以下、全地婦連と省略させていただきます。

全地婦連は、1957年創立の全国の地域女性会・婦人会の連絡組織です。現在、47都道府県の地域婦人会・女性会の連絡組織及び1政令指定都市の連絡組織が加盟しております。全地婦連は、これまでそれぞれの地域での暮らしの中で気付いたさまざまな課題に取り組んできました。消費者問題、環境問題、青少年の健全育成、社会福祉、女性の地位向上、男女共同参画、平和の問題、公明選挙等、その取組の範囲は大変に広いものです。全地婦連は老舗の百貨店であり、時代と地域ニーズに合わせ、行政とタイアップしながら活動を展開しております。

全地婦連では、暮らしで気付いた問題についてさまざまな知識を習得し、地域に役立つ活動に取り組んできました。発足当時は、暮らしの中での衛生環境を向上させるため、蝇や蚊を防ぐ方策、ごみの減量等から取り組み始めました。その後、全国組織の特徴をいかして、調査でわかった消費者問題に取り組み、その結果を全国的な運動に展開してまいりました。全国で実施したLPガスの価格調査では、寒冷地や競争の少ない地域の価格の高さが指摘をされました。また、海外でダンピング疑惑までかけられているカラーテレビの価格が国内では高い定価設定の二重価格による高止まりであることに気付き、最終的には他の消費者団体にも呼びかけ、日本国中一斉に買い控え運動を発展させた活動も行っております。その際にも丁寧に全国の会員との意見交換を重ねまして、問題への理解を得て取り組んでまいりました。これらのものも消費者教育の一環だというふうに考えております。

最近の消費者教育への取組ですが、消費者教育推進法が成立し、さまざまな場、あらゆる世代への消費者教育の重要性が再認識されております。全地婦連といたしましても、あらゆる場を通して消費者問題への関心を喚起し、地域での消費者教育へつながるよう問題提起を行っております。

一例といたしまして、参考資料の秋田県の事業を御紹介いたします。

秋田県では毎年、14の加盟郡市の団体で消費者啓発事業を展開しています。食の安全や悪質商法、生活設計、製品事故等について各分野の講師派遣の仕組み等を利用しながら開催しております。秋田県での取組にもありますように、私どもの会員は高齢者も多いことから、振り込め詐欺等の被害防止のための周知活動を全国的に丁寧に実施しております。

また、毎年全国から約2,000名が集まります全国地域婦人団体研究大会では、分科会で消費者問題を取り上げ、全国的な意識合わせを行っております。

お手元にもお配りさせていただきましたが、ちなみに今年は埼玉県大宮ソニックシティで10月20日、21日に、昨年、ノーベル生理学・医学賞を受賞されました大村智博士を記念講師に迎えて開催することが決まっております。

分科会では、消費者委員会委員であります弁護士の池本誠司先生を助言者に、身近な消費者トラブルについて参加者とともに協議を行うことといたしております。

また、全国7ブロックで開催いたしますブロック会議でも地域に合った消費者問題を取り上げております。これまで消費者教育のあり方について各分野から検討が行われてきております。対象別、テーマ別に伝えるべき課題が整理され、役立つ素材も作られ、ポータルサイトでの紹介も行われるようになりました。

しかし、残念ながら1人の人間の生涯にわたるトータルな消費者教育が行われるようになったとはまだ言えない状況ではないでしょうか。例えば、学校教育におきましても、十分な教育を受けられた人と時間数の不足からそうではない人が存在し、社会に出てからは運がよければその機会に恵まれるという状態ではないでしょうか。

そこで、私たちのような地域団体が、子供から大人までの消費者教育に地域の立場から参画しトータルな教育を目指す必要性を強く感じております。

消費者教育推進地域協議会にも積極的に参画し、地域活動の中で他世代に対する働きかけを続けることの重要性を実感しております。幸い私たち地域婦人会は、学校教育での放課後活動への参加等、学校教育ともさまざまな連携を実施しています。今後は、この活動に消費者教育の視点をより積極的に盛り込めるよう、多様な教材へのインターフェースについて工夫をしていきたいと考えております。

なお、残念ながら、私どもの会員がITの活用にも長けているわけではないことが多いことを考えますと、紙上での情報提供の必要性もありますので、私どもの機関紙のより一層の活用等も図ってまいります。

加えまして、私ども地域婦人会・女性会の強みは、学んだ幅広い知識を寸劇や紙芝居などにしてわかりやすく地域の皆様へ伝えるという活動に象徴される地域活動にあります。これらの活動をさらに強力に進めていくためにも、あらゆる機会を得て消費者教育を進めてまいります。

以上を発表させていただきますが、一堂に会しての目と目を合わせてのお互いの息遣いの感じられる会ではございません。そして、私のほうの技量不足も相まって、委員の皆様方に御理解をいただけたかどうか甚だ不安を感じております。

御清聴、大変ありがとうございました。以上で発表を終わらせていただきます。

○西村会長 ありがとうございます。

次に、公益社団法人全国消費生活相談員協会から尾嶋委員、よろしくお願いたします。

○尾嶋委員 では、公益社団法人全国消費生活相談員協会の報告をいたします。

資料1-2を御覧いただきたいと思います。

追加ですけれども、資料の中に3部ありまして、「お金の使い方」という冊子、「こんな相談ありました!!」、橙色の協会案内の冊子、こちらが私どもが持参したものでございます。

本協会の概要については、資料1-2の1ページに記載しておりますし、それから、橙色の案内を御覧いただくと御理解いただけると思います。

本協会の主な構成員は、地方自治体の消費生活センター等に勤務いたします消費生活相談員であること、それから、3か所の事務所で週末電話相談を行っているということから、消費者から寄せられる消費生活相談をいち早く把握できるという立場にあること、それが本協会の特徴の一つでございます。

本協会の行ってきた消費者啓発、消費者教育について、消費者教育推進法制定の以前と以降に分けて、その取組の一部ですけれども、御紹介したいと思います。

まず、推進法制定以前のことでございますけれども、レジュメの2ページを開けていただきたいと思います。平成13年から26年までは、内閣府及び国民生活センターの受託事業「消費者問題出前講座」を全国で開催いたしまして、講座件数が約2万件、受講者数は約82万人に上っています。この講座が始まった平成13年は、消費者トラブルが年々増加していた時期で、御存知のように、平成16年といいますのは、全国の相談件数が190万件で過去最高を記録した年度でして、いわゆる悪質商法が横行した時期でありまして、当初、消費者トラブルの紹介やその対処を主な内容として講座を行ってまいりました。

全国に7支部ありますことから、消費者行政が遅れている山間部や島嶼部へも会員が開拓して、講座を行い、その役割は大きかったと言えると思います。

また、当初、講座の対象者は高齢者が中心でしたが、次第に高齢者の周りの方々、若者、学校へとその範囲が広がり、講座内容や手法も受講者の関心を高め、わかりやすい工夫、改善などを重ねまして講座を行ってきました。

なお、2ページの真ん中にありますものは、北海道の離島で行った出前講座について会員が報告しているものですので、御覧いただければと思います。

一方、平成16年に消費者基本法が制定されまして、消費者教育が提供される権利が明示されたことから、ライフステージに合わせた消費者教育の体系化の取組を始める必要があるということで、3ページにあります小学校の高学年を対象にしたDVD、ちょっと見にくいかもしれませんが、「まさにとめぐみのおこづかいを考えよう」、あるいは、この下にあります小学校の低学年を対象にした「ぼくもしょうひしゃ わたしも消費者」を小学校の先生の御協力を得て作成しております。

この小学生の教材は、今見ましてもとてもよくできていると思っておりますが、当初は余り活用されなかったようで、この当時、小学校の受け入れはなかなか難しかったというふうにかがえます。

それから、平成21年には、今の3ページの左下にありますDVD「若者の契約トラブル し

まった！困った！だまされた！？」を作成し、先ほど紹介しました出前講座において中学校、高等学校に出向き、若者に多い通信販売や携帯電話のトラブル等をテーマとした講座でよく利用してきました。

また、これらには学校の担当者の方も活用しやすいように法律の改正とか指導案とかワークシートが付いております。

また、4ページの上のほうですけれども、「育てよう消費者知力：家庭でできる10才からの消費者教育」では、やはり小学校5、6年生を対象にして家庭科やインターネットなどで得られた知識とか情報を消費生活で活用し、問題を解決していく力を育てる、そういったことが必要であると考え作成されています。

次に、推進法の制定以降ですけれども、国民生活センターからの受託事業が終了いたしまして、平成27年度から本協会の自主事業として全相協消費者講座を始めています。消費者安全法改正によりまして、地方自治体に消費者の安全・安心の確保のための地域協議会の設置が可能になりましたことから、高齢者、障害者、若者層を対象にした講座に新たに見守りの方を対象にした講座も加えました。

そして、高齢者の周囲の方々及び福祉関係者、担い手などが利用しやすいように、一番下にあります「みんなで見守り 気づいてつなごう！」という冊子を作成しております。

そして、5ページで紹介しております「さあやってみましょう！ ロールプレイング&コント」は、選択する力や判断力を育成することが必要ではないか、それには講座で話を聞くだけの一方的なものではなく、消費者参加型の講座が有効ではないかと考えて作成されたもので、ロールプレイングやコントなど20のシナリオ例がまとめられております。

このような例を参考にしまして、講座の中にロールプレイングを取り入れたものが多くなりました。また、この冊子には一例として食育に関する紙芝居がありますが、関西支部のほうでは、5ページの真ん中にありますような紙芝居を作り、保育園で講座を開催しております。さらに、最近では堺市の受託事業として、この紙芝居の原案をもとに食と環境を盛り込んだ新たな紙芝居「やさいのきらいなタロウくん」を作成して、幼稚園や保育園で活用されています。こうした取組を契機にして、ごみの分別や省エネなど環境問題を身近なものとして考えてもらおうとした講座が保育園等で行われています。

6ページを御覧ください。6ページには、「上手なお金の使い方」の冊子を紹介しております。皆様のお手元にもワーク集をお配りしております。小学校高学年を対象にして、お金の流れを体験してお金の価値や使い方を学ぶというもので、小学校の先生の御協力を得て12例を挙げています。この冊子は全国の消費生活センター、政令指定都市の小学校、家庭科教育関係機関、図書館にも配布しております。

さらに、別途6ページの2つ並んでいる右のほうですけれども、学校関係者にもより御利用していただきやすくするために、学習指導案12例をまとめたものを作成しております。7ページはその一部でございます。

8ページですけれども、急速に変化して非常にわかりにくくなっている決済方法、支払

い方法について、「お支払いはどれになさいますか？」を作成し、見えにくくなっているお金の流れをわかりやすく説明したものです。

そして、その下にあります「消費者啓発講座入門」では、消費者市民社会に向けた消費者講座の組み立て方を提示したものです。

本協会は、推進法施行以降、自治体から消費者教育関連の受託事業が非常に多くなり、それぞれの支部で取り組んでおります。一部を紹介しますと、名古屋市の受託事業「こども消費者教室」では、イメージマップの「おつかいや買い物に関心を持とう」に基づいたシナリオとグッズを手作りいたしまして、1年間に30の幼稚園、保育園に出向いて消費者教室を行いました。

先ほども紙芝居で御紹介いたしましたが、推進法以前には余り見られませんでした幼児期の教材の作成や講座の依頼も多くありまして、幼児期からの消費者教育の必要性が高まっていると言えます。

9ページに学校の消費者教育の例がまとめてあります。小学校、中学校、高等学校など学校における消費者教育について、これまでも件数的には余り多くないものの、学校現場に出向き講座を行ってききましたが、学校及び担当者から子供たちを取り巻く消費者トラブルの実情を知りたいという要望が非常に強くありまして、そうした教育現場の声を踏まえて担当者と連携しながら、学習指導案、ワークシート、ロールプレイングの資料、CDなどを作成しております。

また、4)の岡山県に見られますように、幼児期、小学生期、中高校生期と体系立てた教材を作成したという例もあります。

10ページにはまとめと今後の取組を記載しておりますが、今、私がお話したものと重複いたしますので一つ一つの説明は省略させていただきますが、私どもの協会では消費者から消費生活相談として寄せられる生の声をお聞きし、問題解決に向けてのアドバイスを行うだけでなく、このことを広く啓発する必要があるのではないか、この点が消費者に不足しているのではないかなど、日々感じておりますことを取り上げて冊子等に仕上げ、それを実際の講座で活用していくという取組を続けております。

11ページには、これまで作成しました消費者啓発・消費者教育用の冊子をまとめておりまして、本日御紹介できなかった衣類とか食関係とか通信などの冊子もありますので御覧いただければと思います。また、ここには掲載いたしませんでしたが、数々のリーフレットも作成しております。

先ほどお話しいたしましたように、幼児期の教材作成とか講座が増加しておりますものの、まだ地域差がありまして、やはり今後は「イメージマップ」に示されたように、幼児期から高齢者まであらゆる年代にさまざまな機会をとらえて広く行う必要があります、今後も引き続き取り組んでいきたいと思っております。

また、学校における消費者教育ですけれども、学校関係者との連携をさらに強くしていく必要があります、ある支部では消費者教育担当者を講師に招いた研修講座なども実施

しております。会員が教育のプロではないこともよく踏まえ、今後も連携を進めていきたいと思っております。

以上で終わりにいたします。ありがとうございました。

○西村会長 ありがとうございました。

その次に、公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会から藤原さんをお願いしたいと思います。

○NACS 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会（通称NACS）の藤原でございます。

私が使います資料は、机の上に置いてあります資料1-3のレジюмеと、冊子の「『見えないお金』の物語」、「はじめよう！あなたから 地球のためのエシカルライフ」、「スマートセーフティ」、最後に「今日からあなたも消費者市民 暮らしをよくする12のヒント」でございます。

これからは「NACS」と申させていただきますけれども、NACSは創立28年になります。ウィークエンドテレホン相談に見られるような消費者トラブルの解決、啓発事業、また、企業や行政との連携ということを経営の三本柱としてずっと活動を続けてまいりました。啓発につきましては、設立以来27年間、学校への講師派遣とテキスト作成を続けております。

消費者問題の変遷とともに啓発に求められる内容も多様化しておりますけれども、直近のコンテンツで見ましても、資料1、プリントのほうですけれども、1ページの「2.NACSの消費者教育」のところがございます内容を御覧いただきますと、当初は契約トラブル中心だったのですが、製品安全、環境問題、最近では消費者市民ということ意識しましたエシカルライフといったような幅広い内容で取り組んでおります。

私どもは全国7支部がございますけれども、その会員がずっと続けてきた学校教育の実績というものが、資料1ページの中段がございますように、27年間で全国2,361校、受講生は延べ31万7,000人となっております。会員の構成が私どもの消費生活アドバイザー、コンサルタントとそれらと同等以上の知識を持つ会員、有資格者ということで、行政や企業、学校等さまざまな場で活躍していることがありまして、こうした消費者教育に関しましては消費生活の現場での知見というものが大変重要になってくると思っておりますけれども、その知見を生かした講義を行うことができます。

学校のほか、企業や地域の市民講座、さらには消費者教育啓発の担い手となる教員の方々や地域の見守り支援のサポーターも含めました、地域の中で周りの人たちに伝えていく方々の育成につながるような消費者教育の講師の養成講座なども行っていると思っております。

次に、消費者教育推進法に照らしてNACSの消費者教育の内容について説明させていただきます。

資料の最後のページに、消費者教育推進法の際に作られました「体系イメージマップ 領域、対象別」という図表のところ、私どもの最近作成したテキストや講座につきまして当てはめてみました。そうすると、御覧いただけますように、幼児期のところはテキスト

はございませんけれども、幼児を育成する保護者も含めまして助産師や保健師さん、子育てサポーターの皆様方への講座を行ったということがありまして、成人期までそれぞればらばらのところに書いてございますけれども、ほぼ一覧表の対象と領域にかなった内容を持っているのではないかとというふうに自分たちは考えています。

その教え方につきましても、アクティブラーニングということを重視しておりまして、消費者市民教育というのは、自分の気持ちが動けばそれをやってみようということにつながると思うのですけれども、ただ一方的に教えるだけではなくて、消費者市民としてどう理解し、実践していけばいいか、消費者、事業者、行政の三者の取組も踏まえつつみずから考えさせるというコンセプトのもとで、先進的なテキストや講座を提供していると思っております。

お手元の資料で先ほど紹介させていただきました「スマートセーフティ」、「地球のためのエシカルライフ」と「『見えないお金』の物語」、いずれもそうしたような内容となっております。昨日の消費者教育シンポジウムで、消費者教育のそうしたテキストに関する表彰式で受賞して模擬授業もさせていただいたということですが、こうした濃い内容を持つものでございます。

最後の黄色い「今日からあなたも消費者市民 暮らしをよくする12のヒント」につきましては、コンテンツのところにつきまして、配付資料の4ページに内容が書いてございます。こちらは西日本支部のほうで作成いたしました。学校だけではなくて家庭や地域で消費者市民を育成する取組の一つとして、自分たちが気付いていただく、こんなことが必要だと気付いていただくためのヒントを投げかけたものでございます。答えのあるものもございしますが、さあ、これからどうしようかということ自分たちで考えるという点で最終的に答えを出していないテキストなのですけれども、新聞等で取り上げていただきました結果、たくさんの方から読みたいので送ってほしいというようなことがありまして、4ページの下のところにもコメントがございしますが、友達とお茶を飲むときにこの本を話のネタにするとか、ひとり暮らしなのだけれども医療費の見直しなどを考えてみたいといったような声が聞かれて、私どもとしてはとてもうれしい成果を得たものでございます。

この冊子の前に西日本支部では、先ほどの一覧表にもありましたところの「入門消費者」というのを6年前に作っているのですけれども、そのときには消費者は保護されるだけではなく、自立した消費者であるべきというコンセプトだったのです。若年層向けだったのですけれども、今回は幅広い年代の方にさらにもう一つ進んだ消費者、消費者市民を目指していただくということで作らせていただきました。

幸運にもこの本はいろいろな方に手にとりいただけたのですが、消費者団体がほかの団体も含めましていろいろなコンテンツや多彩な講師を擁していることは、ほとんど知っていただけていない。一部の方に知っていただけても、さらに活用に至っていないという状況がございします。自治体の消費者教育の取組につきましても、自治体によって本当

にまちまちで、西日本支部の場合は特に空白の部分が大きな府県であることもございまして、その影響は大変大きいのです。本部も含めまして、配付資料の最後の要望として出しているところには、特に学校について教育委員会の指導主事や初任者に対し必須の研修制度を設けるとか、自治体やセンターに消費者団体とのコーディネートを行っていただけるような部署の設立等を提案しております。私どもがばらばらにお会いした行政の方、学校の先生方に、こんなコンテンツを持っているのでどうぞ使ってくださいと言っても、一度取り組んでくださった学校とかには入りやすいのですけれども、新しい学校とかにはなかなか入りにくいので、ぜひとも行政のほうでそうした仕組みを作っていただければ、各消費者団体ももっと力を発揮できるのではないかと思っております。

以上で私の報告を終わらせていただきます。

○西村会長 ありがとうございます。

それでは、最後になりますが、一般社団法人北海道消費者協会から田原さん、よろしくお願いいたします。

○北海道消費者協会 北海道消費者協会の教育啓発部長の田原と申します。私のほうは、資料1-4、横向きの資料になりますが、そちらのほうを使って御説明させていただきます。

タイトルが「消費者市民社会の実現に向けて一連携・協働で進める消費者教育」というものになります。ページ番号がございませんので、タイトルで御覧いただくページを御説明いたします。

次の「北海道消費者協会の消費者教育事業」というページを御覧ください。

私どもは、消費者協会事業、消費者行政推進受託事業、消費生活センター事業の三本柱で事業を展開しております。消費者協会事業は、一消費者団体としての事業、消費者行政推進受託事業は、北海道が地方公共団体として実施する消費者施策のうちの一部を受託して実施しているもの。消費生活センター事業は、北海道立消費生活センターの管理運営を指定管理者として行っておりますので、センター事業というものがあり、3つの事業がございます。

消費生活相談や商品テストといった事業も行っておりますが、本日は消費者教育にかかわる会議ですので、消費者教育に絞ってお話をさせていただきます。

本日は、消費者協会事業としましては、リーダー養成講座、今年実施しておりますエゾシカ連携・協働事業、消費者教育支援セミナーについてお話をさせていただきます。

消費者行政推進受託事業としましては、教育啓発セミナーの開催、消費者被害防止ネットワークの設置・促進、消費者教育推進資材の作成についてお話をさせていただきます。

消費生活センター事業としましては、消費者月間における街頭啓発、公開講座「くらしのセミナー」の開催、その他、施設見学やカルチャーナイトなどについてお話をさせていただきます。

まず、協会事業として消費生活リーダー養成講座について御説明させていただきます。

次のページの養成講座①を御覧ください。こちらのリーダー養成講座は今年で53年目を迎える講座になっております。30日間、7月から10月までを前期、中期、後期の10日間ずつに分けて合計30日間、50以上のカリキュラムを用意して実施しているものです。カリキュラムの内容はこちらに示しておりますとおり、3つ囲みがございますが、それぞれが前期、中期、後期に分かれているものです。赤色で示しております大きな領域のところですが、消費者問題・消費者政策・消費者関連法・消費生活相談について、前期で主に実施しております。具体的な内容については青いところに記載しているとおりです。

中期になりますとまたジャンルが変わりまして、ライフプラン・社会保障・食の安全・製品の安全などを中心に講義を行います。

最後の後期は、環境・エネルギー・組織運営・情報発信・消費者教育啓発などについての講義を行っております。

次のページの養成講座②を御覧ください。これらのカリキュラムを実施するに当たってさまざまな分野の専門家の方に講師を依頼しております。例えば行政ですと消費者庁、北海道、北海道警察本部、公取、北海道農政事務所、北海道経済産業局などさまざまな行政機関、また、団体としましては大学教授、日本資金決済業協会、税理士会、金融広報委員会などさまざまな団体、また、民間としましては弁護士、専門学校講師、家電メーカー、報道機関、IT関係の方など、さまざまな分野の専門家を講師にお招きしております。

講座の特徴としましては、ライフステージですと成人期（成人一般）に当たります。また、場の特性を配慮しまして、座学、ワークショップ、ロールプレイ、実験などさまざまな手法で講座を実施しております。

また、他の消費生活に関係する教育としては、環境教育、食育、国際理解教育、法教育、金融経済教育などさまざまな分野の消費者教育との連携を図っている講座となります。

先ほど御説明しましたとおり、今年で53年目を迎える講座でして、消費者問題について地域で中核となって活動していただく方を育成することを主な目的としております。これまで延べ1,500人以上が受講しております。

続きまして、エゾシカ連携・協働事業について御説明いたします。

まず、こちらはどのような団体が関与しているかというのを先に御説明させていただきますが、こちらもさまざまな方たちに連携をしていただいているものです。消費者団体としては、私ども北海道消費者協会のほか、札幌、釧路、浦河、登別といった各地域にある消費者協会、また、民間企業・団体としては、北海道新聞野生生物基金、北海道新聞社、エコ・ネットワーク、コープさっぽろなど、そういった民間企業に連携をとっていただいております。

また、教育機関としては、北海道教育大学の釧路校が文科省の助成金を得てこちらの事業に連携という形で参画しております。また、酪農学園大学からはエゾシカの専門家がおりますので、講師を派遣していただく形で協力をいただいています。

また、北海道は、後援、講師派遣、調査協力などでこちらの連携・協働事業に参画して

おります。

次のページのエゾシカ連携・協働事業②を御覧ください。

そもそもなぜエゾシカが消費者教育なのかぴんとこないところがあるかもしれないのですが、私どもは消費者市民社会というものを考える上でいい教材になるのではないかと、今年事業を展開しているところです。

北海道特有の大型哺乳類であるエゾシカというのは、今、北海道で爆発的な増加によりまして、森林・農作物の被害、交通事故などが多発しておりまして大きな社会問題になっております。一方、その肉や皮というのは貴重な資源になっております。

そこで、エゾシカと人が共存する社会というものを考えまして、循環型社会、持続可能な社会というのを考えていくために、これらの先ほど御説明しました機関が連携・協働して事業を展開していきます。

一人一人の消費者が、自分がどのような消費行動を起こせば周りにどのような影響を与え得るのかということに意識をしてもらうような形の事業を行うために、道内各地でエゾシカの連続講座や200人規模のエゾシカフェスタというものの開催、また、釧路教育大学のほうでは消費者教育の推進事業としてエゾシカの地産地消という問題を通じて消費者教育を展開することを今年モデル事業として実施しております。

また、私どもの道立消費生活センターでは、エゾシカに関連した講座を開催したり、地域における学校訪問講座でエゾシカをテーマに学校の授業の中で取り上げるなど、こういったさまざまな視点からこの問題を取り上げることによって、北海道における消費者市民社会というものを考えていく、ひいては実現していくことを目指して今年展開している事業になります。

ライフステージとしましては、学校のほうの授業でも展開していきますので、中高、また、釧路教育大のような大学生、成人一般の方たちを対象に実施するものです。

消費者教育との連携に関しましては、生態系に及ぼす影響というものもごございますのでそういった環境教育や、エゾシカ肉というのは栄養価が高いということがございますのでそういった観点では食育にも通じるものだと思っております。

続きまして、消費者教育支援セミナーになります。

こちらは、消費者教育を推進するためには学校現場における取組が不可欠になりますが、一方で教員をサポートする仕組みというのはまだまだ十分ではないのではないのでしょうか。そこで、消費者行政の一端を担う私ども消費者協会と現場を所管する教育委員会、金融経済教育を推進する金融広報委員会の三者が連携しまして、教員を支援するためのセミナーを開催しております。こちらも小中高の先生が対象になります。

また、場の特性としまして、学校教育の中では、先ほどもお話がありましたが、今、アクティブラーニングというのが重要になってきていますので、座学のみならずワークショップなど、そういったものも取り入れて実施しております。

消費者教育との連携では、主に金融広報委員会の方に携わっていただいておりますので、

金融経済教育というのがメインで連携する形になっております。

次のページを御覧ください。消費者行政推進事業の一部を御紹介させていただきます。

2の「講座の特徴」のところに記載しておりますが、北海道は広域になりますので、なかなか札幌だけというわけにはまいりません。どこに居住していても消費者教育を受けることができるように、道内各地でセミナーを開催するということが重要になってきます。また、市町村や教育委員会、地域の消費者協会など各種団体と連携していくことによって、その効果が発揮できると考えておりました、それらを実施するために上の1にごぞいますライフステージごとのセミナーを設定しております、それぞれ要望に合わせて実施しているところです。

詳細につきましては資料のほうを御覧いただくことにして、省略させていただきます。

続きまして、消費者被害防止地域ネットワークの設置促進について少しお話をさせていただきます。

皆様御存知のとおり、特殊詐欺の被害が2年連続で過去最悪の状況になっている一方、消費生活センターの現場では高齢者の相談ケースが一番多い状況が3年連続で続いております。地域において高齢者にかかわる機関・団体が連携して見守る体制作りというものが有効だと私どもは考えておりました、消費者被害防止ネットワークの設置促進というものを行っております。現在、北海道として1か所、市町村においては58か所に地域のネットワークがごぞいます。どのような機関が参加しているか、社協、民生委員などさまざまな団体が連携していることを図に示しております。

機能としましては、見守り、気付き、通報・対応というネットワークの機能がありまして、それにもたらされる効果として、消費者被害の未然防止、消費者被害の早期発見・救済、潜在化している被害の掘り起こしというものが期待される効果となります。

これらのネットワークが有効だということが、改正消費者安全法の施行によって盛り込まれたことから言えるのではないかと私どもは感じております。

次のページを御覧ください。消費者教育啓発推進のための資材作成になります。これ以外にもさまざまなリーフレット類を作成しておりますが、特に今回は若者向けのリーフレットを御紹介させていただきます。

最近ではスマホの所有率がすごく高くなっておりまして、若年層は特にトラブルが多いということで、平成27年度はスマホに特化した形のリーフレットを作成して、道内の高校1学年分7万部を全道に配布しているところです。その前の年は若年層がトラブルに遭いやすい私どもが受けた相談事例を多数掲載して、4コマ漫画などを使ったリーフレットを作成して、こちらでも1学年分全てに配布しているところです。

これらのリーフレットに現在、消費者教育のPRキャラクターを使っているのですが、平成25年度に道内在住の一般消費者を対象にキャラクターを公募しています。プロの方だとそれなりのものができ上がるのですが、私どもはキャラクターを考えてもらうこと自体が消費者教育につながると考えておりました、ネーミングからキャラクターがどういうもの

なのかというところまで考えて応募していただくということで、道内在住の消費者から70以上の応募がありまして、その中の2作品をPRキャラクターとして採用して、現在、使用しているところです。

最後に消費生活センターにおける消費者教育ですが、これらはほかのセンターでも実施しているところだと思うのですが、消費者月間における街頭啓発では、北海道は札幌市にセンターがございますので、札幌市のセンターや札幌協会、道警本部、また、報道機関などと連携して1,600人以上が来場するようなイベントを実施しております。

その他「くらしのセミナー」、親子体験教室、センター施設見学など、さまざまな消費者教育を展開しております。

最後のページになりますが、私ども消費者協会は道内に74協会ございまして、50年以上にわたる実績があります。また、消費者行政の推進受託事業では、道内全域をカバーするような形で事業を実施しています。また、消費生活センターとしては、センター・オブ・センターの機能として消費者行政の一端を担っている。これら全てを含めまして、さまざまな団体と連携・協働して消費者教育を推進していく、ライフステージに対応した事業を実施して、北海道の特性、広域であるとか消費者団体が全道各地に展開している、そういった特性を活かしながら消費者教育を実施する。これらの全てをまとめまして、北海道における消費者市民社会を構築していくための事業を展開しているところです。

私からの説明は以上になります。

○西村会長 ありがとうございます。

これまで4団体、全地婦連さん、全相協さん、NACSさん、そして、今、最後に北海道消費者協会さんと御報告をいただきました。

それでは、この4団体、どの団体でも結構ですが、皆様から御質問あるいは御意見等を頂戴したいと思います。どうぞよろしくお願いいたします。

それでは、東先生、よろしくお願いいたします。

○東委員 特に全相協さんとNACSさんにお尋ねしたいことが2点ございます。1点目は、成年年齢の引き下げとか今回の選挙などに関連したような講座の依頼とかが、現状でどの程度あるのかなのかということをお尋ねしたいということでございます。

2点目は、いずれの団体さんもたくさんの教材を作っておられるのですが、この教材作成の方針にかかわってのお尋ねでございます。これについて3つほど特にお伺いしたいのですが、1つ目が、教材を作成するときに教材の寿命といいますか、何年ぐらい使うことを想定して作られているのかということ。2つ目が、教材が古くなったときの対応の仕方についてでございます。3つ目が、今のこともかかわるのですが、なるべく古くならないような教材を作るためのコツといいますか、そういうものがあればお教えいただきたいと思います。

以上でございます。

○西村会長 ありがとうございます。

それでは、最初の部分の成年年齢引き下げにかかわる部分ですが、全相協の尾嶋委員のほうからよろしいでしょうか。

○尾嶋委員 成年年齢の引き下げに関してのそういった依頼は今のところ来ておりませんが、やはりこの問題というのは非常に重要だと思っております、今後そういった取組、若者の教材を作成していこうということで予定しております。

二十歳以上になりますと、女性の場合にはエステのトラブルが非常に多く、男性の場合にはマルチのトラブルが多いという状況があり、それが少し引き下げられてしまうとまた非常に大きな問題になってくるのかと思っております。

○西村会長 ありがとうございます。

続いて、NACSの藤原さんのほうに伺いたい。今の同じ質問ですが、成年年齢引き下げに係る啓発講座等があるかどうか、まず、その点をお願いします。

○NACS 私が把握しているのは西日本支部のほうなのですが、先方からの依頼にはまだそうしたことはございませんが、講師が出向く場合に、やはりそのことを意識して今までは二十歳までということがありましたけれども、それが使えなくなるようなことに関して注意喚起はしているというふうに聞いております。

○西村会長 ありがとうございます。

今、東委員から出た2点目の質問であります教材の寿命です。作成するときどのぐらいの賞味期限というか、考えて作っているか、あるいは、ある程度もつように古くならないような何らかの工夫が考えられて作成されているのかということです。また改めて全相協さんのほうで尾嶋委員からお願いします。

○尾嶋委員 なかなか難しい質問でして、作るときにはこの問題が大変重要だと思って作りますけれども、寿命まで考えてということは難しいかなと思います。ただ、先ほど紹介しましたように、「ぼくもしょうひしゃわたしも消費者」は平成16年～18年ぐらいに作られましたけれども、今、これを見ましても、今でもこれは十分に使えるかなというふうなことがありますので、使い方によりまして、寿命としては結構長いのではないかなと思っております。

○西村会長 続けて尾嶋委員に、平成18年に作ったものに対して、今、使えるのではないかという御意見でしたけれども、オファーのほうはどうですか。

○尾嶋委員 オファーはありませんけれども、実はそのときに、先ほどお話ししたと思えますけれども、余り活用されなかったのです。やはりまだ小学校で消費者教育に取り組める時期ではなかったのかなというふうに思いますが、今、これをまた小学校で使っても十分使えるかというふうに思っております。

○西村会長 ありがとうございます。

それでは、NACSさんのほうにも、藤原さん、お願いします。

○NACS 寿命ということに関しましては、この中で謳っている精神というのか、コンセプトに関しては寿命というのがないと思いますけれども、ここのところずっと法律の改正と

か制度が変わったりするということに関しましては、古いテキストを御要望の場合、例えばイメージマップのところにあります「入門消費者」などは大変古い、6年前だとこの世界では古い法律になってしまうのですけれども、クーリングオフのこととかも変わっているようなことは、「講師がその都度更新した内容を話してくだされば結構です」ということで先方が御了承くださって使うことはしております。ですので、寿命と言われましても、息絶えたというふうになっているものは少ないと思います。

○西村会長 ありがとうございます。よろしいでしょうか。

ほかに御質問、御意見。では、河野さんから。

○河野委員 河野です。質問をお願いいたします。

まず、全地婦連さんに御質問をされたいのは、いただいた資料の4番目の「これからの消費者教育について」の中で、中段のところに「消費者教育推進協議会に積極的に参加し」というふうに御報告いただきました。全地婦連さんのような地域に根差した団体がこの協議会に参加することはとても重要かと思っております。現在のところどれぐらいの参加がおありなのかというところを伺いたいと思います。

もう1点は、北海道消費者協会さんのほうにお伺いしたいのですが、資料の「消費者教育支援セミナー」のところで、非常に重要だと思うのですが、現場の教員支援のためのセミナーを開催されているということですが、ポスターの絵を見ますと1月に行われていますけれども、この成果といいますか、これを受けられた教員の方が具体的にもし学校での取組が広がったという事例等がありましたら伺いたいと思います。

以上2点です。

○西村会長 ありがとうございます。

そうしましたら、順番で全地婦連の柿沼委員のほうに今の消費者教育推進協議会への全地婦連からの参加状況ということでお願いいたします。

○柿沼委員 全国の婦人会それぞれ都道府県、各市などいろいろありまして、実際の細かい数字を把握しておりませんので、しっかりと正確な数字を把握した段階で御報告したいと思いますので、よろしくお願いいたします。

○西村会長 ありがとうございます。

もう1件、北海道消費者協会のほうに、繰り返しになって恐縮ですが、消費者教育支援セミナーの成果ということであります。よろしくお願いいたします。

○北海道消費者協会 消費者教育支援セミナーについてですが、こちらは年に1回開催しているものでして、申しわけないのですが、参加された教員がどのような形でそれを成果として実際の事業などに取り入れるかについては、こちらのほうで把握できていないのが現状です。

以上になります。

○西村会長 恐らく、参加者のアンケートとかそういうのは取られていますよね。

○北海道消費者協会 実際に参加した後には取っているのですが、その後のフォロー

ーアップというか、フィードバックというようなアンケートは実施していないという形になります。

○西村会長 よろしいですか。

それから、古谷委員、お願いします。

○古谷委員 4団体の方にそれぞれお聞きしたいのですけれども、消費者教育の内容が基本的に消費者市民社会に向けての教育も一部はあったのですけれども、被害防止というところはかなり注力されているかと思います。そういった被害防止教育をされるときに、例えば消費者市民社会であるとか持続可能性といったことも視野に入れた被害防止教育が行われているのかどうかということをお聞きしたいというのが1点です。

2点目としては、消費者市民社会に向けて行っていらっしゃる場所にお聞きしたいのですが、事例がどちらかというところと典型的な事例、フェアトレードであるとか、エシカルであるとか、北海道消費者協会さんはエゾシカということでかなり特徴のある事例を出されましたけれども、使っている事例が、自分たちが教材を作るときにまだまだ事例として少ないというふうに感じているのか、もっとたくさん事例が欲しいというふうに感じているのか、その点をお聞きしたいと思います。よろしく願いいたします。

○西村会長 それでは、第1の点について、講座等被害防止の問題をお話しされたり、その啓発、教育をしていくという中で消費者市民社会、持続可能な社会というところはどういうふうにつながっているかということについて、あるいは、どういう努力をされているかということをお聞きしたいのですがよろしいですか。

○柿沼委員 例えば詐欺の防止というようなことだけではなくて、消費者市民社会という言葉がまだまだ普及していない状況の中で、予防という視点を含めました観点での研修ということを実施しております。そして、そのことを私たち会員が勉強するだけではなくて、消費者市民社会という考え方に対し、これからしっかりとどの世代も取り組まなければいけないことなのだとお聞きしたいことを、自分たちもメッセンジャーになるように研修の中でとらえ、活動、研修として幅を広げております。

以上です。

○西村会長 ありがとうございます。

続けて、尾嶋委員にお願いしたいと思います。全相協さんのほうはいかがでしょう。

○尾嶋委員 全相協では、被害防止の講座というのはたくさん行われておりますが、やはり消費者市民社会ということで、まず自分が被害を受けたら、トラブルになったらどうしたらいいのかを考えてもらう。例えば学校の講座ですとワークシートを作成することが多いので、どういうふうな行動を取るのか、取ったらいいのか、記入してもらう。そして、周りの人たちはどう考えているのか、いろいろな角度から考えることが出来るような手法を取り入れています。

○西村会長 ありがとうございます。

続いて、NACSのほうはいかがでしょう。

○柿沼委員 全地婦連の柿沼ですが、よろしいでしょうか。

○西村会長 どうぞ。

○柿沼委員 先ほど、もう1点、持続可能な社会、サステナビリティのほうがありまして、答弁漏れがありましたけれども、そのことについて私のほうでは、やはり環境の視点、次の時代に社会をどう渡していくかということで、エコシティーあるいは暮らしの中の無理、無駄、そういったものをしっかりと意識しながら暮らしていくということの中で、このことは別立ての講座でかなり熱心に取り組んでおります。そのことも申し添えたいと思います。よろしくお願ひ申し上げます。

○西村会長 ありがとうございます。

それでは、NACSの藤原さん、お願いいたします。

○NACS まず、最初の消費者市民社会ということ踏まえた被害防止教育のとらえ方なのですけれども、結構学校の授業なんかで自分一人で我慢している人というのが、短大生とか大学生ではいます。そういうときに、自分が黙っているとどうなるのか、被害がもっと広がるとか、そういうようなことがあるので、まずセンターに相談しなさい、それが次の被害の発生を防ぐことになります、と伝えています。

あるいは、企業へクレームを伝える学生というのも結構いるのですけれども、その伝え方について、自分の要望を正しく伝えることができれば、企業のほうはちゃんと改善ができるのではないかとこのことを教えつつやってみたことがありますか、というふうな感じで考えてもらっています。

それから、高齢者の講座なんかですと、ここの会場に来られる方々は皆さんこれを聞いて帰るわけですけれども、来られなかった周囲の方々にも今日の話は聞いて伝える方になってくださいと、先ほどのどなたかの答弁にもありましたけれども、そういうような話しをしています。

次の持続可能性についての事例というのは、消費者として毎日起きてから寝るまでのことでいろいろな場面が考えられるのですけれども、そういったことを自分ごととして考えられるように、こうしたたくさんテキストを作っておりますけれども、一つずつ拾って、こんな小さなことがそんな大きなことにつながるのだ、というような話で展開をしております。

○西村会長 ありがとうございます。

それでは、北海道消費者協会、田原さん、お願いします。

○北海道消費者協会 今のNACSさんと似ているのですけれども、私どものほうで被害防止について消費者教育を実施する場合は、やはり一人一人のトラブルが発生したときに泣き寝入りをしてしまうと、結局次の被害を生み出してしまうということで、どんな些細なことでも消費生活センターなどに相談をしていただきたい。その相談一件一件というのが貴重な情報であって、それが何十件、何百件と集まったときに行政処分、業務停止命令などで不公正な取引を行っている事業者は淘汰されていって、結果的によりよい社会が作り出

されるというお話は、特に若い層にはしています。

高齢者にはそこまでのお話はできないのですけれども、やはりこういった消費生活センターというのを知っていただいたら、何か周りの方がトラブルに遭ったときはぜひ御紹介をしていただきたいというお話をして、周りの方への意識というのも少し取り入れるような形でお話はさせていただいています。

持続可能な社会についての事例なのですからけれども、私どももエゾシカというのが最初消費者教育にどう結びつくのかぴんとこなかったのが正直な部分なのですからけれども、物の見方といいますか、視点を変えるとこれは消費者教育に結びつくというのがありまして、今回取り入れているところなのですが、やはり地域に根差したというか、自分の身近な問題というのを消費者教育に取り入れたほうがより理解が深まるのではないかという意味では、そういったいろいろな視点を持つということが大切ですので、いろいろな事例を見て、それが私たちの地域に合致していれば、それを取り入れていきたいと思っておりますので、事例はたくさんあったほうがいいかというふうに思っております。

以上です。

○西村会長 よろしいでしょうか。

そのほかに御意見、御質問等は。では、順番に、尾上委員、お願いします。

○尾上委員 尾上です。

北海道消費者協会さんにお伺いしたいのですが、1点目は消費者生活リーダー養成講座の件です。

充実した講師陣とカリキュラムを用意され、また、年間約30名という多くの人数のリーダー養成をされているのですが、ここには地域で主役となって活動する方の育成ということを書かれています。どういった団体とか職種の方が参加され、また、その後のフォローアップはどうされているのかというのが1点目。

2点目は、消費者教育のリーフレットを高校1年生に全道で配布されているということですが、配布物の活用方法とその効果をお教えいただければと思います。よろしく申し上げます。

○西村会長 繰り返しますが、お願いいたします。

○北海道消費者協会 消費生活リーダー養成講座についてお話をさせていただきます。

こちらのほうは、メインになるのが地域で消費者活動を実践していく方たちの育成ということにはなっているのですけれども、最近では消費生活に特に関心の高い一般消費者とか、消費生活相談員になりたいというふうに考えている方の需要もあります。実際に参加される方は、日中の10時から3時という時間帯に出て来れる方が多くなりますので、主婦の方や、実際に既に消費者協会とか消費生活相談員として業務や活動を行っている方というのが参加されているケースが多く見られます。

フォローアップについてなのですが、消費生活相談員の有資格者が地方公共団体で相談員を行うのが一番理想なのですからけれども、なかなか有資格者を確保できない市町村が北海

道内には多くございますので、消費生活リーダー養成講座の修了生で希望のある方を、北海道が運用しています消費生活相談員人材バンクというものに登録できる資格がこの養成講座の修了生はございます。ですので、そこに登録していただくと市町村のほうで相談員の募集があった場合に照会をかけていただいて、登録されている方を御紹介するというような形がありますので、そういった意味では一つのフォローアップになっているかというふうに思っております。

また、先ほども少しお話がありましたが、どうしても講座の内容というのは鮮度があがって、だんだん情報が古くなってきますので、フォローアップという意味で年に3回養成講座の修了生などを対象にした研修講座も実施しているところです。

また、消費生活相談員や消費者行政の職員を対象にした研修についても、こういった消費生活リーダーの養成講座の修了生なども受講の対象にしているケースもございます。

○西村会長 リーフレットの配布、活用状況についてはどうですか。

○北海道消費者協会 具体的な活用状況について学校のほうから御報告いただいているケースは少ないのですが、授業の中や総合的な学習の時間の中で活用していただいているところがありまして、実際に1学年分しか配布していないのでほかの学年の分も欲しいというような要望も受けているところです。

○西村会長 よろしいですか。

では次に、高山委員。

○高山委員 高山でございます。

主にNACSさんと全相協さんにお伺いしたいと思います。大変すばらしい教材、ツールをお作りになっておられる、また、質的にもどんどん高くなっていると感じているところですが、主にどうしても紙媒体、いわゆるテキストの冊子だったり、リーフレットだったり、資料を拝見しますと中にはDVD等もあるようでございますが、ホームページからダウンロードできるようになっているにしても、どうしても平面的なものが主体となっているというのが現状だと思うのです。やはり今後のことを考えたときに、デジタル教材がもっと進化していてもいいと思いますし、オンライン教材、eラーニング的なもの、そういったセルフ学習ツールも含めて、あるいはスマートフォンでのいろいろな情報提供等々を含めて、この辺がすごく期待できるのではないかと素人なりに考えてしまうところなのですが、紙媒体ならではのメリットがあるのか、あるいはいろいろ検討されたけれどもやはり紙媒体になるということなのか、その辺のところをお聞かせいただければと思います。

○西村会長 それでは、NACSさんのほうからということではよろしいですか。藤原さん、お願いします。

○NACS 紙媒体に関しましては、すぐ古くなってしまったり、費用がかかるとかいろいろな問題点はあるのですが、学校のような場合だと、プレゼンテーションはパワーポイントとかでできましても、私どものテキストでワークシートをよく取り入れているのですが、そういったものを子供たちに書かせるとか、ITのツールを使った授業もご

ざいますけれども、書かせて考えさせるとか、そういった効果というのは高いのではないかと考えております。

ただ、ホームページに関しましては、先ほど東先生のときに答弁し忘れたのですけれども、この「『見えないお金の物語』ですと、冊子のほうも版を重ねて第5刷改版というふうに新しい情報を盛り込んでいるのですけれども、それを逐次紙でお配りできたところに、もう古くなっていますといったときにホームページから新しいものをダウンロードできますという御案内ができるので、本当にいいメリットはたくさんあると思うので、これからは併存させて、ここの一覧表のところにも「ケータイやスマホを安全に使おう」というCDを作りましたけれども、これは紙芝居のような形で教材が入っているのですけれども、そういうビジュアルみたいなものも両方で進めていくのではないかとこのように予測しております。

○西村会長 NACSさんの場合は、講師派遣とセットになってテキストを作るということをやっとやってこられましたよね。だから、この資料を作って、それを実際に話しに行く。だから、どうしても紙媒体になりがちだということはあるのではないかとこのように思うのですが、いかがですか。

○NACS それもでございますし、それ以外でも、講師派遣事業を使わない場合は、テキストの必要部分だけをコピーして持って行ってやるということもしておりますので、在庫がなくなってしまうと授業ができないというような状態をなるべく避けたいというふうに取り組んでおります。また、教育の現場では、教員の皆様が紙媒体を必要とされる実態がございます。

○西村会長 ありがとうございます。

それでは、全相協の尾嶋委員、いかがでしょうか。もちろん紙媒体でメリットもあるだろうけれども、デジタル化ということについてどう考えるかということ、お願いします。

○尾嶋委員 私どもの協会では冊子等の紙媒体のものを非常に多く作っておりますし、それもページ数が結構厚いものです。細かい部分までここに盛り込もうということで自主研修会等がやっておりますので、やはり紙媒体が主になるのかというふうに思っております。

DVDも学校を中心に幾つか作っておりますけれども、今後はそういったデジタル教材も考えていかなければいけないのかと考えております。

○西村会長 ありがとうございます。

それでは、吉國委員の手が挙がっていたかと思うので、よろしく申し上げます。

○吉國委員 これは質問ではございませんが、先ほど北海道消費者協会の方から地方で金融広報委員会と連携されているということを知りました。金融広報、金融教育に関しまして、私どもの組織が消費者協会の方等にお世話になっているということについて改めてお礼申し上げたいと思います。

もう1点、成人年齢の引き下げについて話がありましたが、金融教育の観点から申し上げれば、実は成人年齢の引き下げにかかわらず18歳に対する教育の必要性は一段と高まっ

ています。と申しますのは、確定拠出年金というものが最近導入されていて、特に法律が改正されてこれから広まっていきますけれども、これを行う場合には自分でポートフォリオを決めなければなりません。そうしますと、例えば18歳の人が高卒で就職した会社が確定拠出年金をやっている場合には、あなたは幾ら株を買いますか、投資信託を買いますかと選択を迫られるわけです。その段階で知識がないと適切な選択ができないこととなりますので、こうした時代の変化を考えますと、成人年齢の引き下げにかかわらず若い人にきちんとした教育をしておかなければいけないということだと思えます。

○西村会長 御意見としてでよろしいですね。

では、最後もう1件ということで、島田委員、お願いします。

○島田委員 私も意見です。私も古谷委員のお話にありました消費者被害防止と消費者市民教育的なもの、やはりこれは融合していく必要があるというふうに感じております。今日お聞きして、それぞれが非常に素晴らしい発展を見せていて、素晴らしい教材ができているというふうと思うのですが、どうしてもそれはそれ、これはこれという別々な形で行われているというふうな印象があります。

結局両方つながっていると思うのです。自分の日々の消費を冷静に見詰める目を持つということだと思えるのです。それは結局、自分の消費が環境とか地域とか社会に役立っていくのかということを見詰めることでもあり、また、自分の消費が他者からの自分の衝動に働きかけるいろいろなマーケティング手法によって流されていないかということを見詰めるということでもあり、そういうことを日々積み重ねていける消費者になっていくということが将来の消費者被害防止にもつながっていくし、消費者市民社会の形成にもつながっていくということだろうと思うのです。それをぜひとも融合させる方向で取組を進めていただければと思います。

以上です。

○西村会長 ありがとうございます。その点は、今後新しい教材開発とか、また、講座展開等でそれぞれ今日の4団体に限らず検討していきたいと思えます。皆さん、ありがとうございます。

それでは、議題の2へ進みたいと思えます。「消費者教育の推進に関する基本的な方針」の見直しに向けた意見交換ということでお願いしたいと思えます。資料2になります。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2に基づきまして説明をさせていただきます。

基本方針の見直しに向けた議論をこれから1年間ぐらいかけて第2期の推進会議として行っていくわけなのですが、そのスケジュールをどう進めていくかということと、次回以降議論を本格化させるに当たってどういった視点を重視すべきかどうかとか、そういったことについてフリーディスカッションのような形で意見をいただければというのがこの議題の趣旨ということでございます。

まず、スケジュールについてということでございますけれども、1ページ目の下の部分に参考として、現行の基本方針の中で見直しのスケジュールについてどう書いてあるかということに記載してございます。この中でおおむね5年ごとに基本方針に検討を加え、必要があると認めるときはこれを変更するものとするとなっております。現行の基本方針は平成25年6月に作られていて、平成25年度から29年度までの5か年間を想定して作られているということで、次期基本方針というのは30年度以降の5か年を想定するということですので、29年度中にそれを作るとすると、この推進会議の任期である6月のうちまでに少なくとも次期基本方針に向けての論点整理までは行っておく必要があるのかというイメージでございます。

加えて、その下に書いてございますけれども、3年を目途に中間的な見直しをさせていただきますので、ちょうど今年が3年目ということでございますので、年内いっぱいぐらいをかけて中間的な見直しに当たるフォローアップをする必要があるのかというイメージです。

これを踏まえて考えてみたスケジュールというのが3ページ目のところでございます。これを見ていただくと、本日、消費者団体の方からのお取組状況の御発表をいただいたのですけれども、次回、事業者の方の発表についてまだ行っておりませんのでこれを想定しておりますけれども、こういった取組状況のヒアリングを行うことに加えて、それと並行して実施状況のフォローアップとして、このスケジュール表の右側のところがございまして、都道府県の計画の進捗状況の調査を行ったり、それ以外の基本方針に基づく施策の実施状況についてフォローアップ調査を行い、それを年末までに取りまとめて、それに基づく議論を12月までに行うというイメージです。

そういったフォローアップ調査の結果も踏まえながら、残りの2回ぐらいをかけて6月ぐらいまで論点整理をしていくイメージかと思っております。

それがスケジュールに関することで、もう一つのそのときにどういった論点について特に議論しなければいけないかということで、粗々のたたき台のイメージで作ったものが2ページ目のところでございます。今後5年間を踏まえて特に強化をしなければいけない分野が何かとか、そういう観点で考えていくのかということで3つほど書いてございます。

1つは、先ほどの議論の中にもございましたけれども、成年年齢の引き下げに関する議論が並行して行われつつある中で、それへの対応をどうするかということで、特に若年層への消費者教育を強化する必要があるのではないだろうかということです。

現在、ワーキングのもとで高校生向けの教材について議論を進めておりますけれども、他の学年をどうするかということも含めてどういったことを議論していかなければいけないかという視点が1つ目でございます。

もう一つは、特に強化する必要があるのではないかという分野についても考えておく必要があるのかということで、1つは、例えば金融商品の複雑化とかそういうことを考えたときに、特に金融経済教育と消費者教育の連携を深めていかなければいけないのかという

ことであるとか、あるいは、契約関係のことについて重きを置かれてきていて、それで安全の部分の教育が十分に行われてきたかどうかというふうな反省もございますし、加えて特に今の若者の被害の状況を見たときに、ネット関係のトラブルというのが多くございますので、そういった意味で情報関係の取組が十分であるかというふうな視点もあるのかというイメージです。

3点目としては、「視野を広げる」と書いてございますけれども、最近特に話題になりつつあるような話を現行の基本計画の中で十分取り入れているのかどうかというふうな視点での見直しも必要なのだろうということで、1つは、先ほどの議論の中でも少し出てきましたけれども、倫理的消費に関するもの、そういった取組について加えることがないかどうかということ。

もう一つは、②と重複しますけれども、情報関係の内容。

さらに、最後のところで「多様な主体による消費者教育のあり方」と書いてございますけれども、例えば障害者に対する消費者教育であるとか、外国人対応ということで外国語による教材とか、そういったのも最近出てきつつありますけれども、そういった取組について何か記載すべきことがあるかどうか、そういったことを考えてございます。

この論点にかかわらず幅広くこういうことを検討すべきということをお議論いただければと思っております、この資料の最後に基本方針の概要を添付してございますし、また、机上配付の前期の取りまとめの冊子にございますけれども、その205ページ以降に現行の基本方針の本体もございますので、そういったことも参照しながらフリーディスカッションの形で御議論いただければと思います。

以上でございます。

○西村会長 ありがとうございます。

それでは、ただいま御説明をいただきましたけれども、これまで関係省庁、地方公共団体、本日は消費者団体4団体さんからヒアリングを行ってきたわけですが、今、事務局のほうから今後の重点事項ということでその案が出されたわけですが、それらをベースにしながら、今日は第1回目の意見交換ということになります。フリーディスカッションということでお願いしたいと思います。

その一つのきっかけになるかどうかわかりませんが、私なりに申し上げますと、第1期の推進会議からこの第2期ということに議論が発展してきておりますので、その辺を少しだけお許しいただければお話しさせていただきたいと思っております。

第1期では、消費者市民育成ということで、小委員会を作りました。そして、情報活用促進委員会というものを小委員会として作りました。それから、地域連携の推進ということで地域連携推進の小委員会を作りました。この3つの観点から消費者教育の推進ということを見てきたわけですが、それが実際にどうなっているかということをお改めて検証しつつ基本方針に照らして、どこができて、どこができていないのかということをお考えていく必要があるのではないか。例えば、基本方針では消費者教育の推進の内容に関する事項の中

で、1つ典型的な事例で言いますと、消費生活センターというものについて消費者教育推進の拠点化ということが言われてきた。推進法ができて、基本方針ができて3年経って、実際に拠点化できているのかどうかということ、あるいは、それが非常に難しいとすれば何が足りないのかということを考える必要があると思います。

それから、同じく基本方針の中にあります高齢者、障害者等への見守りと消費者教育は、今、課長から御説明があった障害者に対するターゲット、あるいは外国人に対する消費者教育の展開というのも充実させていく必要があるだろうというふうに思います。

さらには、地域連携のところで出てきていた問題としては、コーディネーターという話がずっと検討されてきたわけですね。地域連携をしていく鍵になるような人をどう育てていくのかということが論点になっていた。現に既に幾つかの自治体ではそういう方を、名称こそ違っててもできているところもある。これを広げていくにはどんなふうに工夫することが必要なのか。前後しますけれども、情報活用のところで言えば、ポータルサイトでしょうね。これは、別に委員会を作ってワーキングで検討していただいていますけれども、情報活用どういうふうに進めていくのかということが挙げられるかと思います。

また、これは最もベースになるところであります。先ほど来意見交換の中でもありましたけれども、被害防止と消費者市民社会、あるいは持続可能な社会をどうつなげるかということ、つまりは、消費者市民を作っていくというようなことを、基本方針の表現で言いますと、消費者市民社会概念の研究・普及というふうになっているわけですね。これがどれだけ進んできて、これについて検討が進められてきたのか。いわば一つのお題目のようにどこの自治体、団体も「消費者市民社会」の語を使うようになってきている。しかし、それが実際に定着とか住民の意識につながっているのかというようなことも考えなければならぬところかと思うところです。

縷々述べさせていただきましたけれども、思いつくままで恐縮ですが、皆さん方からの御発言をいただきながらフリートキングを進めさせていただきたいと思います。よろしくお願いたします。

御発言のある方は挙手あるいはお声かけのほうをお願いいたします。

大竹会長代理からお願いします。

○大竹会長代理 大竹です。

今、ここに今後5年程度で検討する事項ということで事務局のほうから3点ほど挙げていただいたのですが、これもすごく重要ですが、私はこれが独立してあるように受け取ってしまったのです。多分そうではないと思うのですが、私も1期からずっと係わってきた中で、特に前年度はセンターの拠点化とか、それから、私は情報のところをやって、それ以前はもっと学校教育など、いろいろなところを検討させていただいたのですが、特に今、学校のほうでは、中教審なんかは学校の中だけで教育が行われるのではなくて、「チーム学校」として地域のさまざまなソースというのでしょうか、そういうものも使いながら学校教育を充実させようという方向が出されているところですが

も、この消費者教育におきましても、例えば消費生活センターの拠点化というのは、地域の学校と地域にあるそうしたセンターとがまさに連携・協力して、そのセンターがもしかしたら「チーム学校」の中の一員としてかかると、さらに学校の消費者教育は進むのではないかというふうに思っております。

と申しますのは、私は特に家庭科をしてきたのですけれども、家庭科というのは、例えば高齢者や若者との交流なんていう学習もあるのですけれども、その場合にはやはり学校の中だけではできなくて、地域との連携というのは非常に重要になってきます。そういうところでも、消費者もまさにそうかと思うのです。

そういう意味で、提案されたものがそれぞればらばらにあるのではなくて、あるいは、これまで議論してきたものがばらばらにあるのではなくて、ぜひそういう連携を図ってさらに充実するような方向を考えていきたいと思っています。

以上です。

○西村会長 ありがとうございます。

島田委員、お願いします。

○島田委員 見直しを進めていく上で、基本方針で掲げた課題はどれがうまくいって、どれがうまくいっていないのか、うまくいくための課題は何なのかということを考えるときに、これまでのヒアリングというのは一通りいろいろな分野についてざっとお聞きしてきたわけですが、今後の課題を考える上では、うまくいっているところはどういうところがあるのかを少し拾っていただいて、そのうまくいくための鍵は何だったのだろうかという検討が必要なのかというふうに思っております。

今日の御発表でも、北海道消費者協会さんの教員支援のセミナーなどは非常にうまく取組だなどと思いましたが、各地いろいろな取組というのはあるのだと思うのです。そういう中でそれをやることによってどういう効果が地域に生み出されているのかというところまで少し掘り下げて何か調査ができるようなところがあれば、そして、それを進める成功の鍵は何だったのだろうかというところの検討資料があれば非常に大きな今後につながる材料になるのではないかと思います。

○西村会長 進め方ということですね。ありがとうございます。

出口委員、お願いします。

○出口委員 出口でございます。

低年齢化ということで、若年者の消費者教育の強化というところの中で、1つ基本的なことをお聞きしたいなと思っていましたのですけれども、消費者教育のスタート、消費者というのは大体何歳というか、どれくらいの子供たちを対象としているのかというのが1つです。文科省は、小学校から教えていくというのはもちろんそうなのですが、幼児教育の中にどれくらい取り入れていくかということが、わかりません。小児科医としても、子供の脳の発達を考えたときに、数を数えられて、平仮名が読めてきてというようなことがあるのが年長さんぐらいの年なのです。そうすると、小学校に向けてランドセルを買い

に行きますよというような現実の消費ということが目に見えてきて、親と検討するというようなことが始まるわけですが、日本の文化の中でお金を教えるということが大体どれくらい、平均的に何歳で行われているかというのは非常に疑問です。

諸外国に比べて日本は遅いと思う点は、脳の発達の検査をするときに、外国の検査法を用いると、小学校に入る前の子供たちはコインがわかっていないと知的に落ちるといふ点数になるのですが、日本だと教えていない、教えないというところからで、その辺の日本の文化も含めまして、消費者教育推進の中の最初のスタートとして定められているかどうかということも含めて曖昧です。それが定められているとすると、文科省だけではなく厚労省、いろいろな保育園協会、幼稚園、そういうところの団体も含めて消費者団体と一緒にやっていけるのかというふうに思いました。

○西村会長 ありがとうございます。

私がお答えしていいかどうかわかりませんが、消費者というのは生まれてから死ぬまで消費者だということで我々はとらえていて、イメージマップを作るときにも幼少期というのはスタートになっていて、高齢期までいわば螺旋状に力をつけていくということでありまして、私、ちょうど姫路市の教育委員会の仕事を引き受けていますが、明日、姫路市の消費者教育指針の作成委員会第3回目があるのですけれども、それは幼稚園の園長先生も参加しています。それから、小学校、中学校、高校ということでトータルでとらえていこうという形であります。消費者教育の教材の中にも初めてのお使いとかさまざまな取組がありまして、まさにおっしゃるとおりで、小学校からということに限っていることではございません。

○出口委員 今日ヒアリングでお聞きした内容からすると、充実度というか、いろいろな形でやっていच्छるとは思うのですけれども、現場にいる中ではなかなか見えてこない部分ではあるので、そういう意味では各省庁、厚労省、文科省の連携のもと、保育園などでの事故予防のことも含めて消費者庁としてももう少し現場で目に見えるような形で進めていただき、教材なんかの充実もぜひお願いしたいと思います。

○西村会長 ありがとうございます。

吉國委員のほうから。その後、富岡委員ということで。

○吉國委員 今のお話にも関係しますが、この中で消費者教育を強化する必要のある分野に金融経済教育と消費者教育の連携を入れていただいたら大変ありがたいと思っております。

それに関連しまして、たまたま私どもで先週、「金融リテラシー調査」の結果を公表いたしました。これは我が国で初めての調査でございまして、さまざまな結果が出ています。特にセグメント別とか都道府県別の分析も出ていますので、これから連携を強めていくに当たって大変役に立つと思います。

さらに、昨日、「子どものくらしとお金に関する調査」という、子供たちの金融に関する知識がどの程度あるかということを示す調査の結果も発表しました。こういった調査結

果もこれからの連携については役に立つと思います。ホームページで御覧いただけますので御活用ください。

○西村会長 情報提供ということで、ホームページからダウンロードできますので活用してくださいということでございます。

では、富岡委員、お願いします。

○富岡委員 富岡でございます。

先ほど島田委員からお話が出たことに関連しているのですが、センターの拠点化とコーディネーターの育成はすごく関連していると思うのです。それで、島田委員からは、いいところについてはどういうところか、というお話がありましたけれども、もちろんそれも大事だと思うのですが、自治体によって非常に温度差があると思うのです。そういう点では、逆に言うと非常に進んでいない、拠点化ができていないところは何が原因でその出来ていないのか、それを調べて、進んでいないところが今後進めるためにはどうしたらいいかということを考えないといけないと思います。

そういう点では、消費者庁の都道府県の計画の調査というのがありますけれども、ただ単に計画を作ったか作らないかだけではなくて、中身の調査と内容の調査をやらないと、ただ計画を作ったかどうかを調べたところであまり意味はないのではないかと、もちろん計画がなければ困りますけれど。ですから、実施にどういうふう結びつくような計画になっているかというのも、ぜひともこの辺は調べていただきたい。

それから、私自身も各地に行くことはありますけれども、消費者庁が拠点化やコーディネーターの育成が進んでいないところを、都道府県の方に来ていただいてどうして進まないのか、何が原因で進めないのか、その辺をヒアリングして、国として、消費者庁として何をすべきかということ把握していただきたいという気がします。

以上です。

○西村会長 ありがとうございます。

消費者庁から、課長、何かコメントをお願いします。

○金子消費者教育・地方協力課長 いただいた御意見を踏まえて調査等も設計したいと思っておりますし、今後の論点等でも考えていきたいと思っております。御意見をいろいろといただきましてどうもありがとうございます。

○西村会長 今のことのつもりだったのですが、そういうヒアリングという、先進事例を集めるということを消費者庁はずっとやってきていますよね。先進事例に対してどういう言葉かわかりませんが、ヒアリングするのは難しいとは思いますが、まだ進まないところをなぜ進まないのか、何が壁になっているのかということ掘り下げて、この会議の委員で共有していくというようなことを富岡委員は多分おっしゃっているのだと思います。

○金子消費者教育・地方協力課長 それも踏まえて、なかなか進んでいない事例としてヒアリングを受けるといのはやはり抵抗があると思うので、また別のやり方を考えなけれ

ばいけないかもしれませんが、何がネックになっているかという原因を突き止めていくということは大事だと思いますので、それはできる限りやってみようと思います。

○西村会長 富岡委員。

○富岡委員 ここに来てヒアリングするとなると、何もできていないところは来にくいでしょうから、逆に言うと、推進会議のメンバーがその自治体に行ってお聞きするという形だったら向こうも受け入れやすいのかなという気がするのですけれども、御検討していただけたらと思います。

○西村会長 古谷委員、それから堀内委員、高山委員と、予定の時間を45分までということで見積もっているのですが、一言ずつ御意見をいただきましょう。

では、古谷委員。

○古谷委員 では、簡単に3つの視点で。

まず、1点目の重点的な取組ですが、1つ入れてほしいものがあります。例えば、今、ビッグデータの活用ということで、実は消費者といいますか、個人のプライバシーがかなり問題になっていると思いますので、情報教育と言っていいのか、リテラシーと言っていいのか、がありますが、その観点の項目が1つ要るのではないかと思います。

また、重点項目として、例えば倫理的消費を入れるのは構わないのですけれども、従来これは持続可能な消費というふうに言っていたので、別立てにするのではなく、それと関連付けて進めていくという形にしてほしいというのが1つ目です。

2点目として、障害者の問題であるとか、幼児の問題であるとかが出されましたが、いま一度対象者というところをしっかりと見直す必要があると思います。例えば幼児であるとか障害者の場合、場合によっては対象者として保護者も考える必要があり、今まで消費者教育推進会議ではそこまで視野に入れた取組をしてこなかったと思うので、それらの観点も視野に入れて対象をどうするのかという見直しが必要になるのではないかと思います。

3点目ですが、基本方針、法律もそうですが、さまざまな主体が消費者教育に取り組むという形で進められるようになっており、それぞれの連携が必要だとしております。しかし、それぞれの特性を生かした役割分担はどうなのか、あるいは具体的な連携はどうあるべきかという観点は、実は十分詰め切れていないのではないかと思います。連携といっても国と消費者団体、あるいは事業者の連携もあるでしょうし、国の中の各省庁の連携もあると思うのです。そういった意味でできているのか、できていないのか、あるいは今後どういうふうに取り組めば消費者教育が進んでいくのか、そのような各主体間の関係性といったところの見直しをぜひお願いしたいと思います。

以上です。

○西村会長 それでは、今、4人ぐらい手が挙がっていましたので、一、二分でお願いいたします。

堀内委員。

○堀内委員 中学校の現場ということで。先ほど議論の中で進んでいるとか進んでいない

というようなお話がありましたが、子どもは学校現場で一生懸命学習指導要領に書かれているところを具現化しているところがございます。そして去年、1回目と2回目の本推進会議で前任校の学校の実践をお示しさせていただいたわけでございます。これが「進んでいるのか、進んでいないのか」「進んでいる、進んでいない」の基準を教えていただけたら大変ありがたいと思っております。

以上です。

○西村会長 尾上委員。

○尾上委員 意見としては出ておりましたが、現行の基本方針にもありますように、他制度の検証の度合いが見えないと何も評価できないと思いますので、まずそこをお願いしたいというのと、ここにもありますように、都道府県消費者教育推進計画等、そういうのがしっかり実施されているのかどうかというのは知りたいところで、最終的には行政とのかかわり、行政の取組がすごく大事だと思いますので、それが無いのに地域でやれるかというのは難しいと思いますので、その辺の検証をお願いしたいということと、先ほども大竹委員から出ていましたように、地域学校協働本部というのが文科省のほうで設置・推進されていますので、そこのかかわりというのはそこそこ大事な部分になっていくと思いますので、そこがうまくミックスされたらいいなと思います。意見です。

○西村会長 ありがとうございます。

高山委員。

○高山委員 簡潔に2点申し上げたいと思います。

この検討に当たって今後5年を少し視野に入れるということで挙がってきている、特に2つ目、消費者教育として強化する分野、特に金融と情報というのは、まさに今、本当にホットなテーマでありまして、これからもフィンテックの領域の進展などもあり、いろいろな消費者被害等を含めて強化が必要な領域だと思っております。

しかしながら、ともすると消費者市民社会というところのとらえ方とうまくかみ合いにくいところがありまして、この領域だけを強く取り上げ過ぎると消費者市民社会と離れていってしまう、むしろ消費者被害の未然防止が強く出てしまうので、その辺はぜひ注意をしていただきたいと思いますと思っております。

それから、全く大きなマクロの視点からとらえたときに、特に3番目に関連してくると思うのですが、今、高齢化社会、一億総活躍、リタイアした元気な高齢者が増えていくという中で、地域社会の中でよりよく活動いただける、そういうリソースはいっぱい出てくるのではないかと思っておりますので、先ほど出てきましたセンターの拠点化、そしてコミュニケーターの育成、そういったところもこれらの世の中のトレンドとあわせて考えていく必要があるかと思っております。

あわせて、もう一つ対極にある問題として貧困格差という問題があります。いわゆるコミュニケーションから隔離され、かつ情報からも隔離されている消費者もボリュームとして増えてきているという大きな動きもありますので、この辺も今後どうしていくのかとい

うところも一つ検討の素材になるかと思っています。

もう1点、小さなテーマではありますが、安全に関してアレルギー関連の、今回法制化されたというアレルギー疾患対策基本法というのもございますので、この辺も少し踏まえて安全の中でどうとらえていくかというところも視点になるかと思います。

いろいろ申し上げまして済みません。

○西村会長 皆さん、御意見ありがとうございました。

ほかにございますか。尾嶋委員、どうぞお願いします。

○尾嶋委員 2点。先ほど大竹先生からお話がありました学校と地域の連携というところですけども、私もそれには大賛成です。やはり自分が居住している一番身近な消費生活センターがどのような仕事をしているのか、実際にトラブルに遭った場合の相談先ということでもありますので、地域の消費生活センターと学校の連携というのは非常に重要だと思っております。

以前から消費生活センターの拠点化が進まないということに関して、消費生活センターは相談業務と消費者教育は両輪だというふうに言われているのですが、やはり現在の相談員体制では、相談業務が主にならざるを得ず、全般的に消費生活センターの体制をさらに充実させることが、拠点化を進めていくのに大切なのではないかと考えております。

もう一つ、幼児からの金銭教育ですけども、先ほど出口先生からもお話がありましたが、電子マネーなどによりお金が見えなくなっているという状況が加速しています。幼児期の金銭教育というのは、見えなくなっているお金という状況を踏まえ、より重視していかなければいけないのではないかと考えております。

以上です。

○西村会長 ありがとうございます。

時間の関係がございますので、まだこの後ワーキングの報告が2件ございます。意見交換はここまでということにさせていただきます。

申しわけありませんが、6時5分終了ということで5分間の延長を御容赦ください。

基本方針の検討につきましては次回以降も続けてまいりますので、よろしく願いしたいと思います。

それでは、議題3、若年者の消費者教育に関するワーキングチームの報告でございます。5月20日に検討会を開催したということで、簡単な報告で恐縮ですが、座長の東委員から5分程度でお願いいたします。

○東委員 それでは、簡単に報告をさせていただきます。

開催日時、ワーキングのメンバー、オブザーバーはそちらに。

○西村会長 資料3ですね。

○東委員 資料3でございます。そちらに示してあるとおりでございます。こちらの委員で曾我部委員、富岡委員もワーキングのメンバーということでございます。

議論についてですけども、基本的に第1回のワーキングチームからの報告を先回の消

費者教育推進会議のほうでさせていただきました。ここでいただきました御意見などを踏まえて再度検討したということでございます。

検討内容につきましては、そちらにあります教材の位置付けの確認、それから、完成・配布時期、体裁、具体的な内容等々でございます。

教材の位置付けの確認についてでございますが、作成主体は消費者庁とする。また、対象についてですが、前回高校2年生向けの自習用というようなことを想定しておりましたけれども、御意見を踏まえまして、高校1年生の段階で配布して授業で使える、ただし、自習用としても活用できるような設定をするということでございます。教師用の解説書もあわせて作成いたします。

また、若者を取り巻く社会情勢の変化を踏まえるということで、こちらは先ほど教材の寿命のことも少しお尋ねしたところでございますが、いわゆる情報関係、スマホのこととか金融商品のことなど非常に変化が激しいものにつきまして、何をどこまで取り扱っていくのか、普遍性がありながらも今の問題にも対応できるというあたりを慎重に見極めていかなければいけないというふうに思っております。

また、トラブル防止・解決の行動が消費者市民社会の形成に参画することにつながるのだと、ここも先ほど来議論に出ているところでございます。被害防止と消費者市民社会の融合といった視点も盛り込みたいと考えております。

そして、わかりやすさと全国どこでも利用できるというようなことでございます。

完成・配布時期につきましては、28年度中に完成させ、29年度当初に全国の高校1年の生徒分を高校に配布ということでございます。

体裁は、生徒用と教師用に分かれます。生徒用は8ページから12ページ程度、教師用につきましては、現在の既存の消費者庁作成、若者・高校生向けの教材の教師用解説書を参考としながら決めていこうということでございます。

具体的な内容につきましては、生徒用は契約に関する、いわゆるリテラシー、消費者の権利・義務、消費者市民社会としての行動例、こういったものを含みつつ各分野の内容を盛り込んでいく。

教師用の解説書につきましては、何よりも若年者の消費者教育がいかに必要であるかということ、このあたりも先ほど来出ております成年年齢の引き下げにもかかわってくるかもしれません。これを明確に記載した上で学習指導要領に基づき、公民科、家庭科などを中心に他の教科でも活用できるヒントを盛り込んでいくということを想定しております。

また、生徒用のほうはかなり内容が絞られますので、教師用につきましては関連情報もなるべくたくさん取り入れて、これまで消費者問題になじみのない教員も使いやすいものということで考えております。

その他ということで、教材作成は委託事業とする。そして、教材が活用されるルートの確保を検討していくということでございます。

次回の予定は、記載のとおりでございます。

以上でございます。

○西村会長 ありがとうございます。

何か御質問等がありますでしょうか。よろしいでしょうか。

では、大竹委員、お願いします。

○大竹会長代理 多分、東委員を初めとするワーキングのほうにお伺いすることでもないのかもしれませんが、先ほどの今後の検討課題とも関連するかと思いますが、今、このワーキングは教材作りに特化しているような気がするのです。若者の消費者教育をどういうふうに推進していくかというのは、単に教材を作って終わりではなくて、それをいかに学校教育とかさまざまな場面で活用できるか、その活用の仕組みを考える必要があるかと思って、それは東委員に言うことではないかなと思いつつ、今後の発展として少しそのことを考えていただければと思いました。

○東委員 ありがとうございます。

○西村会長 教材作りの延長線として、今後の普及・啓発、その辺も含めて検討していただくということでよろしいでしょうか。

ありがとうございます。

それでは、議題4でございます。消費者市民社会普及ワーキングチームの報告ということで、簡単な報告ということで恐縮ですが、古谷座長のほうからお願いいたします。

○古谷委員 古谷です。簡単に報告したいと思います。

メンバーは省略いたします。●第2回、第3回の消費者市民社会普及ワーキングチームの会議については、消費者市民社会という言葉、あるいは内容がまだ十分普及していないのではないかということを中心に議論をしています。そして、そのようにすれば消費者市民社会が普及するのだろう、というところから検討を始めました。現在、たくさんの教材なり、パンフレットなりがあるわけですね。しかし、消費者市民社会を普及するためには、誰もが簡単にそれを見てわかるものが必要ではないかと考えました。詳細な内容は現在あるものを見ればよいことから、簡単な、コンパクトな資料が消費者市民社会普及につながるのではないかと考えました。

コンパクトにする意味は、「パンフレットの内容について」に記載がありますが、一般向けとし、実際講座を受けた人などが自分が勉強するだけではなくて、担い手としてさらに次の人にも伝えるという意味では簡単なものが相応しいということです。

ほかには、先ほどから島田委員も私も質問させていただいていますが、被害防止と消費者市民社会に向けての教育というのが別立てになっているようなところを両立させたいというところがあります。

さらに、形式についてはコンパクトにということで、A3あるいはA4の裏表を使って1枚でできないか、あるいは、ネット上でダウンロードして使えないかというようなことも考えています。

また、実際の置き場所も検討しております。このような資料は、従来、消費生活センタ

一などに置かれていることが多いのですが、ほかにも一般の人がいく場所、場合によっては小売店であるとかショッピングセンターに置くことも検討しております。

資料の裏の箇所の第3回の開催の箇所に記載がありますが、実態についても調査の必要があるということで、自治体向けのアンケートをしていただいております。消費者庁さんの調査です。

このように、実際の資料はあったとしても担い手向けというのは十分ではないだろう、小売店にもほとんど置いていないだろう、あるいは、自治体向けの調査結果にありますように、理念をわかりやすく説明したパンフレットは消費者庁が作るべきではないかという期待もあり、現在、コンパクトな消費者市民社会の普及についての資料を検討しております。

以上です。

○西村会長 ありがとうございます。

今日はお手元に、日弁連の「お買い物で世界を変える」というブックレットを御提供いただいております。こういったものも参考にしながら、これを簡潔にしないといけないので大変だとは思いますが、また支援センターもリーフレットを出したりしておりますので、ぜひ良いものを作っていただけたらありがたいと思います。

何か。高山委員。

○高山委員 済みません、簡潔に。この検討ですが、パンフレットありきで進んでいるような印象を持っておりまして、多くの人に消費者市民社会の概念を理解してもらうということが目的であるとすれば、パンフレットにこだわらず、例えば短い動画などを何本か制作して動画サイトの中でどんどん拡散させていくとか、そのリンクをいろいろなサイトに張ってもらって、気軽にスマートフォンで見てもらえるようにするとか、そのような動画であれば教育の講座の中でも上映して使いやすいということになるかと思っておりますので、パンフレットありきではない、もう少し普及のしやすさを考えた媒体というのも検討いただけないのではないかと思います。

○西村会長 島田委員、よろしく申し上げます。

ありがとうございます。

今日の議論を通じて何か、どうしてもこの部分だけはというのはございますか。よろしいでしょうか。時間のない中で申しわけありません。

それでは、最後に事務局より次回日程等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、9月中旬ごろということで後ほど日程を調整させていただければと思っております。

以上です。

○西村会長 最後は駆け足になって恐縮でございました。

それでは、本日、これにて閉会とさせていただきます。どうも御協力ありがとうございました。