

第15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 9 月27日 (火) 16 : 00～18 : 05

2. 場 所 中央合同庁舎第 4 号館11階共用第 1 特別会議室

3. 議 題

(1) 地域における消費者教育の実施状況について (ヒアリング)

- ・ 学校園における消費者教育の推進(姫路市)
- ・ 鳥取県における消費者教育推進の取組について (鳥取県)
- ・ 区職員によるコーディネート事務の状況 (杉並区)

(2) 「消費者教育の推進に関する基本的な方針」見直しについて (意見交換)

(3) 「コミュニケーション日本プロジェクト」の実施について (企画報告)

4. 出席者 (敬称略・50音順)

委員: 大竹美登利、尾嶋由紀子、尾上浩一、河野恵美子、齊藤秀樹、佐分正弘、
島田 広、高山靖子、出口貴美子、富岡秀夫、西村隆男、古谷由紀子、
吉國眞一

幹事等: 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: 長岡課長補佐【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

農林水産省大臣官房: 穴井参事官兼消費・安全局付

経済産業省商務情報政策局商務流通保安グループ: 横田消費経済企画室長補
佐【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: 永見環境教育推進室長

消費者庁: 岡村長官、川口次長、小野審議官、金子消費者教育・地方協力課長、
青山企画官

報告者: 姫路市教育委員会教育総務部総務課: 北村純一

鳥取県生活環境部くらしの安心局消費生活センター所長: 村田弘子

同 消費生活支援員: 加藤直子

杉並区立消費者センター主査: 田嶋賢一

同 啓発担当: 中上直子

一般社団法人日本エンパワーメントコンソーシアム事務局長: 山下太郎

同 副事務局長: 山内征宏

5. 配布資料

資料 1 - 1 学校園における消費者教育の推進(姫路市)

資料 1 - 2 鳥取県における消費者教育推進の取組について (鳥取県)

資料 1 - 3 区職員によるコーディネート事務の状況 (杉並区)

資料 2 消費者への情報伝達における国民参加型プロジェクト

コミュニケーション日本プロジェクトの実施について
(一般社団法人日本エンパワーメントコンソーシアム)

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の策定状況及び消費者教育推進地域協議会の設置状況
- 参考資料 3 地方自治体における消費者教育推進体制の現況
- 参考資料 4 平成27年度・28年度先駆的プログラム一覧
- 参考資料 5 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15回消費者教育推進会議を開催いたします。皆様、お忙しいところを御参集いただきまして、ありがとうございます。本日は、東委員、飯泉委員、柿沼委員、清家委員、曾我部委員、長谷川委員、堀内委員が欠席でございます。

なお、8月に長官の異動がございましたので御紹介させていただきます。岡村和美長官です。

では、岡村長官、御挨拶をお願いいたします。

○岡村長官 ただいま御紹介いただきました岡村でございます。何とぞよろしくお願い申し上げます。

第15回消費者教育推進会議の開催に際しまして、簡単な御挨拶をさせていただきます。

まず、西村会長、大竹会長代理をはじめ委員の皆様、そして、幹事である各省庁の皆様方、また本日は、地方自治体、教育委員会の方々にもお運びいただきまして、お忙しい中まことにありがとうございます。

先月、消費者庁の長官に就任させていただいて以来、消費者庁のさまざまな業務に触れ、消費者行政の重要性を改めて感じているところでございます。特に消費者教育は、消費者が安全・安心で豊かな生活を送るために自立した消費者となるための基本的な施策であると考えております。消費者教育の推進に関する法律が平成24年に施行され、消費者教育の推進に関する基本方針が平成25年6月に決定されてから3年が経ちました。この間、地方公共団体をはじめとした、さまざまな消費者教育の担い手の方々に消費者教育の推進のために御尽力いただいているところでございます。

現在の基本方針は、平成25年度から平成29年度の5年間を対象としております。今期の消費者教育推進会議では、この基本方針の見直しに向けて御意見をとりまとめでいただくことが大きな役割の一つとなっております。また、成年年齢引き下げの議論も行われているところであり、消費者庁としても、若年者の消費者教育には一層力を入れる必要性を感じております。

本日は、消費者教育推進会議委員の皆様方の多彩な知見、御経験を生かした活発な御意見をいただければと思います。何とぞよろしくお願い申し上げます。

○西村会長 ありがとうございます。それでは、本日の議事に入ります。

議事次第をごらんください。今回は、消費者教育の推進に関する基本方針の見直しに向けたヒアリングとして、地域における取組、コーディネーターからのヒアリングを行うことにしております。

なお、お手元に参考としまして、前回の推進会議において配布いたしました「基本方針の見直しに向けた推進会議スケジュール」をお配りしておりますが、今回予定しております事業者・事業者団体の取組についてのヒアリングは次回とさせていただきます。

本日は、「議題1. 地域における消費者教育の実施状況について」、姫路市教育委員会、鳥取県消費生活センター、杉並区立消費者センターの方々からお話をいただきます。

姫路市では、教育委員会が学校・幼稚園の管理職に消費者教育を行っていただいているという先進的な取組をお話しいたします。

鳥取県は、消費者教育の推進の中で、今まさにコーディネーターを育成中ということでございまして、行政職員とコーディネーターの方お二方に来ていただいております。

杉並区は、職員がコーディネート事務を行い、相談員と協力して消費者教育を進めるという、多くの自治体にとられている方式の一つの代表としておいでいただいております。

いつものとおり、それぞれの御説明を頂戴した後、質疑応答という形で進めさせていただきます。

それではまず、姫路市からお話をお願いしたいと思います。姫路市教育委員会教育総務部総務課の北村様、よろしくお申し上げます。

○姫路市(北村) 失礼いたします。姫路市教育委員会事務局教育総務部総務課指導主事、北村でございます。

本日は、発表の機会を設けていただきまして感謝申し上げます。私のほうからは「姫路市の学校園における消費者教育の推進」について説明させていただきます。資料1-1でございます。

まず初めに、本市の消費者教育に係る現状について簡単に申し上げます。消費生活に関する相談の中で、若い世代においてはデジタルコンテンツに関する相談件数がほかの商品等の相談件数に比べまして近年圧倒的に多い状態が続いております。また、学校現場においては、物や金銭の計画的な使い方の学習や、資料の1ページに示しております、これは姫路市の地場産品の一覧でございますが、この地場産品を用いた地産地消の学習など、消費者教育にかかわる学習は現在の授業で既に行われているものの、消費者教育という言葉自体、まだなじみの薄いものでございます。

このような状況の中、資料の2ページをごらんください。その下部に示しておりますとおり、本市教育委員会では、平成27年3月に姫路市教育振興基本計画を策定し、その中に「消費者教育の推進」を新たな事業として盛り込み、兵庫県や姫路市の計画を踏まえながら消費生活に関する知識を習得し、適切な意思決定や消費行動ができる児童生徒の育成を目指しております。

今年度は市の主要事業として消費者教育に重点的に取り組むこととなり、具体的に大きく3つの取組を進めております。資料の3ページをごらんください。

この表は、平成28年度から平成30年度までの3年間の取組をまとめたものでございます。上から1段目をごらんください。3つの取組の1つ目は、消費者教育指針作成委員会、以下、作成委員会と申します。これを立ち上げ、学校園消費者教育指針――以下、指針と申します――を作成することとさせていただきます。作成委員会の座長は、本会会長の横浜国立大学、西村隆男教授にお願いし、現在検討を進めております。

指針には、学校園における消費者教育の目標や領域別体系図、モデルとなる学習指導案、活用実践例を掲載する予定でございます。学習指導案については、各教科担当の教員が委

員となる作業部会を設置し、そこで教科ごとに分かれて作成いたします。

指針は本年度末に策定し、市立の幼稚園、小学校、中学校、高等学校、特別支援学校に配布する予定でございます。そして、来年度平成29年度から全ての学校園で運用を開始する予定でございます。

次に資料4ページをごらんください。現時点ではまだ案の段階でございますが、学校教育における消費者教育の目標は、そこに書いてありますとおり、「自立した消費者として、自ら学び、他者と協働し、こころ豊かな社会をつくる姫路っ子の育成」。目指す子供像は、「1 消費について主体的に学び、適切に判断し、行動できる子供」「2 消費生活を通して、より良いふるさとの発展に貢献できる子供」「3 消費社会の将来を展望し、望ましい社会の形成に参画できる子供」の3つを設定しております。

これらの目指す子供像については、1つ目がセルフ、2つ目がローカル、3つ目がグローバルの視点で設定しております。また、目指す子供像に迫るために、消費者教育において重点的に取り組む領域と育むべき力を、消費者庁が作成しております消費者教育の体系イメージマップを参考に設定しております。

なお、「育むべき力」の文言につきましては、現場の先生方や子供たちがより親しみやすいものにしたいと考え、平易な言葉を使用し、語尾を「〇〇する力」と統一しております。さらに、図の下部には、実際の学校現場で主に消費者教育を扱う領域や、教科等及び消費者教育に関連する教育委員会の施策等を示しております。

指針の中に掲載する領域別体系図が資料5ページでございます。5ページをごらんください。これは消費者教育と特につながりが深い教科等の単元を消費者教育の視点で整理した体系図でございます。現時点ではまだ案の段階でございますが、重点領域別に1枚ずつ、合計4枚作成する予定でございます。

以上が指針作成に係る取組概要でございます。

次に、2つ目の取組を説明いたします。資料の3ページにお戻りください。2つ目の取組は、2段目に示しております実践推進校による研究推進でございます。実践推進校は、消費者教育を3年間重点的に進める学校園で、昨年度、公募により決定しております。決定校は、資料に記載の4校でございます。これは「とよとみ」と申しますが、豊富幼稚園、豊富小学校、豊富中学校は同一中学校区内の学校園でございます。本市は小中一貫教育を推進しており、豊富中学校区につきましては、幼、小、中学校、3人の学校園長での話し合いによりまして、一緒に手を挙げていただきました。また、高等学校につきましては飾磨高等学校が取りまとめ校となりまして、本市は市立高等学校が3校ございますが、この全3校で協働して研究を進めております。

実践推進校は、1年次は理論研修と、先ほど説明いたしました指針に掲載する学習指導案を先行実施し、その活用実践例を作成いたします。この活用実践例も指針に掲載する予定にしております。2年次、3年次は指針を活用した実践研究を行い、最終年次の平成30年度には研究成果の発表を予定しております。

最後に3つ目の取組でございますが、図の下部に示しております研修講座の開設でございます。本市は中核市でありますため、姫路市教育委員会でも学校園教職員対象の研修を行っております。そこで消費者教育に関する理論研修や指針活用研修を計画し実施してまいります。昨年度につきましては、市内全ての幼稚園、小、中、高等学校、特別支援学校の管理職を対象に、消費者教育をテーマとした研修を実施いたしました。

資料、一番最後の14ページをごらんください。これは消費者教育支援センターが発行しておりますニューズレター「消費者教育研究175号」の記事の抜粋で、そのときの管理職研修に関する記事でございます。

実施概要は、左段の項目、2の1段落目にありますように、読み上げますと、2月上旬、文部科学省の消費者教育アドバイザー制度を活用させていただき、横浜国立大学の西村隆男教授を迎え、全市立学校園（幼37園、小69校、中35校、高3校、特支1校）の管理職を対象に研修会を行いました。研修会では、消費者教育の概論から始まり、先進都市の実践事例の紹介、そして最後には、ワークとしまして学校園において消費者教育を推進する場合に必要なことについて演習を行い、学校園長同士で意見交換を行いました。

研修を終えた感想の中には、左段の中央部分に記載がございますが、「消費者教育と聞いて賢い消費者になるためという狭小な枠ではなく、消費者市民社会を創造していくことの大切さを理解し、消費者市民という立場で公正かつ持続可能な社会を形成することの大切さを学んだ」という感想や、右側中央部や下に記載がございますが、「将来、子供が自立し、社会の中で役割を果たしていくとともに、自分らしい生き方を実現していくために積極的な消費者教育への取組が有効であり、そのために教育課程上に位置付け、学校教育全体で推進していくことが大切であろう」といった感想がございました。

教職員の中でも一番初めに全ての学校園の管理職を対象として研修を行ったことで、本市の消費者教育の方向性を確認でき、今後、教職員に対して周知しやすくなったと感じております。本年度は、初任者、10年経験者、高等学校教員、学校事務職員を対象とした消費者教育に関する研修を予定しており、現段階では約半分を終えております。

以上が本年度から実施しております3つの取組でございます。

教育委員会といたしましては、消費者教育を進めるに当たり、まずはできるだけ多くの教職員にさまざまな場面で消費者教育に触れていただくことが肝心であると考えております。昨年度初めて校園長に話をしたときは、また教育委員会は新しい取組をするのか、さらに学校現場を忙しくさせるのかといった反発の声が陰から聞こえてくるときもございましたが、指針の作成委員会として数回会議に出席していただいている校長先生からは、大切な教育であると感じているという御意見をいただくようになり、少しずつではありますが、浸透してきているという実感がございます。

今後は教育委員会の各課が連携しながら、今年度末完成予定の指針の活用等を通して、一人でも多くの先生に消費者教育の授業実践をしていただき、さらなる消費者教育の充実を図りたいと考えております。

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。管理職への研修をスタートに始めたという非常に興味深い御報告でした。

続きまして、鳥取県生活環境部くらしの安心局消費生活センター様から、村田所長並びに加藤様、よろしくお願ひいたします。

○鳥取県（村田） 鳥取県消費生活センター所長の村田でございます。本日は、消費者教育支援員の加藤と一緒に参りました。どうぞよろしくお願ひいたします。

本日は、鳥取県の取組、消費者教育推進の取組につきまして、このような発表の機会を頂戴いたしましたことに心から感謝申し上げる次第でございます。

資料1-2をごらんください。1ページ目に載せておりますのは、「スタバはないけど日本一の砂場がある」でおなじみの、これは鳥取砂丘でございます。今年はポケモンGOの開放区といたしましてさらに多くの皆様にお越しいただいているところでございます。このほかにも、自然や特産品で皆様のおいでをお待ちしているところでございます。またぜひ鳥取県においでください。

それでは2ページ目をごらんください。本県では平成26年度に消費者教育推進地域協議会を設置し、消費者教育のあり方について協議してきたところでございます。その間に、県民の意識調査でありますとか教育機関の実態調査などを実施いたしまして、平成28年3月に計画期間を平成28年度から30年度と定めまして、消費者教育推進計画を策定したところでございます。

この中で重点項目を3項目定めておりますけれども、特に若年層への消費者教育につきましては、学校現場と消費者行政をつなぎ、消費者教育を推進するための消費者教育支援員を配置して計画を推進しているところでございます。

下の表をごらんいただきますと、重点項目を3つ掲げております。重点項目の1から3につきましては以下のとおりといたしまして、今年度事業化いたしまして計画を検証することとしておりますが、これらの事業は全て先駆的プログラムを活用させていただいているところでございます。

重点項目の1つ目でございますが、「消費者教育」の意義の普及でございます。これは本年度の事業として「とっとり消費者大学」を開設いたしまして、従来行っておりました啓発講座に加え、公開講座を年間9回実施し、消費者教育の意義の普及を図っているところでございます。

また、子供たちへのエシカル消費の普及・啓発といたしまして、夏休み子ども「エシカル・ラボ」を開催いたしました。また、親子にエシカルの産品を紹介するための「とっとりエシカルマルシェ」の開催でございますが、これは7月から順次行っているところでございます。

また、2つ目の項目ですが、「小・中・高等学校における消費者教育の一層の推進」ということでございますけれども、これは消費者教育推進協議会の中に教員で構成するワー

キングチームを置きまして、授業用の教材、あるいは指導案の検討・作成を現在進めているところでございます。

先ほど申しましたように、今年度は教員OBを消費者教育支援員として配置いたしまして、いろいろ勉強していただきながら、また育成しながら授業を展開しているところでございます。

3つ目の重点項目は、高齢者等の消費者被害を防ぐ仕組み作りということでございますが、これはモデル地区を設定いたしまして、検証しながら実施しているところでございます。ここには、警官OBを特殊詐欺撲滅リーダーとして配置しております。

3ページをごらんください。「消費者教育支援員の必要性」ということでございますが、これは実際に学校現場からの声を受けたものでございます。学校における消費者教育の体系的な実施には、教科に縛られず、学校現場において意義やその必要性を伝えることが必要である。また、教員は多くの業務や課題を抱え多忙であるため、また消費者教育は新しい分野であり、消費者行政からの支援や方策の提案が必要という声がございました。

そのためには、やはりコーディネーターの配置が急がれるというものでございます。しかしながら、学校現場を十分認識していない消費者行政等の外部機関が学校に入り込むことは非常に難しいということでございます。そこで、教員経験のある消費者教育支援員の配置に取り組むことといたしました。これは新規の取組でございますので、先ほど申しました先駆的プログラムを活用いたしまして、単年度の事業ということにしておりますが、今後、継続雇用できるよう実績を積み上げていく必要があると考えているところでございます。

支援員の配置は、実は平成27年度の事業で企画したものでございますけれども、半年ぐらい準備にかかりました。学校現場では、現在、産休、育休を取得する先生方が非常に多くて、代替教員が不足しているというような状況でございます。ですので、教育委員会に人材の紹介というのはなかなか難しいというような実態でございました。

そこで、実際に学校を訪問し、校長先生に消費者教育でありますとか支援員についてのお話をいたしまして、平成27年度末で退職なさる先生を紹介していただいて、その退職なさる先生に消費者教育、あるいは支援員についての説明をさせていただいたところでございます。また、鳥取県におきましては新規の職種でございますので、人事への説得も時間がかかったところでございます。

次の4ページをごらんいただきたいと思います。このようにして配置準備をしました「消費者教育支援員の育成方針」について書かせていただいております。まず支援員の人選でございますけれども、我々は支援員を人選するときに、担当教科にかかわらず、指導力や調整能力に優れた教員のOBを採用し、その後、支援員として必要な知識の習得を行い、あわせて教育や啓発の実践活動を実施しているところでございます。そしてさらに、その実践の中で必要な知識を補うことによって、より効果的な消費者教育の実践に今後つなげていくということを考えております。

下の表をごらんいただきますと——これは上の箱ですけれども——支援員につきましては、研修等により知識を習得させ、そして——その下の箱でございますけれども——支援員の活動の場を我々行政としてのパイプの中で設定しながら実践していくということでございます。

今年度平成28年度の支援員の育成メニューは、このピンク色の箱の中に入れております。「子どもエシカル・ラボ」での指導・助言、また、「とっとり消費者大学公開講座」の実施・運営等、それから、ワーキングチームによる教材開発などを設定しております、これらを実践しながら、さらに必要な知識を習得して効果的な実践へつなげていくということにしております。

次のページをごらんください。これは主な「消費者教育支援員の活動」を挙げております。下の箱をごらんいただきますと、消費者教育支援員が知識の習得ですとかこれまでの教員の経験、知識、また周辺の協力を得ながら企画中のものがございます。

1つ目が幼児とその保護者向けの教材開発ということで、鳥取の特色を生かした独自の紙芝居ですとか絵本の開発を現在行っているところでございます。また、消費者教育の認知度が特に低い幼児教育の現場ですとか、その保護者に向けた講座も現在開設予定でございます。

下の箱ですが、消費者教育支援員が関与しているものとしまして、教員で構成しておりますワーキングチームによります授業で活用する教材開発と公開授業を実施することとしており、これらに関与しているところでございます。なお、今年度は小学校と中学校において教材の開発をしているところでございます。

6ページをごらんください。こちらも消費者教育支援員の活動ですけれども、今年度、小学生への消費者教育といたしまして、「エシカル消費」をテーマにいたしました夏休みの自由研究講座「子どもエシカル・ラボ」を県内3会場で開催いたしました。講座の構成は左側の中央に書いております。

1つ目に、エシカル消費に関する基礎講座、2つ目に、それを踏まえたグループ討議ですとか研究テーマの設定、またエシカル製品の生産現場や販売現場を子供たちが見学取材いたしました。そのことを踏まえて4つ目の研究成果の制作・発表、意見交換ということですが、ここの場を消費者教育支援員の加藤が担当したところでございます。

7ページをごらんください。これはそのときの活動の様子でございます。この講座はほとんどの子供たちが家族に勧められて参加しており、消費者教育という言葉が知らなかったものでございますけれども、当日の支援員の丁寧な説明、指導によりまして、新聞作りを通じたエシカル消費の実践理解を図る講座とすることができました。この絵ではわかりにくいのですが、その場に、私、おりましたが、大変すばらしい指導力で、とてもいい講座であったと考えております。

最後のページですけれども、「鳥取県の消費者教育の将来像」ということでございます。消費生活センターが消費者教育の中心となりまして、住民に身近な地域や学校等に情報提

供いたしましたり、消費者教育の担い手を支援しながら、県民一人一人が自立した消費者となることを目指し、地域の消費者が学び合い、ともに支え合う地域作りを推進していくこととしております。

下の図のようにまとめております。中央が消費生活センターでございまして、各領域との関わりを示しているものでございます。

図のさらに下側は従来から推進しているものでございますけれども、図の上半分、地域、学校の領域につきましても、支援員を今年度配置いたしまして、さらに充実させながら、鳥取県の消費者行政を推進していきたいと考えているところでございます。

報告は以上でございます。

○西村会長 どうもありがとうございました。今年度新たに消費者教育支援員という形で、現職の学校現場にあった先生を採用されて進めていらっしゃるということでございました。

最後に、杉並区消費生活センターから田嶋主査、中上さん、よろしく願い申し上げます。

○杉並区(田嶋) 杉並区役所区民生活部管理課消費生活センター主査、田嶋と申します。今日はこのような発表の場を設けていただきまして、どうもありがとうございます。

私のほうからは、簡単に消費者センターの概要についてお伝えしたいと思います。杉並区は人口約56万人の自治体でございます。区の消費者センターは、昭和47年に設立しております。今年度の職員は14名体制で、うち啓発担当に関わる職員は5人でございます。

消費者行政の施策体系図というのが1ページにあるかと思いますが、こちらの赤字のほうが今回の区職員によるコーディネート事務というところに該当しております。消費生活サポーター講座の実施、出前講座の実施、消費生活サポーター活動をコーディネートするというのが主な役割になっております。

2ページ目4の(1)(2)をごらんください。消費生活サポーターというのは何かということですが、基本的には、区や関係団体と協力し消費者行政の推進及び消費生活に関する普及活動を行うため、要綱で定める消費生活サポーターという制度に登録された方たちのことであります。(3)の主な活動内容ですが、消費生活サポーターにつきましても、出前講座、区主催事業への協力、区情報紙への作成協力ということで、下に写真を載せているのですが、主に区の情報紙の中で紙面を割いて作っていただいているということもしております。

(4)登録者数ですが、4月1日現在、57名登録しております。

3ページ(5)をごらんください。では、消費生活サポーターの登録ですが、どのようにするかというと、消費生活サポーターの養成を目的とした講座というのを開講しております。この講座を修了した方で区へ申し込みをしていただければ消費生活サポーターになることができます。本年平成28年度は講座開催を予定しているところでございます。平成19年度から27年度までの間で6回、今のところ実施しております。

その講座の内容ですが、1回大体2時間ぐらいで、計13回。前半は契約をはじめ

とする消費生活の知識を、後半は伝える手法及び活動事例などを学ぶように設定されております。

平成28年度につきましては、3ページ中ほどに1から13ということで内容を記載しておりますが、今日は割愛させていただきます。

(6) ですが、現在、サポーターの中で任意団体を設立しております平成28年4月時点で、登録者57名のうち30名がこの団体に加入しております。主に出席講座などの活動をしていただいているところでございます。

次に4ページになります。こちらのほうは実際にコーディネートしている職員、職員、中上から御説明いたします。

○杉並区（中上） 啓発担当の中上と申します。4ページからの「5 区職員によるコーディネート事務」以降を発表させていただきます。

私は消費者相談経験のある消費生活関連の有資格者で、出版業界に20年、そのうち10年、フリーランスとして仕事していたという経歴です。当区で消費生活サポーター及び出席講座等の事業は7年担当しております。

当区消費者センターの職員間の役割分担としましては、消費者センターの周知及び出席講座の開拓など、役所内で所管課を跨ぐような場合に上司が代表者会議などに説明に出向きます。私は担当として、周知活動の企画、配布資料の準備、周知活動の協力者——つまり消費生活サポーターの方々ですが——との連絡調整などを行います。

コーディネート事務については、主な取組を（1）から（5）まで挙げさせていただきました。ごつくばらんに申し上げますと、消費生活サポーターが円滑に活動できるよう、ともに行動しながら支援を行っているところです。恐らく、この点が当区の消費生活サポーター支援の特徴ではないかと考えております。

「（1）出席講座への支援」に関しましては、出席講座の申し込みを促進するための業務もございしますが、ここでは出席講座の申し込みがあった時点からの内容を記載しております。当区では、消費生活サポーター登録者が任意の団体を作り、出席講座の度に担当者を互選で決めています。出席講座等は費用弁償を伴う活動となっております。センター、担当サポーター、申込団体の三者による出席講座の打ち合わせでは、できるだけ会場の下見ができるようにセッティングし、打ち合わせの司会進行、打ち合わせ資料の提供などを行います。また、三者の打ち合わせ終了後は、消費生活サポーターと講座の組み立てや練習日の確認など二者の打ち合わせも行っております。出席講座を担当する消費生活サポーターは、その都度メンバーが異なります。サポーターは年間20回程度出席講座を行いますが、個々の関わりは多い人で年数回程度です。報告書を提出してもらいますので、担当外のサポーターも内容の確認はできますが、全てに同行して出席講座の様子を客観的な目でフィードバックするという役割も担っております。

「（2）センター主催事業への調整」に関しまして、②の「消費生活サポーター研修」では、年間数回実施する研修の一部を企画、当日の司会や会場の設営、講師の接待などを

お願いしています。打ち合わせのセッティングを行うとともに、テーマ、講師候補などの提案を含め円滑に行われるよう話し合いの輪に入り、進行役を行っております。

次に「(3) 新手法・新テーマへの支援」は、①から③まで3点例示させていただきました。①のパネルシアターですが、4ページ、右下の写真ですが、国民生活センターの平成23年度全国消費者フォーラムでの発表場面です。パネルシアターの導入を発案し、備品を調達して、専門家や活動家を講師に招いて研修を行い、子供向け金銭教育のシナリオを提供していく中、多様な取組としての発表者に選ばれ、100名の参加者の前でサポーターによる発表が実現し、消費生活新報などに写真が掲載されました。

②のワークショップは、東京都消費生活総合センターの「ヒヤリハット調査」などを用いまして、身の回りの危険について取り上げ、参加者の情報を取りまとめて共有するというデモンストレーションを行い、出前講座の新たなコンテンツを加えました。

③、5ページになります。機会は限られますが、学校等での出前講座を行う場合は、小学5年生向けにセンターで発行する家庭科副読本「くらしと消費」、右の写真になりますが、この一部を利用しております。この冊子は、毎年、当区教育委員会の協力を得まして、消費者教育副読本作成委員会を設け、小学校の先生方と検討して作成しております。

「(4) 自主活動への支援」につきましては、3点例示いたしました。2ページの写真がセンター発行の情報紙で、その右部分がサポーターのページ、こちらは田嶋が御紹介いたしました。こちらを3名程度で1年間担当していただきますので、年度初めに方針と進め方について説明しまして、1号ごとにテーマと展開方法を決める企画会議、原稿や写真を持ち寄って原稿審議を行い、レクチャーを含め話し合いの輪に入り、進行役を行っております。その様子が5ページの中ほどの写真です。

③の自主勉強会は、消費生活サポーターに配布しております国民生活センター発行の「くらしの豆知識」の輪読を任意グループの希望者を対象に月1回行っており、始めてから1年になったところです。出前講座で一人一人が10分程度のミニ講座が行えるようにと考え、その前段階の勉強の場としております。

以上、いずれの支援にも共通しますのは、一定の完成度が必要になることです。消費生活サポーターはボランティアの区民の方ですので、得意分野やスキル、関わり方のスタンスはさまざまですが、出前講座や情報紙などにおいてはそれを別の区民の方がごらんになります。消費生活サポーターの活動の場面において支援をする時間の長さや内容がその都度異なるので、臨機応変にカバーしていかなくてはなりません。この点が苦心する部分とも言えます。

最後に「6 課題」としましては、場合によっては時間枠に囚われない働き方になること、専門性という点では、契約などの消費生活に関する知識、話し合いをまとめて導いていくファシリテーション、テーマに基づいてページを作り上げる編集、それぞれの技術といたしますか、そのほかに講座講師としての経験などが挙げられます。現在のところは自身の取組として努力をしている途中でございます。

以上になります。

○西村会長 どうもありがとうございました。区の職員さんによるコーディネートということで御報告いただきました。

ただいま御説明のありました3件の御発表それぞれに特徴があるかと思いますが、御質問あるいは御意見等、どなたでも結構です。15分ぐらい時間を取りたいと思いますので、忌憚のない御意見を頂戴したいと思います。いかがでございましょうか。

では大竹委員、お願いします。

○大竹会長代理 いろいろ先進的な取組の御紹介ありがとうございました。それぞれについてお伺いしたいのですが、それぞれの取組で、比較的学校教育の中に入っていった消費者教育を随分推進している取組がたくさん見られているのですが、一つ一つ聞いたほうがいいでしょうかね。例えば姫路市では、教員をされていた方がそうした担当者になっている。

○西村会長 全部、教員と指導主事です。

○大竹会長代理 というところですが、その教員につきまして、必ずしも現職中とは言ったらおかしいですが、それぞれ別の関心を持って教育されていた方もいるかと思いますが、その中で消費者教育、どういう方をここに充てられているのか、あるいはそういう方も含めて消費者教育をやっただけという意欲のある方に改めてその内容を研修等で御理解いただいて専門家として育てていただいているのかどうかというあたりが1つお伺いしたいところです。それから。

一つ一つやったほうがいいですね。すみません。

○西村会長 では、姫路市の北村さんのほうからよろしいですか。

○姫路市（北村） はい。実際関わっていただいている先生方がどういう方かという御質問だったかと思うのですが、本市は、消費者教育という言葉自体にまだ馴染みの薄いものでございまして、学習指導案作成についても研修と同時進行でスタートしているというのが実際でございます。ですので、学校教育の中で消費者教育に関係の深い教科の先生方を中心にまず関わっていただいているということでスタートしております。具体的には、小学校と中学校の社会科、それから技術・家庭科、それから道徳、そして総合的な学習の時間、あと高校につきましては情報科、公民科、この担当の先生方にまず関わっていただくというところからスタートしております。

以上でございます。

○西村会長 ありがとうございます。次は鳥取になりますか、あるいは姫路でしょうか。

○大竹会長代理 もう一つ姫路の方にお伺いしたいのは、一番最初に、管理職を対象に研修をされたということで、徐々にさらにその下の主幹とか主任などにも広げていくということですが、管理職を対象にした段階で、各学校で具体的な消費者教育の取組をそれぞれなされているのか、それが広がってきているのかどうかという具体的な教育の展開を教えてください。

○西村会長 では、もう一度お願いいたします。

○姫路市（北村） 失礼します。現段階では、管理職の方に研修を行ったのは、まず一番最初の段階でございます。姫路市が全市を挙げて消費者教育という課題教育に力を入れていくためのスタートという形で管理職の先生に研修を行ったということでございますので、現段階では学校の中に浸透しているという段階ではございません。先ほど説明もさせていただきましたが、学校園消費者教育指針を来年度の初めに全ての学校に配ることになりますので、実際に学校の先生方が進めていくというのは来年度その指針が配られてからのスタートになると考えております。

以上です。

○西村会長 よろしいでしょうか。それでは、続いて鳥取ですか。

○大竹会長代理 私ばかりお伺いしていてもあれですので、皆さん。

○西村会長 では、質問がございましたら。

では、古谷委員、お願いします。

○古谷委員 まず姫路市の教育委員会の方にお伺いしたいのですが、スライド番号4ページのところで、「目指す子供像」をセルフ、ローカル、グローバルと分けられたのが非常に面白い分け方だと思います。消費者市民社会を具体的に実現するに当たっての消費者像としては非常に良いのではないかと思います。一方、重点領域が4つありますよね。この4つをセルフ、ローカル、グローバルとしてそれぞれに入れ込むと結構大変だったのではないかなと思うのですが、その工夫があれば教えていただきたいなと思います。ほかのところも一緒にいいですか。1個ずついいですか。

○西村会長 同じような内容ですか。

○古谷委員 同じようなといえば同じようなのですが、では3つちょっと簡単に。

○西村会長 わかりました。では、姫路の方、お願いします。

○姫路市（北村） 失礼します。3つの子供像、セルフ、ローカル、グローバルですが、本市の大もとの計画であります姫路市教育振興基本計画にも同じ3つの視点がございまして、これに合わせたという形で設定させていただきました。

それから、その3つの子供像と4つの重点領域との入れ込み方ということですが、私どもの考え方としては、4つの領域それぞれにセルフ、ローカル、グローバルというものがあると考えていまして、どこにどの子供像が入るかというところはあえて設定しておりません。

○古谷委員 すみません。私の言い方が悪かったと思うのですが、おっしゃるとおり、それぞれの領域に3つあると思っているのです。そこが難しいのではないかなと。といいますのは、例えば消費者市民社会の構築という一つの分野であればグローバルというのは結びつきやすいと思うのですが、商品等の安全だと、ひょっとしたらセルフだけで終わってしまう可能性があって、実はローカルでもあったりグローバルでもあったりするのですが、そのところの入れ方というのは結構大変だったのではないかなと思いま

して、教えていただければと思いました。

○西村会長 では、北村先生。

○姫路市（北村） すみません。ちょっと意味を取り違えておりました。

おっしゃるとおりだと思います。先ほどの説明もありました各教科の単元をその領域に、今、落とし込みという作業をしている段階ですけれども、実際にこの単元でこういう授業をしていくという本当に具体的な話になって初めて授業構成の難しさというのを実感しております。実際の教科で授業する中でどのような視点で子供に考えさせていけばいいのかというのは、今後現場の先生方と一緒に考えていきたいと思っております。

○西村会長 どうぞ。姫路の関係ですか。

では、島田委員お願いします。

○島田委員 貴重な御報告ありがとうございました。ちょっと細かなところをまず1点。この領域別体系図という表ですけれども、これはどういう趣旨で、恐らく、それぞれの科目に関連する分野をまとめていただいたということだろうとは理解しておるのですけれども、これをやることによってどのような効果が得られたのかというあたりを少し御紹介いただければありがたいと思いましたが、もう一点は、この管理職の研修の中で、非常に積極的な感想が得られるということは私たちにとっても非常に希望が持てる場所ですけれども、どこら辺が先生方の心を掴んだといいますか、そういったポイントになっているのかというあたりが、私どもよくわからないものですから、そこら辺どのようにお考えになっているのかというのを御紹介いただければと思います。

○西村会長 それでは、北村先生、お願いします。

○姫路市（北村） 1つ目の御質問の領域別体系図の効果ということなのですが、繰り返しになりますが、本市は消費者教育というものをまず始めていきたいと思いますという段階ですので、この領域別体系図の目的は、まず現場の先生がどこから手をつければいいのかと思った時の道しるべとなるもの、つまりイロハのイという教科、を示すということでございます。また、本市は、小中一貫教育を進めておりますので、それが中学校のどの単元につながるのか、あるいは幼稚園のどういう領域からここにつながっているのかというのが一目でわかるという効果を期待しております。

それから、2つ目の管理職研修等で校長先生の心を掴んだところという御質問だったと思うのですが、現場の先生にとって抵抗があるのは、新しいことを始める時であります。しかし、消費者教育については、従来の学校教育でもう既に行っているものがたくさんあります。ですので、教育委員会事務局としましては、新しいことを始めるのではなくて、消費者教育という視点からみると、今行っている社会科や家庭科の学習、さらに幼稚園、小学校、中学校が一つなぎになり、それらを見えていくようにするのが消費者教育ですよと言ったときに、かなり納得していただいたように思っております。

以上でございます。

○西村会長 ありがとうございました。先ほど島田委員の御指摘のこの領域別体系図につ

いては重点領域それぞれにありまして、4枚あるということです。つまり、もともとのペー
ースは例の体系イメージマップでございますので、それに合わせて、今、北村先生おっし
ゃったように、領域とか単元をここに拾い出しを作業として行ったということであります。

続きまして、鳥取県さんに関する御質問、どうでしょうか。

大竹先生、いきますか。

○大竹会長代理 新しい制度としての教育支援員というのを制度化したということで、こ
ういう仕組みというのもいいやり方だなあと思っているのですが、新しくそういう支援員
を今養成しているところだが、なかなか人材不足というか、人数が集まらないようなこと
をちょっとお話しされたと思うのですけれども、今、何人ぐらい支援員として活躍されて
いて、今後どの程度それを広げていくのが理想と思われているのかというところが1つで
す。

それからもう一つは、今は特に学校教育の中の消費者教育をしていくところでは教材開
発をしている段階と報告されたかと思うのですが、今後それをさらに推進するというところ
でのハードルといたしますか、その辺はどういうところにあるのかと、2つお伺いしたい
と思います。

○西村会長 それでは、村田所長からお願いいたします。

○鳥取県（村田） ただいまの消費者教育支援員の育成ということですが、まず何
人ということですが、今年初めて1人配置いたしました。今後につきましては、この支援
員の活動を継続していくことが重要と考えておりまして、人数を増やすということは今の
ところ考えておりません。1名で、教育現場と、そして消費者行政をつなぐものと考えて
いるところでございます。消費者教育というのはこれまで全くなされてなかったわけでは
なくて、実際に学校現場でもなされておりますし、それからまた行政の立場でも実施して
きているわけでありまして、それをつなぐものということですので、今のところは1名と
考えております。継続していくことが大事ではないかと思っております。

また、学校教育の場で教材開発をしているというところでございますけれども、これを
今後どのような形で推進していくかということですが、今現在考えておりますのは、この
教材を使った公開授業をしながら他の学校に普及していくということを考えているところ
でございます。

本日は支援員が来ておりますので、支援員としての苦労話も少しお話をさせていただい
たらと思います。

○鳥取県（加藤） 私、今年から支援員をさせていただいております加藤といいます。

小学校3年を含めまして32年間、主に中学校の教員でした。教科は美術で、あとは担任
をしたり、後半は学年主任が多かったのですが、今年度から消費者教育というものに触れ
ることになって、とても新鮮な気持ちで、まるで生徒と同じように勉強させていただきな
がら活動しているような状態です。

鳥取県も、先ほど姫路の発表も聞いて、同じことだなと感じたのですが、家庭科や社会

科を中心に、消費者教育が行われてないわけではないのですけれども、まだまだ、総合学科とか学級活動でやっているかといえばそれほど浸透していない部分も大きくて、私自身も何が消費者教育なのかというようなことを存じませんでした。支援員として勉強する中で、消費者市民社会を構成するという事は将来に向けてとても大事なことで、素晴らしいことだと思えるので、今、支援員として時々しゃべるチャンスはあるのですが、幼稚園の園長会だとか学校の先生方にお話しすると、大体は、いいことだねということで同意はしていただけます。

私と同じような気持ちを持っていただけるのだと思うものの、まだまだ現場の教員は、それこそそのように捉えてないので、先ほど姫路の方も言うておられましたけれども、新しいことが入ってくる、今でいっぱいいなのに無理ではないかと私自身も思っていましたし、現場の教員はそう捉えていると思いますが、それをそうではないよ。環境教育とか情報教育とか金銭教育と被っているんだよ。それをかえって広く捉えているので、より広範にそれを子供たちに伝えていかれる素晴らしいものなんだよと、まずはそれから伝えていくということが大事かなと。

なので、管理職にお話をなされたと言っておられますが、まず学校が動くには、管理職が、ああ良いことだなと思っていただかないと動けませんし、その前に、やはり教育委員会が素晴らしいことだなと感じていただかないと学校も動けないということで、そういったことを実際教員だった者として感じています。教材開発を鳥取県も少しずつやっているところですが、これも家庭科と社会の先生が、お忙しい中、自分がやります、公開授業やりますと言ってくださっているので、その公開授業に来ていただいた先生や、見ていただいた管理職の先生方から少しずつ——本当はばーんと広げていくのがいいのですけれども——糸をつなぐようにして少しずつやっていたらというか、やっていくしかないのかなと思っております。

以上です。

○西村会長 どうも大変貴重なお話をありがとうございました。現職の教員をリタイアされてからという形で支援員になられるケースというのは、静岡県の浜松市もそういったケースで活躍されている方がいらっしゃいます。もう一つぐらい質問がございましたら。

では、河野委員、その後、尾嶋委員。

○河野委員 貴重なお話をありがとうございました。今お話をいただいた、例えば鳥取さんのところでは、所長が学校教育に働きかけて実現したことだと思うのですけれども、御苦労もあったかと思うのですね。私たちの取りまとめの話し合いの具体化を、今日、聞かせていただいたような気がするのですけれども、その中で連携ということを話し合いの中でも随分してきました。

で、三者の方に、簡単でいいのですけれども、例えば姫路さんの場合は教育委員会の取組を伺ったのですけれども、それでは消費者行政と今後どんな連携をしようと考えていらっしゃるかということが1点と、杉並さんのところでは、副読本を御一緒に作ってい

らっしゃるということですが、今後新たに杉並区の教育委員会とどんな連携が考えられるかというあたりを伺えたらありがたいなと思っています。

以上です。

○西村会長 それでは、最初に姫路、その後、杉並ということをお願いいたします。

○姫路市（北村） 行政との連携なのですが、実際今年度も少し連携させていただいておりまして、行政の方からは出前講座として、学校に生活相談員を派遣していただいたり、それから、子供対象のパンフレットを行政のほうで予算をとって作っていただいて、子供たちに配布していただいたり、というような形で連携しております。来年度以降も、消費者行政の方は、いろんな施設とネットワークを広く持っておられると思いますので、そこが逆に教育委員会の弱いところですから、そういうネットワークをうまく教えていただきながら連携していきたいと考えております。

以上です。

○西村会長 では、田嶋主査でしょうか。どうぞ、お願いします。

○杉並区（田嶋） 今後、教育とどう関わっていくかということですが、実際、今、副読本、こちらのものですが、小学校5年生を対象に作って、子供たちに勉強していただくということをやっていますが、それ以外にということになると、今のところ何かしているというわけではないのですが、これから、出前講座とかを積極的に子供たちのところに行き行ってやっていければいいなとは考えております。

○西村会長 ありがとうございます。

最後に、尾嶋委員、お願いします。

○尾嶋委員 鳥取県の支援員の方にお聞きしたいのですが、先ほど姫路市の方からは消費者教育に関係深い先生をお願いしたというお話でしたけれども、鳥取県の方は中学校の美術の先生ということで、余り関係がなかったのかなと思いますけれども、教科のところ辺での一番御苦労されたことというのは、まずありますか。ありましたらお教えいただきたいと思います。

○鳥取県（加藤） まだまだそんなにたくさんの活動をしているわけではありませんので、そんなに苦労というか、まだそれほどないのですが、やはり私の足りないのは、そういう専門的な知識だとか、相談員の方々が持つておられるような被害の実態だとか、そのようなことがまだまだわかっておりません。ですので、その部分で講座を実施したり人に話をしたりというときにはなかなか難しいものもあるのですが、それは相談員と連携を取りながら一緒に講座をさせていただいたりというようなことで、所長に相談をかけたりしますとそのような配慮もしていただけますし、まだ特に苦労というのはそれほど感じてはおりませんが、先ほどもしゃべりましたけれども、個人レベルでというよりも、大きなところを動かしていきながら少しでも浸透させていくためには、私は校長を退職したわけでもありませんので、そういった大きなところにつなぎを付けていくということをするのは、やはり所長だとか消費者センターの行政というところを通じてやっていただかないと

なかなか難しいところがありますので、単独ではなかなか動くことは難しいのかなと思ったりします。お答えになっていますでしょうか。

○西村会長 よろしいでしょうか。

ありがとうございました。先ほど御紹介した浜松市の場合も国語の先生ということで、そういう意味では、むしろ新しいことに取り組んでいただくという意味ではよろしいのかもしれないという感じがいたします。

御質問については、とりあえず3自治体に関してよろしいでしょうか。

では高山委員、ラストということでお願いいたします。

○高山委員 すみません。姫路市と鳥取県につきましては新たなチャレンジということでスタートしている活動と認識しているのですが、杉並区につきましては、平成19年から8年間にわたって継続的に活動されているということで、これはそれですばらしいことだと思います。この8年の間に、消費者教育推進法が制定され、消費者教育の推進に関する基本的な方針も出されたわけですが、その間の活動内容の変化、例えば講座内容やサポーターの活動の範囲ですとか、何か変化というものがありましたら、ぜひお聞かせいただきたいと思います。

○西村会長 ではよろしくをお願いいたします。

○杉並区（中上） 変化につきましては、まず立ち上がったばかりのころは、やはり講座としてのレベルといたしますか、質を伴うというところがまだまだという部分があったように思います。それが、徐々にですが、経験を積むことによって、また、それぞれの方が自発的に勉強してくださることによって、もちろんセンターで研修もいたしますが、そういったものに参加してくださることによって質的な向上が増したと考えております。ただ、それを推し測る物差しといたしますか、数値みたいなものはなかなか出てまいりませんが、印象としてはそのように深く受けとめております。

○西村会長 よろしいですか。どうぞ。

○高山委員 すみません。ぜひちょっとお聞きしたかったのは、その活動の中で消費者市民の育成、そういった消費者市民社会の形成を意識するような活動になってきたのかどうか、そのあたり、ちょっと御感想をお聞かせいただければと思ったのですが。

○杉並区（中上） 毎年5回程度研修を行っておりまして、その中でも消費者市民を意識するような研修も入れてはおります。ただ、それぞれの方がいろいろな立場での御参加ということになりますので、なかなか学校教育のように足並みをそろえてというところは難しい部分がございます。研修も、テーマによって参加人数が多かったり少なかったりということもございますが、仲間を増やしたい。啓発活動を通じて社会に貢献したいという意識は十分お持ちかと存じます。

○高山委員 ありがとうございました。

○西村会長 よろしいでしょうか。

○大竹会長代理 1点だけよろしいですか。

○西村会長 では、大竹委員。

○大竹会長代理 申しわけありません。杉並のほうなのですけれども、最近はサポーターの方たちが独自に任意団体を設置して、運営というか、かかわりを持っているということですが、任意団体を作ることによってうまくいった点、なぜ任意団体を作ったのかということをごちゃごちゃと知りたくて御質問しています。よろしくお願ひします。

○杉並区（中上） 任意団体は平成20年の4月から活動を始めまして、もうすぐ10年になろうとしております。サポーター養成講座の参加者の方に団体を作っていただくことによって出前講座を依頼する依頼の仕方が互選ということで、消費者センターが指名をするわけにまいりませんので、グループを作って、そこで受けていただくというような形が選ばれたのであろうと思います。

○西村会長 ありがとうございます。

この議論、議題の2とも関連いたします。引き続き議題の2に入ってまいりたいと思うのですが、議題の2は「消費者教育の推進に関する基本的な方針」の見直しに関する意見交換ということになっております。今回は、先ほど伺いしたお三方からのヒアリング結果を踏まえて意見交換をしていきたいと思ひます。もちろんそれ以外のところでも結構ですが、毎回御用意いただいております参考資料「消費者教育推進会議取りまとめ」という大きな冊子がお手元にあると思ひます。これの205ページから基本的な方針が入っております。

例えば238ページ、ちょっとお開きいただきたいと思ひますが、今日のお話の関係で言ひますと、消費者教育の担い手の育成に関するところでありますが、中でも「コーディネーターの育成」という項が238ページに入っているかと思ひます。消費者教育を担う関係の人たちをつなぐ、そして調整をする役割ということで、このコーディネーターが、名称は、例えば支援員さんとか、消費者市民社会形成の推進役として役割を果たすことになると、かなり明確に書かれているわけですね。このため、消費生活センター等が拠点になって多様な主体が連携・協働した体制が進むように、コーディネーターの育成に取り組む云々と、こうあるわけですね。

これを推進していくという立場を踏襲していったらよろしいのか、あるいは、ここについて、例えば本日のお話を受けて、姫路市さん、鳥取県さん、杉並区さんのそれぞれの独自の取組、あるいは継続的な取組であります。その辺のお話を頂戴した中でお感じになっているところがありましたら御意見いただければと思ひます。どうぞ御意見のある方、挙手をお願いいたします。

では、島田委員、その後、大竹委員。

○島田委員 今日の御報告を伺ひましても、一からげにコーディネーターという捉え方でいいのかなど。要するに、学校に入っていくためのコーディネーターという部分と地域の中で活動していくコーディネーターとちょっと手法が違うといひますか、そういう中で人材も変わってき得るといひことになるのではないかと。学校に入っていくためには、教育経

験のある方というのはやはり非常に大きな力を発揮していただけるのだなあということを、今日感じましたので、そこら辺を少し盛り込んでいってはどうかと思いました。

○西村会長 ありがとうございます。

では、大竹委員、お願いします。

○大竹会長代理 私も、今、島田委員がおっしゃったようなことを考えておまして、このコーディネーターというのが非常に幅広くて、捉えどころのない言葉だったなど、今いろいろお話を伺って感じました。消費者センターが中心になって地域の消費者教育をやるという仕組みと、消費者センターが学校教育とつながるということも重要ですけども、また、学校教育の中で消費者教育を推進するというのはちょっと違う力というのでしょうか、少し違った仕組みがあったほうが消費者教育は一層進展されていくかな、と思いました。ですので、このコーディネーターに、こんな役割、こんな役割があるということを少し丁寧に書いたほうが良いかなと思いました。もちろん、いろんな名前をつけると複雑になるので、あまり名前をつけないほうが良いともいえるのですが。

○西村会長 出口委員、お願いします。

○出口委員 今までの取組、本当に素晴らしい地方での活動がなされてきているなというところなのですが、やはり標準化をしていくことも1つ大事ななところで、指針がある中で、いろんな方がいろんな経験の中で積み上げてきたものを伝えていく中で、評価していったり、全国での標準化をしていく子供たちに教える教材もいろんなところで、各地いろんなものができてきていると思うのですね。そういうものが共有できるものは全国で共有するような形に持っていくと、現場での苦労ももっと少なくなったり、あと教科書に全国の共通した認識の中でみんなが消費者教育を受けられるというようなところに持っていけると思うのですね。そういう意味では、国のリードとして指針を示すということはずごく大事だと思うのですが、コーディネーターの育成であったり、あと、そういう教材ができた場合はそれを見える化して、消費者庁で蓄積したものをみんながある程度共有して使えるようなシステムを作っていくというシステム作りをもう少しやっていったほうが地方に広がりやすいと思うのですね。

私がいる長崎県とかだと、そのコーディネーターを育成する段階から適任者を見つけるというところまでが本当に難しい、人材を見つけるというところまで地方での格差というのはやはり出てくると思うので、そういう共通項目、共通標準化をしていくというようなシステム作りを国で少し進めていただくと、みんなが迷わずにできるのかなと思ったところではあります。

すみません。せっかく各地に行かれて、私のところにもぜひ来ていただきたいと思うのですが、そういうことよりも、もっと効率よく、何か国が収集して、各県の代表者を募りながらコーディネーターを育成していき、デジタルコンテンツ、教材を共有できるようなシステム作りをしていくとみんなが使いやすいと思いますし、その教材ができたものに関してはやはり誰か、第三者機構みたいな形での評価機関があつてということがないと、ど

れが正しいのかというところがちょっと掴みにくいというところがあると思います。また、皆さんたちが苦勞されている中で地方を動かしていくときには、本当に省庁を動かし、その下の人たちを動かすというところで、トップを動かしたところで、アンケートなり何か形として、ここがうまくいった、ここはうまくいかなかったというところをみんなが理解しやすいような形で示していただくと、ほかの県や追随する人たちがフォローしやすいのかなと思いましたが、そこの分析ということを視点の中に加えていくほうがいいのではないかと思います。

○西村会長 ありがとうございます。

では古谷委員、それから尾上委員。

○古谷委員 前回に引き続きヒアリングをして感じたのは、消費者教育というのが法律で定義されて、方針等の中でも具体化されているのですけれども、やはり従来の枠から出ていないというような印象があります。確かに従来の学校とか、あるいはいろんな社会人教育も含めてやっているところはあるのだけれども、消費者市民社会という概念で言うと、実はもっとやらなければいけないことがあるのではないかと、広がりにはまだ行っていないとか、あるいは基本コンセプトに入っていないという印象があります。被害防止であったり、消費者市民社会の普及であったり、別々に進んでいるところがあって、もう少し整理が必要かなと感じます。

実は私は消費者市民社会普及ワーキングチームの委員でもあるのですが、その点が非常に苦勞しているところでもあります。そこで基本方針の見直しの中で、どういうことができて、どういうことがまだ課題として残っているかというところで、今後に向けて概念の普及、あるいは消費者教育の基本コンセプトの広がりなどを入れ込む必要があるのかなと思います。

実は今回のヒアリングでも思ったのですけれども、例えば消費者教育支援員の養成であるとか、あるいはサポーターの養成であるとか、いろんなところで養成とあるのですけれども、では養成できる人がいるのかと、基本的に正しく教えられているのかと何か根本的な疑問を感じるのですね。従来の枠の中でもし教えていたりしたとしたら、実は消費者教育が狭い範囲で、違った方向で進んで行きかねないので、その工夫が要るのかなと思います。

先ほど姫路の方の3つに分けるところがおもしろいなと思ったのですが、例えばローカルとかグローバルと言ったときに、ではローカルの課題は何と捉えているのか、グローバルの課題を何と捉えているのか。その課題の捉え方をどこで情報収集しているのかといったところを考えたときには、狭い範囲でしか考えられていないのではないかとすごく気になります。本当の意味でローカルの課題だとかグローバルの課題をちゃんと情報収集してそれを入れ込んでいるのかというところが気になります。そこはやはり検証しないと、消費者市民社会普及ができないのではないかと思いますので、もう少し踏み込んだ基本方針になればいいなと思っております。

○西村会長 ありがとうございます。

では、尾上委員、お願いします。

○尾上委員 私は、計画の段階での策定の手順等をしっかり考えていかなければいけないのではないかと思います。今日は、発表いただいた姫路市について、事前に調べてきたのですが、この消費者教育推進計画策定にあたっては、前提には教育推進計画があり、その上でこの計画に移ったと。その移った段階において、有識者会議を進め、アンケート、3,000のうち1,400ほどが有効回答数で、その後、パブリックコメント5通、12件というこの関心の低さがこういった形で進んでいくには、もっとしっかりした行政の積極的な推進施策と、あと行政間での連携というものを広めていかなないとなかなか浸透はしていかないのではないかと。

また、社会全体へのアプローチをするには、もっと発信の仕方を考えないと、当然ながら、進めていけない。そういった面では、学校教育の中に教科横断的な部分でのこの消費者教育、それ以外にも防災教育であったりいろいろなものが学校教育の中に入っておりますが、この段階でそういったことを身につけていくということは今後の広がりになってくると思います。そこで、学校とともに家庭の関わり方というのはしっかりしていかないと浸透は図れていかないのではないかと思います。また、社会教育という面からしますと、成人教育というのが少し弱いので、家庭教育レベルの低下ということが言われておりますし、今後、学習指導要領改訂の中においても、家庭も地域もしっかり連携していこうというような流れがありますので、そこを踏み込んだところで組み直していかないとなかなか、発信はするが浸透していかないという形になるのではないかとという危惧はございますので、こういった例を参考にしながら関心度を高める仕掛けをしっかりと持っていただけないかと思えます。

以上です。

○西村会長 ありがとうございます。そのほか御意見はありますか。

では河野委員。

○河野委員 今日お話を伺いまして、なおさらコーディネーターの位置付けは重要ではないかなと認識いたしました。さまざま課題はあるかと思うのですが、この取りまとめの話し合いの中で、例えば参考資料で入れました188ページなどは、イメージ図ですが、どのようにコーディネートしていったらいいとか、鳥取さんの図を見て重なるものも感じたのですが、あと、杉並さんだったらサポーターですとか、さまざま地域で担い手になってくれる人たちをどう支援してつなげていけるかというところを、ここの見直し文の中にどう盛り込んだらいいかということは今すぐ言えないのですが、例えば下3行の、国がコーディネートの育成・配置などモデル地区を設けて云々、機能を実効あるものにするための具体的方策を検討するとありますが、その辺をもう少し強めていく、その上でより具体化していくことが重要ではないかなと思っています。先ほど古谷委員からもありましたけれども、今少しぼやけているあたりはどんな点なのか、その辺を明確にしながら、文のところを強化していけたらいいかなと思っています。

以上です。

○西村会長 ありがとうございます。

では、島田委員。

○島田委員 何度も申しわけございません。今日のお話を拝聴しまして、非常に文科省の果たされた役割というのは大きいなと改めて思ったのです。つまり、消費者教育というのが、決して新しいことをするものではなくて、さまざまな教科、学校で取り組まれていることの総合的な、それをつなぐものなのだ、ちょっと視点を変えれば学校でやっていることは全て消費者教育なのだ、そのようなことを、例の「いつでも どこでも だれでもできる！消費者教育のヒント&事例集」というパンフレットで示された。それが非常に大きくこういった成果につながってきているのかなという印象を持ちました。

そういう観点からしまして、基本的な方針の中での230ページのところです。学校教育の部分で、ここはまさに学校でこういうことをしているというあたりが書かれているわけではございますけれども、ここにもう少し、この間の文科省での取組の成果といいますか、そういう「視点を変えれば全て消費者教育になるのだ」というあたり、教育関係者に響くような形で書いていただくと、少し教育関係者にも関心を持って見ていただけるのではないかと思います。

○西村会長 ありがとうございます。そのほか、基本方針の見直しに関しての御意見、よろしいでしょうか。

では、古谷委員。

○古谷委員 すみません。先ほどの補足なのですけれども、従来の枠でと言ったところが説明不足だったと思うのでちょっとつけ加えさせていただきたいのですけれども、例えばやり方とか定義を含めて基本方針は書いているのですけれども、では今何が問題になっているかということはどう発見してそれを入れ込むかという視点は全くないと思うのです。例えばローカルな地域のところで何が今問題になっているのかということであるとか、例えばグローバルで言うと、持続可能性への動きが国連を中心としてありますが、どれだけ消費者教育に関わっているかを認識してそれを取り入れているのかということ、正直、疑問なところもあります。この点は消費者庁さんにも努力いただきたいのですが、実はそのような世界全体の動きの中で消費者教育というのを捉えられていて、逆に情報提供できるようになっているのかも含めてサポートしていかないと、例えば従来から言われているエンシカルだとかフェアトレードばかりの話になったり、一方で安全だとかの話ばかりになったり、もっと基本的なところの課題だったり問題点を発見する方法であったり力であったりということにつながっていかないといけないと思っておりますので、基本方針とは別に、場合によっては検討していただいても良いと思います。

○西村会長 いろいろとありがとうございます。

それでは、この基本方針の見直しに関しましては、次回に中間見直しの取りまとめを出してもらおうという段取りにしていきたいと思います。

それでは、今日最後の3番目の議題でございます「コミュニケーション日本プロジェクト」の実施ということでもあります。今回おいでいただいておりますのは一般社団法人日本エンパワーメントコンソーシアム（以下、JEC）の山下氏でございます。山下さんは第1期の消費者教育推進会議の情報利用促進小委員会の専門委員を務めておられました。その際に、消費者教育・消費者啓発の一つの手法として、官民一体のプロジェクトを御提案いただいております、今回それを実行に移すという運びになったものであります。9月9日に第1回の実行委員会を開催し、間もなく開始ということで報告をいただきたいと思っております。

それでは、山下さんのほうから御報告よろしくお願いたします。

○JEC（山下）

まず最初に、本日はこのような貴重な機会をいただき、ありがとうございます。本日説明させていただきますコミュニケーション日本プロジェクト運営事務局、事務局長をさせていただきます、一般社団法人日本エンパワーメントコンソーシアムの山下と申します。

○JEC（山内） 副事務局長、山内と申します。

○JEC（山下） よろしくお願いたします。先ほど座長のほうからもお話しがありましたが、私自身、昨年まで推進会議の小委員会委員をさせていただいております、その際に御提案させていただきました消費者への情報伝達における国民参加型プロジェクトの活用というものについて、本日説明させていただきたいと思っております。

お手元の資料2をごらんになっていただきながらお話を聞いていただければと思います。

最初に、我々は熱中症問題やごみ問題をはじめ、さまざまな社会課題を解決するプロジェクトを政府と連携して官民一体で実施している団体でございます。また、プロジェクトを通じて一緒に活動している賛同会員や連携自治体数は、本年度8月末現在で、企業数が1,709社、地方自治体が959、民間団体が287団体、合計2,900を超える企業、行政、民間団体の皆さんと官民一体で活動をさせていただいております。

早速ではございますが、今年11月から消費者庁さんに賛同いただき実施する「消費者が安心して、安全で豊かな消費生活を営む事のできる社会を実現するプロジェクト」、コミュニケーション日本プロジェクトをどのように実施していくのかを御説明させていただきたいと思っております。

1ページめくっていただきまして、プロジェクト名は今申し上げましたプロジェクト名です。

そして、プロジェクトの目的、こちら長いのですが、書いてあるとおりでございます。

そして、プロジェクトの推進方法は、企業、行政、民間団体と一体になってみんなでやってみましょう、推進していきましょうというような形になります。

そして、またページをめくっていただきまして、運営体制は実行委員会制で、実行委員会に消費者庁さんにも入っていただき、運営してまいります。本委員の古谷委員にも実行委員として御参加いただいております。

5 ページ目が実行委員のメンバー表になってございます。

そして、プロジェクトの運営費に関しましては、賛同会費や賛同会員と実施する啓発活動費を運営費に充当して運営していくというような形になります。

それでは、早速ですが、6 ページの「プロジェクトの5つの推進方法」というものを説明させていただきたいと思います。

7 ページ目をめくっていただきまして「プロジェクトの5つの推進方法」ですが、我々団体の、先ほど申し上げたような強みを生かした5つの啓発方法を用いて推進していきたいと思っております。

具体的には、書いてありますとおり、①賛同会員との官民一体の啓発活動、②啓発に強い場所での官民一体の参加型イベント活動、③各省庁や地方自治体との連携啓発活動、④WEBサイト企画を利用した啓発活動、⑤年1回のアワード実施による啓発活動、というような形で5つ挙げさせていただいております。

それぞれを1つずつ御説明させていただきたいのですが、まず1つ目、「賛同会員との官民一体の啓発活動」というところで、ちょっと9 ページ、10 ページを見ていただきますと、これはイメージになるのですが、プロジェクトの賛同会員と一緒に共通のロゴマークであったり文言といいますか、啓発ツールを使った啓発活動をすることによって、効率よく、教育の観点から見ても啓発活動の観点を見てもできるのではなかろうかというような形で、我々が今やっております熱中症のプロジェクトを例にして書かせていただいております。

10 ページ目が企業で我々のロゴマークとかを使っている例、そして11 ページ目が行政、民間団体の例ですね。我々の活動、官民一体の活動になりますので、企業、行政、民間団体の事例を挙げさせていただきました。

そして12 ページ目ですが、先ほど皆様のお手元にハガキを配付させていただいたのですが、官民一体で実施する見守りハガキ活動について、少し詳しくこの場を借りて御説明させていただきたいと思っております。

本プロジェクトは、今後、消費者教育の中でフード・ロスであったり金融リテラシー、子供の事故であったり、さまざまな課題の啓発を実施していくのですが、11月から始まるプロジェクトの第一の矢として、消費者トラブル啓発手段、この見守りハガキになりますよという形になります。

この見守りハガキができた背景というものが12 ページ、13 ページに書かれているのですが、これは委員の皆様には釈迦に説法の話だとは思いますが、消費者トラブルの額というものがこれだけの額になっていますよと。そして、消費者トラブルの中でも最も注目されているといいますか、よく知られているといったほうがいいかもしれませんが、特殊詐欺の問題というものがございます。このような消費者トラブルのスムーズな解決や特殊詐欺を減らす、高齢者やファミリー層に親しみがあってわかりやすい解決手段といいますか、わかりやすい家族間のコミュニケーションツールをつくれないうかという思いか

ら生まれたのがこの見守りハガキというものになります。

では実際に見守りハガキの目的であったり使い方というものを、この見守りハガキを使ってと言っただけでは何ですが、御説明させていただきたいと思います。このハガキ、基本的に親から子供へ、子供から親へ、孫からおじいちゃん、おばあちゃんに送るハガキだと御理解いただければと思います。

こちらの面、188（いやや）が記載されている面を見ていただきたいのですが、まず、消費者トラブルに困ったら188（いやや）という形で、わかりやすく188（いやや）の普及・啓発をさせていただいております。そして下が、家族間のコミュニケーション手段として、家族間の電話にはあいことばを使おうよと、決めておこうよというような形で、あいことばというものを通じてコミュニケーションをとっていただくようになっております。

こちら、控え用と郵送用と書かれているのですが、家族の秘密のあいことばは左側の控え用に家族間でしかわからないようなものを、ペットの名前でもいいですし、書いていただいて、そして右側に張ってあるシールをめくっていただいて、こちらにも同じ言葉を書いていただいて張っていただく。シールを隠すためにですね。そして、メッセージを書く欄があるのですが、これは書いていただくかいただくまいかというところがありますが、記入欄がございまして、これらをぴりっと破いていただいて、そして郵送用の裏面を見ていただきますと住所が書けるようになっています。

当然、これはハガキですので送らないといけませんから、それらを大切な家族に、子供から親へ、親から子供に、そして孫からおじいちゃん、おばあちゃんに送っていただくというような形になっています。

そして、控え用のものが自分の手元に残るのですが、これは残していただく理由としては、家族の秘密のあいことば、何と書いたか、人間、忘れますから、ちゃんと大切にしておいてくださいねというような形のハガキになっています。結果、秘密のあいことばを使った家族間のコミュニケーションを通じて、188（いやや）の周知、あと消費者トラブルのスムーズな解決策の啓発ができるというようなハガキになっています。

当然のことながら、このハガキでこういうあいことばを決めたことによって、こういう詐欺問題が確実に解決できるのかといったらそうではないと思っています。当然、劇場型であったりいろんな詐欺がございまして、このハガキの良いところというのは2つだと思っています。188（いやや）の啓発、そして家族間のコミュニケーションを促す一つの手段であるというところに、我々、特化してこの施策をさせていただこうと思っています。

そして、このハガキの下に今回させていただくプロジェクトの賛同会員さんのPRスペースがございまして、そのPRスペースを御利用いただく賛同会員さんにこのハガキを販売することで、賛同会員さんと見守りハガキ活動というものを広げていくというような形の方法を取らせていただきます。

そして、このハガキなのですが、配布方法、誰が配布するのだと、どこで配布するのだ

と。銀行であったりそういったところではわかりやすいとは思いますが、なかなか配布する先がない会社さんであったり団体さんというものが多々ございますので、ここで15ページに記載のとおり、自治体さんからの配布をさせていただこうと思っています。当然無料配布ですね。

ただし、デメリットが1点ございまして、これは切手張ってございませぬ。ですので、切手を張って出してもらおうというモチベーションまで導かないといけないものですので、御自由におとりくださいという形で行政に置いていただいて、勝手に取って出してもらおうというのは非常に難しいと我々考えています。ちょっと試験的にやらせていただいたのですけれども、やはり難しかったです。

自治体さんとは、いろんな施設であったりイベントであったり、講習会、健診、いろんなシーンでさまざまな形で——16ページに書いてあると思いますが——接する機会がありますので、その際に簡単な説明書等も含めて、そんなにわかりにくいものではないですし、高齢者の方は恐らくこれは書けない形になると思います。ですので、アクティブシニアではないですが、ある程度危機感を感じる高齢者であったり、もしくは両親を持っているお子さんであったり、もしくは小学校の現場でこれをおじいちゃんに書いてあげようというように形で使われる形になってくるのではないかなと思います。

そして2番目ですね。企業、団体、さまざまな「場」。これは先ほど言いましたように、銀行さんであったり、もしくは会員を持っている企業さんであったり、そういったところではいろんな形で配布する場がございますので、特に不動産屋さんとか、住所が変わりましたので親に知らせましようとかいったところもそうですが、そのようなところで配布するという形になります。

そして、この見守りハガキは11月からスタートしようと思っておりますが、既に大手のSNSの企業であるとかさまざまな大手企業との連携も多数決定しております。さらには、お子様から大人まで幅広いキャラクター、アニメのキャラクター、そういったものと、今、リスが載っていますけれども、これは見守りリスというのですけれども、こういったところに皆さんが知っているようなキャラクターが載ったりという形で、限定的に話題性を呼んで皆さんに御活用いただくというようなことも多数お話が来ております。

以上が見守りハガキの説明になります。

そして、話、1番が長くなったのですが、推進方法の2番目が啓発に強い場所での官民一体の参加型イベントをやりたいと。巣鴨であったり渋谷のハチ公前広場等々いろいろ書いてございますが、要は、今、御説明させていただいた見守りハガキをイベントに参加していただいた人にその場で記入していただくというようなイベントになろうかと思っております。そのようなイベントを、今説明しました、18ページに書いてあります巣鴨であったりハチ公前広場であったりというところでやっていくという形ですね。

そして、ページ飛びまして22ページ、3番目が各省庁や地方自治体との連携です。我々、いろんなプロジェクトをやっている中で、省庁連携、かなり幅広くやらせていただい

ます。例えば熱中症であれば国交、農水とか地方自治体と連携してとかありますが、23ページで、今回、総務省さんにこの見守りハガキの施策に対して後援もいただきましたので、地方自治体に対していろんな案内をかけるという部分では非常にありがたいと思います。

そして、24ページ、先ほど申し上げたように、959の地方自治体と我々連携できておりますので、その自治体さんに、いろんな教育ツールであったり、委員の皆さんがいろいろ考えられているもの、そして、今まであって、なかなかいいもの、いっぱいあると思いますので、そういったものをどんどん自治体さんに、どうぞ、こういうシーンで配布してねと、ちょっとデザイン等を変えて、内容は変えずという形で一緒に連携していきたいと思っています。

4番が「WEBサイトを利用した啓発活動について」。これは至ってシンプルです。当然、消費者庁さんのサイトとのリンクであったり、国民生活センター、どこと張るのだというのがありますが、金融庁、警視庁、警察庁、いろんなところと連携して、恐らく我々のサイトというものはこのハガキが届いた人を含めて結構見ると思いますので、そういったところで皆さんに効率よく啓発ができればいいかなと思っております。

そして、28ページ等はいろんなインターネットメディアですね。高齢者がこのようなメディアを見ることはなかなかないと思うのですが、やはり見守り隊を増やすという意味でも、こういうファミリー層にちゃんとした知識を啓発して、そして家族間のコミュニケーション、そして家族以外で守っていただく消費者市民社会の形成という部分でも、こういったアクティブ、無関心層に向けてしっかりと発信していくということが大事ではないかなと思っております。

最後になりますが、5番ですね。これはアワードの実施と書いております。我々、各プロジェクトでアワードを実施しているのですが、これは企業、行政、民間団体、31ページに書いてございますが、全て表彰させていただきます。表彰することによって、当然のことながらモチベーションが上がり、さらに、皆さん共有できると。そして、賞をとった者同士が話し合うという場まで作ってやっていきますので、かなりプロジェクトの活動の活性化が期待できます。コアな部分で頑張っている人たちがまたさらに頑張って引っ張っていくという意味で、消費者教育の底上げにつながるようなことになるのではないかなと思っております。

このように5つの推進方法でプロジェクトの実施を11月初旬からしてまいります。今後は、教育分野での文部科学省さんとの連携であったり、金融リテラシーで金融庁さん、フード・ロス問題では農林水産省さんであったり環境省さん、また高齢者や障害者への見守りでは厚生労働省さん、詐欺問題では警察庁とかと連携して、各省庁のさらなる情報発信の手段として、このコミュニケーション日本プロジェクトを御活用いただければと思っております。

以上がコミュニケーション日本プロジェクトの説明になります。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。

余り時間がございませんが、ただいまの御説明に対しての御質問、あるいは今後の展望とか御説明もありましたが、いかがでございましょうか。

では、出口委員。

○出口委員 最大の目的は何でしょうか。最初はオレオレ詐欺というところではわかりやすかったのですけれども、すごく目的が広くなり過ぎていて、例えばこれを配布して、「このハガキは何？」と聞かれたときに、コミュニケーションだよと言われて、こんなの使わなくなつて、携帯あるし、と言われてしまうような感じですが、このハガキの中とか啓発活動されていく中で、この目的を少し絞って、これとこれとこれが日本の最大の問題だから、これを予防するためにやるんだよというようなプロジェクトという形で、もう少し推し進めていかれたほうがわかりやすいような気がします。

○西村会長 富岡委員。

○富岡委員 このハガキの中に広告という形で載っておりますけれども、企業及び団体の広告が入ることになりますと、消費者庁が公認している企業とか団体というふうに取り入れる可能性があるのではないのでしょうか。そこへの審査というのはどこでやるのですか。

○西村会長 では、山下さん。

○JEC(山下) まず最大の目的はおっしゃるとおりでございまして、恐らくこのプロジェクトというのはいろんなことを仕掛けていかないといけないのですね。ですので、最初に言いましたように、この見守りハガキというのはいかにもわかりやすく、これは第一の矢ですね。では第二、第三ってどのように仕掛けていくのというのは、恐らく、本当に委員の先生であったりとかと話をしていきながら進めていくというような形になろうかと思えます。

2つ目の質問であります広告の審査でございますが、これは非常に重要だと思っております。まず、小さく「下記の広告は見守りハガキ活動の応援企業の広告であり、消費者庁とは関係ありません」とは書いてあるのですが、当然誤解を招くような形になると思いますので、我々も、審査体制、販社のチェックであったりとか、そういった分野の専用の会社さんを入れてチェックを入れて、当然、入れる広告内容の表現であったりとか全部チェックを入れて、三重のチェックを入れた形での体制になろうかと思えます。そういう形で審査をしていく形になります。

○西村会長 私からも1点だけ。すみません、時間がないところで。

このプロジェクト実行委員会、これには古谷委員もかかわっていらっしゃるということで、これから第一弾、第二弾とやっていくというお話がありましたけれども、ここで、先ほど来ずっとお話が出ています消費者市民社会の普及推進というのはこの推進会議としては一番の眼目でございまして、そこらあたりのところが具体的な、先ほど子供の事故の問題とかトラブルとか、そんなお話が出ていましたけれども、その辺は計画の中にはないのか

どうか、ちょっと期待を込めて発言させていただきます。

○JEC（山下） ありがとうございます。当然のことながら、プロジェクトの目的のところに消費者市民社会の形成というのがございます。そして、我々の強みというのが、いろんな企業さんがやっている取組であったり行政さんがやっている取組、そして賛同会員さんがやっているさまざまな取組を仕掛ける仕掛けがプロジェクトなのですね。ですので、我々が主体で何かをやるという認識ではなくて、それぞれやっているところに、共通のロゴであったり、便利なツールが無料でもらえるよ、であったりとか、そういった形でどんどん皆さんに伝達していく。見守り隊をふやしながらか、そしてさらにそういったツール、共通のツールを使うことで、みんなが「これいいね」「あれいいね」という形で、「私、こういうの学んだんだけど、これ知ってる？」という形で教えていただく。先ほどのWEBサイトの話でもそうですが、そのような形で、我々が主体ではなくて、一緒にやっていく賛同会員さんの皆さんにそういった消費者市民社会の形成を促すようなきっかけのツールを我々が提供していくというのが、このプロジェクトの重要な役割ではないかなと思っております。

○西村会長 ありがとうございます。念のため、この推進会議、あるいは消費者庁とこのプロジェクト委員会との関係というのはどのようになりますか。それは消費者庁さんのほうから何か、もし御説明いただければ。

○JEC（山下） 私から説明させていただきますと、もう至ってシンプルです。実行委員会のメンバーの中に――5ページでございますが――担当省庁として消費者庁に入っているという形ですね。ですので、実行委員会のメンバーとしての位置付けになります。

○西村会長 ということは、消費者庁が単独に何かをということではないということですね。

○JEC（山下） はい。

○西村会長 わかりました。ちょっと時間が押してしまして、申しわけありません。いろいろ御丁寧に山下さんのほうから御説明ありがとうございます。今後、11月からスタートさせるということでありますので、よろしくお願ひしたいと思います。

最後になりますが、今日、席上に配付させていただいています資料が2つございます。1つは消費者教育支援センターのほうから、「見守りワークブック」でございます。それからもう一つは、金融広報中央委員会からの「金融リテラシー調査」でございます。これにつきまして、ちょっと簡単に御説明いただければありがたいのですが、支援センターさん、簡単にお願ひします。

○富岡委員 お手元に、「見守りワークブック」というのを作成して、今、自治体さんに御活用ということでお配りしました。これは8月に完成しております。多くの方に活用していただいで少しでもお役に立てればということで、支援センター、今のところ、大体年に2種類ぐらいのこういうゲーム教材であったりワークブックのようなものを作っており

ます。皆さんに見ていただいて、また御意見もいただければと思っております。

以上です。

○西村会長 ありがとうございます。

では、金融リテラシー調査について、吉國委員、お願いします。

○吉國委員 金融広報中央委員会の吉國でございます。

この調査、前回の会議の直前に発表されまして、そのときにお話だけ申し上げましたけれども、その後、マスコミ等で割合話題になっておりますので、ごく簡単に御説明申し上げます。

3ページを開いていただきますと「調査の概要」がございまして、この調査は金融リテラシーに関する初めての総合的な調査ということで、我が国の人口構成とほぼ同一なウェイトで収集した2万5,000人というかなり大規模なサンプルを使ってございます。これはインターネットのおかげでできたということでございます。

内容でございますけれども、11ページに、今の3ページにありますように、幾つかの設問、これは金融知識、判断力と行動特性、考え方、全部で53問、そのうち海外でも同じような調査がございまして、比較可能なものが半分ぐらいございます。10ページに全体のまとめがございまして、金融教育、あるいは消費者教育との関係がおもしろいと思っておりますのは、図表23、金融知識で、金融取引の基本についてはかなり正答率が高いのですが、例えば保険、ローン・クレジット等、そういう具体的なものについては5割程度の正解率です。それから図表27にございまして、「購入時の商品性の理解」、例えば株式とか投資信託、外貨預金等、意外と商品性をあまり理解していないというのが合計すると4分の1から3分の1ぐらいある状況になっています。

それから、隣の図表28で言いますと、金融トラブル発生時の相談窓口に対する認識が、実は3分の1近くの方が必ずしもちゃんと認識していない状況です。また、12ページ、「正誤問題の正答率」、これは年齢層別に見ますと年齢層が高くなると正答率が高くなっていきますけれども、70代になると若干落ちてくる。やはり高年齢になると若干リテラシーが落ちる。一方で、18ページに図表49というのがありますが、そこで70代を見ますとマイナスになっています。これは何かと申しますと、客観的評価と自己評価についてギャップがあるということです。つまり、70代になると若干リテラシーが落ちるのですが、自分たちは落ちてないと思っている。この辺がある意味でオレオレ詐欺なんかにはひっかかる可能性がある一つの背景かもしれません。

あと、16ページに戻っていただきまして、海外との比較がございまして、例えば米国との比較で言いますと、やはり日本は若干低いなど。特に複利の部分が低いということは、日本のいわゆるゼロ金利が続いているということで、なかなか貯蓄が増えていくという概念が持てないのかなということだと思います。

あと最後に、最近話題になっているのが、23ページ、「都道府県別分析」です。私どもは客観的に数字だけ出したのですが、週刊誌等はかなりいろいろと背景等も含めて

書いておられまして、奈良県、香川県、京都府が上位、逆に、山梨県、沖縄県、山形県が下位、という結果が出てございます。この辺は人口に合わせてサンプルをとっていますので、割合正確な反映になっていると思います。

ちなみに、今日は飯泉委員がおいでになっておりませんが、消費者庁の移転で関心が高まっています徳島につきましては上から10番目と比較的高いリテラシーであるということでございます。

以上でございます。

○西村会長 ありがとうございます。簡単に御報告ということでお願い申し上げて恐縮でした。

進行の不便がございまして、5分近く延びてございます。本日の議論、ここまでということにさせていただきたいと思いますが、何かどうしても一言という御意見ございましたら、どうぞよろしく願いいたします。

よろしいでしょうか。

それでは、最後に事務局より次回日程につきまして御連絡のほうをお願いいたします。

○金子課長 次回の日程でございますけれども、12月の中旬あたりを考えております。後日また日程調整させていただければと思います。

○西村会長 それでは、以上をもちまして、本日はこれにて閉会とさせていただきます。どうもお忙しい中ありがとうございました。