

第20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20回消費者教育推進会議

議 事 次 第

1. 日 時 平成29年10月 2 日（月） 14：00～16：00
2. 場 所 中央合同庁舎第 4 号館11階全省庁共用1208特別会議室
3. 議 題
 - (1) 「消費者教育推進に関する基本的な方針」の見直し骨子案について
 - (2) 分科会の設置について
 - (3) 学校における消費者教育の現状について（文部科学省より説明）
 - ・学習指導要領の改訂について
 - ・教員の研修の現状等について
4. 出席者（敬称略・50音順）

委員：青木秀子、東 珠実、尾上浩一、片山博子、齋藤秀樹、坂倉忠夫、清水かほる、曾我部多美、千葉恵美子、出口貴美子、中村新造、永沢裕美子、萩原康秋、吉國眞一

幹事等：警察庁生活安全局：太田尾生活経済対策管理官付係長【代理出席】
金融庁総務企画局：本田課長補佐【代理出席】
文部科学省生涯学習政策局：中野男女共同参画学習課長
文部科学省初等中等教育局教育課程課：春山教育改革調整官
文部科学省初等中等教育局：佐藤教職員課長
文部科学省高等教育局大学振興課大学改革推進室：多田専門官
文部科学省高等教育局：小代学生・留学生課課長補佐
農林水産省安全局：川本消費者行政・食育課課長補佐【代理出席】
経済産業省商務情報政策局：伊奈消費経済企画室長
国土交通省総合政策局：杉山安心生活政策課調査第二係長【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：川口次長、小野審議官、尾原消費者教育・地方協力課長、青山消費者教育推進室長
5. 配布資料
 - 資料 1－1 基本方針見直し骨子案
 - 資料 1－2 対応表
 - 資料 1－3 課題の検討状況表
 - 資料 1－4 消費者を取り巻く社会経済情勢の変化について
 - 資料 2 学習指導要領の改訂について（消費者教育の充実等）
 - 資料 3－1 教員養成課程について 他

資料 3 - 2 大学生に対する消費者教育の取組状況や教職員への理解啓発等
について

資料 4 「若年者の消費者教育分科会」名簿

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）

参考資料 4 第二期消費者教育推進会議取りまとめ（平成29年6月）

○東会長 それでは、定刻でございますので、ただいまより第20回消費者教育推進会議を開催させていただきます。

皆様、御多用の中、お集まりいただきまして、ありがとうございます。

会議の初めに前回御欠席でいらっしやいました委員からの御挨拶をいただきたいと思っております。

齊藤委員、よろしく願いいたします。

○齊藤委員 ありがとうございます。

前回欠席いたしまして、大変失礼いたしました。私、全国老人クラブ連合会という高齢者の団体に所属しております齊藤と申します。よろしく願いいたします。

まず、皆様には、日頃高齢者の消費者被害防止に向けまして大変いろいろと御指導を賜りましたこと、厚く御礼申し上げたいと思えます。

私どもの組織は比較的元気な高齢者の組織でありますけれども、住んでおられる地域の自治会や町内会単位で組織化されております。私どもクラブと言っておりますが、1つのクラブは大体50～60名が所属しております、今日白黒の1枚物の裏表の資料を配付してございますが、全国に10万クラブ、約600万弱の会員を擁している組織であります。

マスコミ報道にもありますように、高齢者の消費者被害は後を絶たないわけですが、これまで長い間、高齢者は情報の受け手、または守られる側という意識でいる方々が多数でありまして、これでは被害は減らないだろうと私どもも考えるようになり、守られる側だけではなくて、元気なお年寄りには情報の受け手から情報の発信者になろう、または、同じ高齢者であっても情報に疎い方々に情報の提供をしていって、被害に遭わないようにするというのも私どもの大事な務めだなということで、組織内では意識改革を図るよう努めてまいりました。

1枚目の資料にありますように、全相協を初め、消費者団体の皆様の御指導もいただきまして、高齢者みずから立ち上がるように、見守りサポーターというような仕組みを組織内につくって、この人たちが一定の勉強をしながら得た情報を、情報を得にくい地域の高齢者の方々に日頃からできるだけ発信をしていって、いろいろなことに気づいて発見をおくらせないようにしようということの取組を、現在いたしております。26年からモデル的に進めてきておりますが、1万3,000人ぐらい、全国にサポーターと称する人たちができつつあります。大したことはできないのでございますが、情報を「伝える」役割、それから、何か異変があるということについての「気にかける」という気づきの役割、そして、関係者の皆様にお伝えをして「つなげる」という、そういう問題解決の糸口を図るこの3つの言葉をキーワードにしながら、今、進めているところでございます。

しかし、なかなかサポーターといっておられても、専門的な知識が豊富なわけではございませんので、これから先々も地域で皆様からいろいろな形でサジェスチョンしていただいて、皆様と一緒に、特に消費者の被害防止に努めていくようにしていきたいと思っておりますので、どうぞ御指導いただきますようによろしくお願い申し上げまして、

私の御挨拶にかえさせていただきます。ありがとうございます。

○東会長 どうもありがとうございました。

本日は、飯泉委員、色川委員、柿沼委員、曾我部委員、鈴木委員、原委員におかれましては、御欠席とのことでございます。また、岩本委員はおくれて参加と伺っております。よろしくお願いいたします。

議事に先立ちまして、事務局に交代がございましたので、御紹介をいたします。

消費者教育・地方協力課長の金子課長が異動されまして、後任に尾原課長が着任されました。尾原課長、一言御挨拶をお願いいたします。

○尾原消費者教育・地方協力課長 本日付で金子の後任で参りました、尾原と申します。先生方、御指導のほどよろしくお願いいたします。

○東会長 よろしくお願いいたします。

それでは、本日の議事に移りたいと思います。

議事次第をご覧ください。議題の1点目「『消費者教育の推進に関する基本的な方針』の見直し骨子案について」でございます。骨子案は、現行の基本方針をもとに、第2期推進会議における論点整理や消費者委員会からの意見、あるいは、前回の推進会議での御意見などを踏まえまして、消費者庁において作成したものでございます。

消費者教育の推進に関する法律の規定によりまして、本会議は、内閣総理大臣及び文部科学大臣が基本方針の案を作成しようとする時に、意見を聞かれることとなっております。皆様には、そのようなお立場で本日の御議論をお願いしたいと思っております。

それでは、資料につきまして、事務局から御説明をお願いいたします。

○青山消費者教育推進室長 消費者教育・地方協力課消費者教育推進室長の青山でございます。

資料は、資料1-1から1-4をご覧ください。

資料1-1、基本方針の見直し骨子案を作成しております。

資料1-2、資料1-1の骨子案につきまして、第2期推進会議で取りまとめた基本方針の見直しに向けた論点整理や消費者委員会からの意見等に対応させた対応表でございます。それぞれの意見等につきまして、現行の基本方針の記載に既に盛り込まれているものもでございます。現行の基本方針に記載がなく追記したほうがよいと考えられるもの、また、表現を変更したほうがよいもの等につきまして、赤字でお示ししております。

資料1-3、現行の基本方針の別紙に記載のあります「今後検討すべき課題」について、どの程度対応が行われたかを一覧にしたものでございます。

資料1-4、現行の基本方針の冒頭に「1 消費者を取り巻く現状と課題」という部分がありますが、この特に数値等が記載されている部分は更新の必要がありますので、この5年間の消費者を取り巻く状況を御説明するために参考として作成したものです。

現行の基本方針につきましては、皆様の机の上に置いております第1期推進会議の取りまとめ、このちょっと分厚い白い冊子ですけれども、これの205ページから記載がございま

すので、適宜参考としてお使いください。

それでは、まず資料1-1と資料1-2を中心に御説明をいたします。資料1-1及び資料1-2、それから、資料1-3をご覧いただきたいと思います。

まず、現行の基本方針につきましては、ここにあります各基本方針の見出しがそのまま骨子となっております。各項目ごとに内容が記載されている形になります。したがって、この資料では、骨子部分と内容のポイントを記載しまして、それに前期推進会議での論点整理、及び消費者委員会から出されています成年年齢引下げ対応検討ワーキング・グループ報告の提言、同じく消費者委員会からの若年者を中心とした消費者教育の効果的な推進に関する提言、それと、前回の推進会議で出されました意見を参考に、現在の基本方針にはない記載、それから、変更したらよいのではないかと思われる記載を赤で追記、修正しております。骨子改定案は、ワードでつくっております資料1-1と、エクセル表で各意見等を対応させてものの資料1-2の対応表の2つを用意いたしました。

まず、資料1-1をざっと見ていただきたいのですが、基本方針は、IからVの事項に大きく分けられております。これは推進法9条2項に、基本方針において定める事項が決められておりますので、それに沿った形になっております。推進法9条2項では4つの事項ですが、5つの項目が定められております。まず1、消費者教育の推進の意義及び基本的な方向に関する事項、2、消費者教育の推進の内容に関する事項、3、関連する他の消費者政策との連携に関する基本的な事項、4、その他消費者教育の推進に関する事項となっております。

1の消費者教育の推進の意義及び基本的な方向に関する事項については、資料1-1の1ページから2ページ、「I 消費者教育の推進の意義」及び3ページから4ページの「II 消費者教育の推進の基本的な方向」が該当しています。2の消費者教育の推進の内容に関する事項については「III 消費者教育の推進の内容に関する事項」、資料1-1の5ページから8ページが該当しています。3の関連する他の消費者政策との連携に関する基本的な事項については「IV 関連する他の消費者施策との連携」、資料1-1の9ページが該当しております。その他「V 今後の消費者教育の計画的な推進」が記載されておまして、資料1-1の10ページとなります。また、基本的に数値やデータ関連につきましては、全体的に最新のものに更新をいたしますので、それらについての説明はここでは触れません。省略いたします。

それでは、1-2の対応表を使って御説明をさせていただきたいと思います。ページは振っておりませんが、左側の行ナンバー、1、2、3と振っておりますが、そちらの行ナンバーを目安にご覧いただければと思います。

「I 消費者教育の推進の意義」の部分について御説明をいたします。ここは行ナンバーの1から12になります。

まず「1 消費者を取り巻く現状と課題」の部分につきましては、行ナンバー3と4にあります「(1) 社会経済情勢」と「(2) 消費者事故・トラブルの状況」について、基

本方針策定以降の5年間の消費生活を取り巻く動きを俯瞰しつつ、今後に向けた予測状況等があれば記載することとしたいと思っております。

これにつきまして、この現在の消費生活を取り巻く状況の参考としまして、資料1-4を用意いたしました。一旦こちらの1-4をご覧ください。これにつきましては、消費者白書等の資料を中心に基本方針策定後の5年間の消費生活を取り巻く状況を見てみたものです。

1ページ、国内総生産に占める家計消費の割合と家計金融資産の状況をお示しいたしました。こちらによりますと、消費者の支出する消費額や家計金融資産が大きく社会に与える影響が大きいという状況は変わらないということがわかります。

2ページ、3ページ、こちらは総人口が減少する一方で高齢者は増加しており、総人口に占める割合は過去最高になっていることがわかります。それと連動しまして、高齢者の消費生活相談件数は、2012年以前と比べると依然として高水準を維持しております。その相談内容にも情報化の影響があることがわかります。

4ページ、5ページ、インターネットの利用、携帯電話、スマートフォンの保有率が拡大しており、それが高齢者にも広がっていることがわかります。家計のインターネット利用に関する支出も年々増加しておりまして、旅行や食料、家電や衣類といった普通のものをネットショッピングで購入するようになっている状況がわかります。

6ページ、PIO-NET、国民生活センターがっております全国消費生活情報ネットワークシステムでございますけれども、こちらに寄せられた消費生活相談の販売購入形態別では、インターネット通販の割合が増加しており、65歳以上でも増加の傾向が見られることがわかります。

7ページ、第2期の消費者教育推進会議でも話題に上がりましたが、今後のインターネットを利用した新たなサービスにつながる例として、消費者白書でもフィンテックやシェアリングエコノミーなどを取り上げております。また、SNS等の情報が若者の消費行動に影響を与えている状況にも触れております。

また、グローバル化の進展も顕著ですが、8ページには、消費生活においてはインターネットの利用により、消費者が海外事業者とも気楽に取引ができるようになったことが影響しているということがわかります。

これらの高齢化、情報化、国際化の進展を中心に、そこに成年年齢引き下げの動き等にも触れつつ、記載を変更してはいかかかと考えているところです。

資料1-2に戻っていただきまして、次に行ナンバー5にあります「(3)大震災の経験」の部分、これにつきましては、東日本大震災後、オーガニック商品などのエシカル消費等への意識が高まりつつある状況、また、その後も大きな災害が発生しておりますので、それらについても触れる必要があるかと考えております。

行ナンバーの7になります。「(5)日常の消費生活環境や経済社会への影響」、この部分には、2015年に国連で持続可能な開発のための2030アジェンダが採択され、17の目

標、SDGs、持続可能な開発目標が設定されておりました、このような機運も高まっておりますので、そのような視点を入れる必要があるかと考えております。

次に「2 消費者教育の推進の必要性」ですが、行ナンバー9「(1)『消費者教育』の意義」の中に、前回の推進会議で御意見の出ました加害者になり得る可能性の防止という視点での消費者教育という、このあたりの考え方をいかにいかかかと考えております。

次の行の「(2)『消費者市民社会』の意義」には、ここにもSDGsの視点をつけ加える必要があるのではないかと考えております。

Iについては、以上となります。

「II 消費者教育の推進の基本的な方向」、行ナンバーは13から38になります。ここでは推進法の3項にある基本理念に示されている具体的な事項に基づいて方向性が示されております。いただいた御意見に該当する事項は、既に大体ほとんど盛り込まれておりますけれども、3つほど追記をしてはいかかかという部分がございます。

1つ目は「(3)消費者の特性に対する配慮・場の特性に応じた方法」、ここは行ナンバー18になります。ここに家庭環境や親子関係の変化等、ライフステージや消費者の特性の変化を意識した幅広い切り口を意識する必要があるのではという御意見をいただいておりますので、内容の記載の際には検討したいと考えております。

行ナンバー20「(4)国からの多角的な視点の情報提供」のうち、(消費者市民社会構築に向けた情報提供)、ここを考える素材としまして、エンカル消費の例なども入れてはいかかかと考えています。

次のページ、行ナンバー32からの「3 他の消費生活に関連する教育と消費者教育との連携推進」ですが、これまで(その他の消費生活に関連する教育)の中にあつた法教育、金融経済教育、これらを個別に出してもいいのではないかと考えております。それから(その他の消費生活に関連する教育)の中に、主権者教育ですとかキャリア教育との連携も考えてはいかかかということで、追記しております。

IIの部分については、以上となります。

以降、行ナンバー39から81については「III 消費者教育の推進の内容に関する事項」となります。

まず「1 様々な場における消費者教育」の「(1)学校」の「○小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等」における消費者教育につきましては、学習指導要領の改訂がございますので、それに依りて変更する必要があるかと考えております。また「○大学・専門学校等」につきましては、内容に追記をしてはいかかかかと考えております。

「(2)地域社会」におきましては、行ナンバー46(消費生活センター等における消費者教育の推進・拠点化)につきましては、現行の基本方針では拠点化という考え方が示されていますが、そこからさらに進展させまして、拠点化の促進としたいと考えております。

行ナンバー47(高齢者・障害者等への見守りと消費者教育)では、消費者安全法に消費者安全確保地域協議会の設置等が盛り込まれておりますので、その活用などにも触れたい

と考えております。

次のページ、行ナンバー52からの「2 消費者教育の人材（担い手）の育成・活用」につきましては、「（1）小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等における教職員」に、教職員への研修や教員養成課程を有する大学への働きかけや支援などを、次のページの行ナンバー55からの「（3）消費者団体・NPO等の地域人材」につきましては、行ナンバー58の（コーディネーターの育成）などについて、それぞれこのあたり、より積極的な取組の推進について、内容を充実させていきたいと考えております。

次に、行ナンバー59「（4）事業者・事業者団体等」につきましては、現在（消費者に対する説明・情報提供の能力向上）とありますけれども、現状を考えますと、一方的な表現等ではなく（事業者と消費者のコミュニケーションの重要性）というような表現に変えまして、消費者志向経営等も含めまして、変更すべきではないかと考えております。

「（5）消費者」の（消費者学習の展開）、行ナンバー66になりますけれども、ここは内容から（消費者の自主的学習の支援）という表現のほうがふさわしいのではないかと考えております。

「3 消費者教育の資源等」につきまして「（1）教材等の作成・活用」ですが、行ナンバー69の（多彩な教材等の作成と消費者教育ポータルサイトでの情報集約）の部分につきましては、ポータルサイトの認知度向上と検索機能の向上を入れております。

行ナンバー72の（学習内容の工夫）に、アクティブ・ラーニングの視点からの学習方法や教材の提供、それから、学校家庭クラブの活用などを追記しております。

次のページ、「（2）調査研究」の行ナンバー74の（基礎的な情報の整備）のところには、効果的な推進のための調査研究としまして、効果測定を行うための調査研究ですとか、教育手法の高度化、教材開発のための調査研究等を改めて入れております。その2つ下、行ナンバー76（消費者市民社会概念の研究・普及）には、消費者市民社会をわかりやすく伝えるための教材等の開発というものを追記しております。

そのあたりまでになりまして、それ以降のIVとVについては、特に骨子として修正はなく、内容の充実を検討していきたいと考えているところです。

1-1、1-2の資料につきましてはの御説明は以上になります。

先ほどの資料1-3に示しております現行の基本方針の別紙にあります「今後検討すべき課題」という部分につきましては、第1期の消費者教育推進会議以降、ほとんどの事項については、検討自体はされているため、現在はそれを進めていく段階となっているのではないかと思います。そのため、これらにつきましては、基本方針の内容のほうにできるだけ組み込んでいきたいと考えているところです。

説明につきましては、以上です。

○東会長 ありがとうございます。

ただいま資料1-1から1-4に基づきまして、骨子案についての御説明をいただいたところでございます。内容に入ります前に、まず、全体のこの骨子案の検討の方法につい

てでございますが、現行の骨子を生かすことを前提に、現在のこの時代的な状況、あるいは今後の情勢の変化、こういったものに応じた修正を加えていくという方向で、全体をこれから検討していくということにつきまして、いかがでしょうか。御了承いただけますでしょうか。

(「はい」と声あり)

○東会長 ありがとうございます。

それでは、その方向でただいま既にお進めいただいた御提案がございますので、御意見を伺いたいと思います。内容の加筆、修正のほかに、削除してもいいのではないかとということも含めて、御自由に御意見をいただきたいと思います。内容はいろいろございますので、Iから順番に区切りまして、資料1-1に基づきまして、御意見をいただきたいと思っています。

それでは、まず資料1-1の1ページ目から2ページ目にかけてということになります。

「I 消費者教育の推進の意義」につきまして、何か御意見がございましたらお願いしたいと思います。いかがでしょうか。

まず清水委員から、お願いします。

○清水委員 全相協の清水です。

今、青山さんからトラブルの現状という発表がありました。私、名古屋市消費生活センターで相談員をしているのですが、この4月から現在9月が終わったところでございますが、発表にあった問題点が一段と顕著になっています。高齢化が著しいということと、80歳以上の方を除いてはという先ほどのインターネット・トラブルの分析がありましたが、実はこの4月から85歳のインターネットのトラブルの方だとか、本当にアクティブシニアの年齢が高くなっている現状がありますので、早急にこれをまとめて教育の必要性を感じました。現場から報告させていただきました。

○東会長 ありがとうございます。「(2) 消費者事故・トラブルの状況」のところですね。ここの現状についても御紹介いただいた上で、きちんとここを盛り込んでいくということでございます。

永沢委員、お願いします。

○永沢委員 ありがとうございます。NACSの永沢でございます。

私は、1の「(1) 社会経済情勢」のところに2点ばかり加筆をいただけたらと思っていることがございます。1つ目は、今回2番目の「家計金融資産は増加の一途」という一文を加えていただきましたが、この後ろに、一方で金融資産を全く持たない家計が急速に上昇しておりまして、3割になっていることが問題になっておりまして、よく格差ということをおっしゃってございますけれども、金融資産が増えているだけではなく、その点についても触れていただく必要があるのではないかと金融面に関しては思っております。

2つ目、先日も新聞などで報道がありましたが、M字型雇用というのは日本で随分長い間言われてきましたけれども、もう随分とそこのM字型がなくなってきた。要は、共働き

家庭が増えてきたという世帯のあり方とか、それから、ひとり親家庭が増えているというところについても、今後見直しの時にデータを出される時にはその点も触れていただくことが必要かと思っております。と申しますのは、後で消費者教育を担う主体というところを考えていく時に、家庭も重要な基本的な単位だと私は思っておりますが、その分野において新しい期待と同時に、なかなか考えなくてはいけない大きな問題もそこにはあると思っております。そういったことの伏線になると思っておりますので、世帯のあり方の変化など、適当な表現は思い浮かびませんが、一文入れておいていただいたほうが今後の展開によろしいのではないかとと思っております。

以上でございます。

○東会長 ありがとうございます。1の「(1) 社会経済情勢」のところに、金融資産が増えているということがありますが、一方で、無貯蓄の世帯のことも大分前から取り上げられております。金融資産を持たない家庭、あるいはその格差の問題に触れていく。

もう一点が、世帯の変化ということで、世帯の働き方や家族の構成などについても新しい最近の動きがありますので、それらを前提に消費者という消費生活の主体が変わってきているということにも触れさせていただくという御意見をいただきました。ありがとうございます。

ほか、いかがでしょうか。

千葉会長代理、お願いいたします。

○千葉会長代理 先ほど清水さんから、高齢化が進んでいることとインターネットの活用層が非常に広がっているというお話がありまして、これまでも基本方針のほうで、高度情報化社会として、インターネットというものの利用拡大に伴う消費者問題とか、あるいは消費者教育のあり方ということが非常に重要だということが指摘されていると思うのですが、**「情報」**という問題を今後の政策の策定に当たっては考慮しておいたほうがいいと思います。

私の専門は法律ですので、法律で申しますと、個人情報保護法が改正になりまして、消費者との関係では匿名加工情報という考え方が出てきました。一番わかりやすい例としては、消費者の購買履歴などを個人が特定されない形で加工して、これを一つの情報として、財産として取引をしたりするというような動きが促進されるようになってきました。経産省が中心になられているところかと思えます。消費者としては、インターネット上でいろいろなサービスが無料で利用できるのだけれども、個人情報がどのように加工されて使われるようになっていくのかということについての教育が必要だろうと思えます。個人情報について、この高度情報化社会との関係で、ぜひ社会情勢の変化として入れておく必要があるのではないかとと思えます。これが1点目です。

2点目、これはIoTと言われているものです。Internet of Thingsと言っていますが、わかりやすいところでは、家電の製品に通信機能が内蔵されて、例えば冷蔵庫を何回あけた

というので消費の状況がわかるとか、あるいは洗濯機のところの使用状況によって、洗剤がどのくらい減っているのかがわかるとか、具体的なところで言えばそういう話なのですが、これは逆に言いますと、消費生活に伴う情報が通信回線を利用して外部に提供されているということになります。したがって、IoTとの関係でも、消費生活に伴う情報についての教育が必要だろうと思います。家電製品を購入しただけで、思ってもみないところで情報が外に出ていくということになることを知ってもらう必要があるように思います。今後の課題として、ぜひ社会情勢の変化との関係で考慮しておいたほうがいい点かと思います。

以上でございます。

○東会長 ありがとうございます。

高度情報化の問題と個人情報の取り扱いに関する点、それから、IoTのことなども、この社会情勢を踏まえていくところのポイントとして、きちんと挙げておくという御意見でございます。

ほか、いかがでしょうか。

吉國委員、お願いします。

○吉國委員 これは後の話なのですが、**「3 他の消費生活に関連する教育と消費者教育との連携推進」**で、金融経済教育を明記していただいたのは大変ありがたいと思っております。その関連で言いますと、この**「1 消費者を取り巻く現状と課題」**の中でもう少し金融の話を書いていたらと思っています。一つは、永沢委員が言われたように、金融資産は増えているけれども、持っていない人も増えている。いわゆる金融包摂の視点からの記述を入れて頂くことについては、これは全く永沢委員に賛同します。もう一つは、インターネットの利用拡大に関連して、フィンテックのような金融の技術革新が起きていて、それが消費構造にもかなり大きく影響しているということ、もちろん背景のところには書いてございますけれども、もうちょっと前面に出していただいたほうがいいのではないかと考えております。

それとの関連で言いますと(1)の**「高度情報化～インターネットの利用拡大」**の下に、**「情報通信技術の高度化により変化する消費行動」**とありますけれども、これは若干重複しているような感じもあります。書き方をもうちょっと工夫できないかなという感じがしております。

○東会長 ありがとうございます。

金融に関する問題もこちらに加えていく。また、高度情報化の部分、それから、情報通信技術の高度化の部分などももう少し整理して、情報化の問題にかかわる今出た幾つかの御意見をきちんとここに整理して載せていくということで考えていきたいと思っています。

ほか、いかがでしょうか。

出口委員、お願いします。

○出口委員 出口でございます。

SDGs等の視点ということで、持続可能な開発目標という部分は何カ所か出てきているか

と思います。これに関しての具体的な、SDGsも17か18ぐらいあったと思うのですが、その中で消費者教育という立場であったり、環境の問題、あとは私の医療の分野からいくと、3の中にNon-communicable diseasesという感染症ではないいわゆる心の問題、認知症の問題ですね。あとは事故の問題などが入ってくるわけですが、細かく見ていくとどこにどう入っていくのは難しいかと思うのですが、私は、この視点は非常に2030年という長いスパンでの目標ということなので、この教育推進がどのくらい継続されるかというところもありますけれども、長い持続可能な目標の中でこの視点は非常に大事な問題だと思うので、少し具体化して入れていただければと思います。

○東会長 ありがとうございます。

SDGsは17個の目標が挙げられていて、12番目の持続可能な生産と消費のあたりが割とこの分野の中ではよく出てきますが、先生が今おっしゃったように、ほかにもいろいろな関連するところもあると思います。今はとりあえず骨子案ということでございますので、これを肉づけしていく時に、そういった具体的な部分もきちんと押さえていくということですね。ありがとうございます。

ほか、いかがでしょうか。

永沢委員、お願いします。

○永沢委員 先ほど削除というお話が出まして、削除したらという御提案ではないのですが、一つ何となく違和感を覚えておりますのが、「電気・ガスの小売自由化」というのが、確かに社会経済情勢の変化なのではございますけれども、違う表現はないものかと思っております。電気・ガスの小売自由化が一体どういう消費社会をつくらうとしているのかという、その方向性などが私は見えないものですから、これは非常に重要なテーマではあるのですが、社会経済情勢の変化という今出てきている項目と比べますと、もう少し表現の工夫をしたほうがいいのではないかと感じております。逆に言えば、ここにこれを挙げられた意図をお伺いして、もっとふさわしい表現があるのではないかと、皆さんからもっといい知恵が出るかとは思いますが、私はそのように感じた次第ということを、余計ですが、発言させていただきたいと思っております。

○東会長 ありがとうございます。

今のことについて、何かございますか。

○青山消費者教育推進室長 下がらないというか、自由化されなかったかもしれないと思っていたものがされるようになったというか、規制緩和がさらに進んだといいますか、消費者の立場からして、それによる戸惑いですとか、これからいろいろ自発的に、合理的に考えていかななくてはいけないというような視点からです。

○東会長 清水委員、お願いします。

○清水委員 相談の現場から申し上げますと、電気・ガスの小売自由化というのはこれからだと思っております。2～3年前にNTT東西の光ファイバーが自由化になって、相談の現場は翻弄されています。今、ここに電気とガスが入ってきて、恐らく3～4年後に大変なこ

とになると私たち相談の現場では思っています。表現が、電気・ガスと書くと違和感があるなら、インフラの自由化でいかがでしょうか。現在あまり相談件数の数字は出ていないと思いますが、これから相談が増えると思います。電気の場合は供給地点特定番号を言うだけで新電力に変わってしまいます。高齢者はよく分からず契約してしまい、全く相談の現場で聞き取りができずに、ふたをあけたら新電力だったという相談も入り始めます。来年ぐらいには統計が少し出てくると思いますので、将来的な問題としてどうでしょうか。インフラの自由化というか、思ってもいない底辺のところは既に自由化、グローバル化にさらされているみたいな表現、まさしく全面自由化だと思うのですけれども、セット販売による翻弄、そのような表現が私は必要だと思います。よろしくをお願いします。

○東会長 ありがとうございます。

千葉会長代理、お願いします。

○千葉会長代理 確かに電気とガスが象徴的に出てきておりますが、これらは全て、社会インフラに係る産業ということになります。社会インフラに係る産業は、これまで基本的には規制産業だったわけですが、これが自由化されていって行く途上で規制緩和が問題となります。今までは規制産業だったので、競争がないことから、利用者のために一定の行為規制とか業務規制があったわけですが、自由化とともに、消費者自身がどのような契約をするのかを自ら判断しなければならなくなっているわけです。このような変化を理解しないと、よくわかっていない人が被害を受けることとなります。電気やガスだけでなく「社会インフラ事業と規制のあり方の変化」というような形で取り込んでおくのがいいのではないかと思います。

○東会長 ありがとうございます。

今、千葉会長代理のほうでまとめていただきましたが、ここの電気・ガスの小売自由化に関して、そういったインフラというような視点で書き方を工夫する。あと、あるかもしれませんが、先もいろいろございますので、まずはこの最初の「Ⅰ 消費者教育の推進の意義」のところはよろしいでしょうか。またほかにございましたら、後ろへ行ってからでも結構ですので、あわせて御発言いただければと思います。

3 ページ、4 ページ「Ⅱ 消費者教育の推進の基本的な方向」についてでございます。こちらにつきまして、何か御意見等ございましたらお願いしたいと思います。いかがでしょうか。

千葉会長代理、お願いします。

○千葉会長代理 対応表の横の番号でいきますと9のところになります。「(1)『消費者教育』の意義」として、赤字のところ「加害者になりうる可能性の防止という視点での消費者教育の必要性」という点ですが、ここで想定されている問題はマルチ商法であるとか、あるいは情報リテラシーが十分でない若年層が、例えばウイルスメールを送りつけて社会混乱が起こってしまっているというような場合かと思えます。現象としては、確かに消費者が加害者となり得る可能性を防止する教育が必要だということになりますが、基

本方針との関係で、この表現がいいかどうかについては、少しお考えいただいたほうがいいのではないかと思います。消費者市民社会という観点からしますと、消費者主権という考え方が、社会の効用を増大させる、みんなにとって有益な社会になり得る大事な点だということであるとすれば、消費者が正しく適切に選択することが必要だというような書き方といいますか、視点の提示の仕方のほうが適切ではないかと思います。

消費者が加害者にならないように教育をなささいというように言いますと、例えば一般的な刑事犯などの問題もここで取り扱うのかという話になってしまいます。「消費者が正しく適切に選択することが必要である」という表現の方が「加害者にならない」という表現よりはよいのではないかと思います。

○東会長 ありがとうございます。

ただいまのは2ページの2の「(1)『消費者教育』の意義」のところということですね。

○千葉会長代理 そうです。対応表の横の番号でいきますと9番になります。

○東会長 Iの中の2のほうでもう一つ御意見をいただきまして、「加害者になりうる可能性」、このあたりの表記ですね。恐らく古くはというか、マルチ商法などですと、その被害者が加害者になるようなことがあったりする。今のネット販売などでも、メルカリに代表されるような売り手と買い手の関係が消費者同士ということもあるので、そういう中で、恐らくこういった表現なども出てきているかと思います。今、御意見がありましたように、もう少し表現なり、言いたいところをきちんと適切に伝えるような形でここに盛り込むということで、また検討させていただきたいと思います。ありがとうございます。

私の説明が悪かったのですが、IIの3ページ、4ページのところの御意見を次にいただきたいと思っております。いかがでしょうか。よろしいでしょうか。

千葉会長代理、お願いします。

○千葉会長代理 一言だけ。全然内容的には問題ないのですが、3ページ目の（消費者の特性に対する配慮）というところなのですが、先ほど齊藤委員からお話がありましたけれども、恐らく配慮が必要なものとして、若年層と高齢者というのはターゲットになっているので書かれているのですが、ヨーロッパを中心に、最近「脆弱なる消費者」という考え方が登場しておりまして、若年層や高齢者だけではなくて、それ以外の層でも、先ほど貧困層の話が出てきましたけれども、「脆弱なる消費者」といった包括的な表現の方が適切ではないかと思います。これは基本方針の策定にかかわるところですので、記述としては、「脆弱なる消費者」という概念を入れて、その中に、若年者層とか、高齢者とか、障害者とか、貧困層といったものを取り込んでいく方針を明確にしたほうがよろしいのではないかと思います。

○東会長 ありがとうございます。

ただいま、3ページの(3)消費者の特性というあたり。「脆弱なる消費者」ということで、高齢者、若年者のみならず、貧困層ほか、さまざまな配慮が必要な消費者について

整理をして、それらを網羅する形できちんとここに取り込んでいくということでございます。ありがとうございます。

ほか、Ⅱのところはよろしいですか。

中村委員、お願いします。

○中村委員 中村です。

今の千葉会長代理のお話にも関連するのですが、全体を貫く考え方として、消費者の自立を支援する、自立を促すというところで、それ自体はいいと思うのですが、一つ懸念しているのが、幾ら教育を一生懸命頑張ってもその教育から漏れてしまう消費者が必ずいて、そういう人たちには適切なタイミングで何度も教育のチャンス、機会を提供するのだということとともに、幾ら教育を充実させても失敗してしまう消費者がいる。その時の救済というものについては、消費者教育を充実させることによってその被害救済の保護の制度が減退していいというわけではないのだというような関係性を、この今おっしゃった特性というところになるのか、これは特性に応じた教育ということかもしれませんけれども、もう少し総論的な消費者教育の意義や自立というものに絡めたところで適切な指摘を柱として置く。もしかすると、そこにも「脆弱なる消費者」という考え方も、一つは検討できるものかなと私は思っています。

○東会長 ありがとうございます。

非常に大事な御指摘であると思います。ここの部分もあるかもしれませんが、むしろ全体を貫く方針の中で、消費者の自立ということが基本にはあるわけですが、そこからこぼれてくる消費者に対して、そういう方達に教育しさえすればいいのかということ。もちろん教育も大事なわけだけれども、それによって救済ということがおろそかになるという関係のものではないというあたりですね。ここは大事な点だと思いますので、いずれかのところでその点にも触れていく必要があるかと思います。ありがとうございます。

ほかにはよろしいでしょうか。

それでは、Ⅲに移らせていただきます。資料1-1では5ページ、6ページ、7ページ、8ページと、ここはかなりボリュームがございます。どちらからでも結構でございます。何かございますでしょうか。

坂倉委員、お願いします。

○坂倉委員 5ページから7ページにかけて、事業者及び事業者団体についてのコメントが幾つかございますが、これについて2点意見を述べさせていただきます。

1点目は、一部書かれていますけれども、消費者志向経営の推進の取組との連携ということ。去年から消費者庁のもとで消費者志向経営推進会議も立ち上がり、消費者志向自主宣言・フォローアップ活動も始まって、徐々に世の中に事業者の消費者志向経営の推進という機運が高まりつつありますので、ぜひ、この活動の中に、消費者教育の活動を連携して組み込むと有効であると思います。

例えば、この5ページの一番下から2行目のところに、「消費者教育への取組は事業者

の社会的責任（CSR）の観点からも有意義」とあります。これはこのとおりだと思うのですが、さらにつけ加えて「消費者教育は消費者志向経営の推進に向けて重要な活動の一つである」と書かれてもよろしいと思います。具体的には、自主宣言をされる事業者に対して、消費者教育の活動も宣言の中に織り込むことを推奨するとか、あるいは、来年度以降、消費者庁で消費者志向の優良な活動を公表することになってくるとは思いますが、その中で、消費者教育の優れた活動についてもあわせて公表するというようなことで、連携していくとより有効になるとは思います。これが1点目です。

2点目は、従業員への教育ということです。これも5ページが一番下から記載がありますが、他のページにも今回から持続可能な社会、SDGs、エシカル消費などの言葉がいろいろ増えてくるとは思いますが、ここにも持続可能な社会に向けての従業員への教育を加えたらよいと思います。まだまだ事業者の従業員でも、SDGsやエシカル消費などの知識が弱い人もたくさんおりますので、例えば「従業員に対して、持続可能な社会に向けてSDGsやエシカル消費についても教育することを推奨する」と記載する。従業員も消費者市民社会を育む重要な消費者でありますから、消費行動にも反映してほしいですし、あるいは商品開発や消費者への情報提供などの事業活動にも反映してほしいので、従業員教育に持続可能な社会に関する内容を組み込むよう推奨されたいかかと思えます。

以上、消費者志向活動の推進とのリンクということと、従業員に向けての持続可能な社会の知識の理解促進の2点を提案いたします。

○東会長 ありがとうございます。

ただいま事業者に関連してということで、最後にまとめていただきました消費者志向と消費者教育の関係性、そして、SDGsに向けた従業員教育。いろいろなところに割とばらばらと入っていますので、どう整理したら一番まとまりを持って事業者との関連がわかりやすく説明できるかということで、整理の仕方も含めて、今の2点を重視しながら、またまとめていくということで、考えさせていただきます。ありがとうございます。

ほかに御意見はいかがでしょうか。

萩原委員、お願いします。

○萩原委員 相模原市の萩原でございます。

6ページの「2 消費者教育の人材（担い手）の育成・活用」についてでございますが、ここが小学校・中学校というところで始まっています。本来は消費という視点はその前の時期から、家庭教育というか親子関係の中で、家庭の日々の中であるわけですので、この点からすれば、この小学校というところから規定をしまうのはいかがかと考えます。例えば幼稚園も文科省の範囲ですし、教育ということは全世代を通じてということになりますと、もう少し若い時期も含めたような表現になってくると本当は望ましいのかなと思えます。

以上でございます。

○東会長 ありがとうございます。

6 ページ目、2 の消費者教育の人材、担い手のところですね。小・中・高・特別支援学校というあたり、幼稚園を含めて考えていく。あるいは家庭教育というのは、消費者教育の場という部分でもフォローできるところがあるかもしれませんが、まさに幼児期から高齢期までをつなげて消費者教育がきちんとできる。その担い手を育成するという視点でまとめさせていただくということで考えていければと思います。ありがとうございます。

中村委員、お願いします。

○中村委員 大きく2点ほどあります。1つ目は5ページの1の「(1) 学校」というところですが、消費者教育の中心、一つは学校教育ということになると思いますので、ここが柱にはなると思いますが、ここで、まだ内容はわかりませんが、学習指導要領はこういうように変わっていくのだということが紹介されていくのだと思います。ただ、学習指導要領でこうなっているからそれにお任せするというだけではなくて、例えば今懸念されているのが、家庭科と「公共」ですか、そこに主にやってくださいということになると、ほかの科目では全くやらなくていいのか。もちろん指導要領上やるということになっていなければやらないのしょうけれども、家庭科と社会科の中でも押しつけ合いと言うとちょっとあれですが、両方で一生懸命やるというよりも、どちらかでやればいいではないかとなってしまったりする。

もう一つは、せっかく家庭科とか社会科で消費者市民社会について学習をしたとしても、ほかの教科で全くそれと矛盾するとまでは言いませんけれども、それと沿わないような内容があったりするのではないかとこの可能性もあるのではないかと考えています。例えば、環境問題はこういうように電気などを使っていくと大変なのだよということを消費者教育の中で学んでも、次の授業が体育で、体育館で生徒がちょっとしかいないのに体育館全体に冷房をどんどんかけて運動しているというのを次の授業にやるというのはどうなのか。要するに、学習指導要領に挙げられることはなかなか難しいかもしれませんが、挙げられなくても、今、やっている教科書などをほかの教科の先生もぜひ学んでいただいて、あらゆる科目で消費者教育についてお話しできる場面を見つけて、少しでもそういった題材として、今ある題材の中で触れていただきたい。例えば、今ある教科書の中で消費者市民社会に役立つような記載が既にありますよというようなサブテキストみたいなものとか小冊子をつくって、参考資料として先生に見ていただくことも有効なのではないかと思っています。

大きな2つ目は、6ページ「(4) 事業者・事業者団体等」に関するところで、事業者さんの消費者教育というのも、実は私は学校と同じぐらい大切かなと思っています。そこで働く方が大変多いというのがその理由ですが、働いている人も皆さん消費者ですよというだけでは、なかなか実感として消費者教育が進んでいかないのではないかと現状は思っています。というのは、働いている時はその会社の社員であり、自分が家に帰ったら消費者だということは、ある意味両立してしまうのではないかと思うのです。働いている時は消費者ではない自分を感じてしまうことができるのではないかと考えていまして、もう一

歩、事業者の中でそういった教育を進めていただくという意味では、消費者志向経営の視点に変更するということでは、そこを力強く進めていただくような書き方にぜひしていただきたい。

もう一つは、タイトルとして（事業者と消費者のコミュニケーションの重要性）と書いてあって、これまでは事業者から情報を提供するのだという形だったのが双方向的な書き方になっているのですけれども、これ自体、不適切とは直ちに思いませんが、果たして消費者にそこまで力があるのかなというような若干の疑問を抱くような表現になっているように思いましたので、そのあたりは事業者がもうちょっと頑張って消費者の声を聞くのだという形になるべきではないかと思いました。

以上です。

○東会長 ありがとうございます。

1点目の、学校においてさまざまな科目あるいは教科横断的というあたりは、既に幾つか先進的な取組もあるところでございます。数学で金利の計算をするとか、英語でフェアトレードを扱うなどですね。ただ、まだこれからというところですので、いわゆる中心教科でないところで、学校教育全体を挙げてこういったリテラシーを育てていくような仕組みをつくっていくということは非常に重要な御指摘であると思います。

事業者につきましても、先ほど坂倉委員からも御意見がございましたので、あわせて検討させていただきます。

ほか、いかがでしょうか。

では、尾上委員から順番でお願いします。

○尾上委員 日本PTA全国協議会尾上と申します。

5ページですが、「（2）地域社会」のところですか。（消費生活センター等における消費者教育の推進・拠点化）の部分ですが、1行目に「消費生活センターの役割、社会教育施設の活用」と書いていますが、特に社会教育施設に関しては、公民館というものは各地域にありますので、そこをしっかりと活用することが大事かと思えます。「公民館等の社会教育施設の活用」と書くべきかと思えます。というのは、保護者に関しましては、学校に子供が入ると、当然ながらいろいろな横のつながりなどで情報を得る機会はあるのですが、それまでは母子手帳を持っていろいろな施設などに行くのですが、地域が一番近いところにありますので、そこで何らかの学習機会を持つことができないか。これは社会教育にも関係するのですが、簡単といいますか、基本、DVDと資料とQ&Aがあれば、ある程度個人でも勉強できると思うのです。集まることによってその機会が当然ながらできる。（コーディネーターの育成）と書いているのですが、人数に関しましては、なかなかそういった養成、育成に関してはそろわない実態が、現在いろいろな場面であると思います。「消費者一人一人に対する隙間ない消費者教育の機会の提供」と4ページにも書かれておりますが、そういった面では、そういう機会を設けることによって消費者が教える立場にもなるのではないかと。ですから、基礎編としての、初級、中級、上級とかというところの初級は必ず

地域の人は受けてくださいねというような働きかけというのは、公民館でしかないのかなと思います。

また、「○家庭」の中で「保護者が消費行動の知識や意識を子供に伝える」と書いてありますが、特にこのSNS等の発展に従って、子供のほうが知識を持っていることが多くて、保護者が制御できない状態が多い。また、犯罪に巻き込まれる確率が高いのは、フィルタリングを90数%かけていない子供たちが犯罪に巻き込まれるということを考えると、保護者の意識より子供の意識という部分も大切ですが、両方同じような状態であったとしてもなかなかそこまでは補完できないかと思いますので、ある面、そういった地域が教育の役割を担うという面からすると、社会教育と連携した成人教育の活用を提供するべきなのではないかと思います。意見です。

○東会長 ありがとうございます。

お時間の関係もありますので、まず皆さんからお伺いしたいと思います。

片山委員、お願いいたします。

○片山委員 先ほど千葉先生が言われたことと若干関係あるのですが、この「Ⅲ 消費者教育の推進の内容に関する事項」というところの内容が、先ほど社会科と家庭科というような意見もありましたが、特に7ページ以降に書いてある「3 消費者教育の資源等」についての中身が、やや即効性を求めるというか、ハウツー物というか、私は社会科の教諭なので若干気になるのです。私は先ほど千葉先生が言われたことこそが、いわゆる消費者主権主義の中における契約や選択の判断というところこそがまず最初にあってでないといけない。これから多様に消費者問題はモグラたたきのように出てくるのではないかと思いますので、本質をどこでどう教えるのかということが、学校教育の場の中で、教科、領域だけではなく、例えば特別の教科の道徳であるとか、総合的な学習の時間であるとか、特別活動であるとか、人権教育などと同じようなオールラウンドの基盤となるような教育の方向で少し持っていくことも必要なのではないかと。内容がやや偏りがあるというのが気になりました。

ついでに、先ほど最初に言えなかったのですが、「1 消費者を取り巻く現状と課題」のところ、1つだけもしよければと思うのですが、人口の分布構造の変化みたいなもの、中山間地域における人口の空洞化、東京都においても空洞化、ストロー現象などが起こっている中で、消費者問題は別の意味も持ってきているように思いますので、そのような言葉をつけ加えられるといいかと思いました。

以上です。

○東会長 ありがとうございます。

あとはいかがでしょうか。

永沢委員、お願いします。

○永沢委員 ありがとうございます。

私は3点ございまして、まず大きいⅢの1の「(2) 地域社会」のところの「○地域」

のところ、先ほどの公民館の御意見のところですが、消費生活センターの役割と社会教育施設の活用というのは、一つにまとめるよりも分けたほうがいいのではないかと私は考えております。消費生活センターの教育機能の強化というのは、まず一番初めに必要とはっきり書かれたほうがよろしいのではないかと考えていることと、消費者庁の管轄外、文科省の社会教育施設というのは違うものでもあります。と同時に、この活用というのは非常に大きな課題ではあると思っておりますので、別項目にしておいたほうが私はよろしいのではないかと提案させていただきたいと思っております。

2点目、順番で申し上げてしまいまして、レベル感はちょっと違いますが、6ページのコーディネーターのところでございますが、もし加筆いただけるならば、例えば金融経済教育においてもコーディネーターというものを育成しております、他分野で消費者教育と言われない部分でも消費者教育に重なる部分ですけれども、育成されているコーディネーター、表現はどのようにしたらいいのか悩ましいところですが、効果的な連携をしてコーディネーターというものを重層的に育てるというのですか、そのようなことが何か一言あるとよろしいのではないかと思います。

3点目、先ほど御意見がまさしくあったところでございますが、消費者教育の資源の中身のところでございますが、御指摘のようにツールのものが多くなりがちに、どうしても競い合いになるとそうになってしまいますが、理念的なものとツールのものを分けて整理をして提供していくような、学習内容の開発の一つの方向性を少し出しておいたほうがいいのではないかと。さもないと、ツール物がどうしても先行するのではないかと気にはなっております、その大きな大上段に構えるところから、学習内容についてもこういう方向性が欲しいというところがあったほうがいいのではないかと、これはただの意見でございますが、思った次第です。

以上でございます。

○東会長 ありがとうございます。

吉國委員、お願いします。

○吉國委員 今の永沢委員の御発言に関連しまして、消費生活センターを活用するという観点から言いますと、金融広報委員会は、実は消費生活センターとかなり関係がございます。地方によりましては、消費生活センターの長がそのまま地方の金融広報委員会の事務局長を務めている場合もあり、実際にいろいろな場面で連携しているケースがございますので、それを参考にさせていただければと思っております。また、アクティブ・ラーニングに関しましては、金融広報委員会はかなり以前から経験を積んでいますので、その点も十分お役に立てると思えます。

○東会長 ありがとうございます。

千葉会長代理、お願いします。

○千葉会長代理 何度も発言させていただきまして申し訳ありません。先ほど坂倉委員から事業者団体との関係についてのお話があったのですが、この資料でいきますと、Ⅲのと

ころに職域のところがありまして、「1 様々な場における消費者教育」のところ「(3) 職域」という、要するに、場として職域がまず出てきて、その次に、2番目として、6ページ目になりますが、「2 消費者教育の人材(担い手)の育成・活用」のところ「(4) 事業者・事業者団体等」が出てくるのですが、実は、後者は人材の育成や活用とは直結しない内容になっているように思います。先ほどの御意見は、消費者志向経営の視点に変換するというのを少し明確にというお話だったと思うのですが、そうだとすれば、むしろここで取り上げる前に、主体のところですね。「II 消費者教育の推進の基本的な方向」のところ、「2 各主体の役割と連携・協働」という項目があるのですが、ここで事業者団体が、先ほどの消費者志向経営の視点に転換して役割を果たすのだということをまとめて記述していただいたほうが、先ほどの御意見にも沿うと思いますし、適切ではないかと思えます。

あわせて、(4)のところでは、事業者と消費者のコミュニケーションが大事だということは確かにそうなのですが、これは担い手の育成や活用の問題ではありませんので、見出し自体も余り適切ではないと思います。

先ほどのように、もしまとめるとすれば、ぜひもう一つつけ加えていただきたいのですが、公益通報者保護法に従業員に事業者がしっかり教育をすること、内部告発をしても被害が従業員に及ばないということを明らかにすることによって、消費者のほうに必ずしも知り得ない情報をしっかりと外に出して、適切な市場を育成していただくことが必要ではないかと思えます。そのように取りまとめていただいたほうが恐らくはよろしいのではないかと思ひまして、発言させていただきました。

○東会長 ありがとうございます。

青木委員、お願いします。

○青木委員 花王の青木でございます。

今の千葉先生の御意見のところなのですが、事業者におきまして、担い手としては重要な役割を果たしていると思っております。それは消費者とのコミュニケーションというだけではなく、先ほど齊藤委員が言われましたように、これからアクティブシニアといいますかシニアパートナーが、事業者の中でもいろいろな役割を担える人材として増えてくるということです。経験豊かなシニア人材を全体としてうまく活用していくということも、地域社会とか、サステナビリティなど、事業活動そのものだけではなくて、そういう貢献の仕方も各社いろいろ模索していますので、そういうところも置いておいていただけたらと思います。

また、私は流れの中で、最初の「1 消費者を取り巻く現状と課題」の中の大震災の話がどうしても違和感がありまして、最初の「1 消費者を取り巻く現状と課題」のところに「(3) 大震災の経験」というタイトルが入っていて、それに対して、緊急時の国の情報の出し方、消費行動とかの流れが局所的な捉え方のような気がするのです。先ほど来出していたように、SDGsも、環境問題も、地球環境とか、消費生活が自分の消費生活だけでは

なく、いろいろな意味で社会環境や地球環境、先ほど先生たちがおっしゃっていましたようにエシカルですとかコンプライアンスとかガバナンスとか、そういう大きな枠のところの部分が大震災後の経験という捉え方だけだと狭いのではないかと思って、サステナビリティですとか、SDGsですとか、この辺のところを一つそういう視点でまとめていただいたほうがいいのではないかと思いました。よろしく願いいたします。

○東会長 ありがとうございます。

いろいろ御意見をいただき、ありがとうございます。お時間の関係で先を急がせていただいて恐縮でございますが、今、出ました御意見、消費生活センターのところと公民館のことであるとか、資源のところでもうちょっと本質論といいますか、ツールと理論を分けて書き込んでいくとか、センターの役割と社会教育施設も分けたほうがいいのか、各主体の連携、協働、そして、公益通報の話も出ました。事業者に関しましては、消費者志向経営とコミュニケーション、担い手育成、いろいろな切り口がある中で、どういう書き込み方をしていくかを十分に検討していく必要があると思います。

また、最後に青木委員からいただいたところも非常に重要な御指摘かと思えます。大震災のことは非常に重要な一つのトピックスだとは思いますが、それ単独というよりも、そういうものを含み込んだもうちょっと大きな世界全体の動きを踏まえたような書き込み方というのも工夫する必要があるのかもしれない。

では、大変恐縮ですが、先へ進ませていただきます。また御意見がございましたら、事務局にお願いできればと思いますが、とりあえずⅣ、Ⅴ、2カ所残ってございます。9ページ「Ⅳ 関連する他の消費者施策との連携」、10ページ「Ⅴ 今後の消費者教育の計画的な推進」、こちらにつきましては、骨子としては特に変更はなく、内容の書き込みのところで必要な事項を充実させていくという御説明であったかと思えます。こちら、何か特段ございますでしょうか。よろしいでしょうか。

千葉会長代理、お願いします。

○千葉会長代理 先ほど中村委員からもありましたけれども、教育というのは、基本的に予防ということが非常に重要なのですが、予防しても消費者は被害を受けますし、行動経済学を引き合いに出すまでもなく、どんなに教育してもだまされる時はだまされるという状況認識が必要かと思えます。どんな場合に救済されるのか、救済のための仕組みについても消費者教育の中で取り扱うべきだと思います。また、この点に関連して、適格消費者団体の活動についても取り上げる必要があると思います。地域のセンター、消費者団体というのは非常に大事だと思うのですが、これと並んで適格消費者団体を位置付ける必要があります。適格消費者団体には、行政機関の代替的な側面もないわけでもありませんので、その項目をどこかで入れるべきだと思います。

以上です。

○東会長 ありがとうございます。

予防の視点、適格消費者団体、救済の件ですね。こちらも一つの視点として検討してい

く必要があるということで承りました。

あとはよろしいですか。

片山委員、お願いします。

○片山委員 今のことなのですけれども、消費者行政についての内容の認知は、多分今度の新しい学習指導要領の社会科の公民的分野の中でかなり重要な視点として入っていて、今までのように消費者教育が、消費者主権主義と契約とさまざまな商法等の上に、消費者行政についての理解の促進というものが内容として入っているので、内容のところでもつけ加えていただけるといいかなと思います。

○東会長 ありがとうございます。承りたいと思います。

では、今、いろいろ御意見が出ました。非常にたくさんいただきましたので、まとめはできませんが、各委員から出していただきました御意見を、事務局のほうでこの後整理をしまして、そして、その内容の確認につきましては、会長の私と会長代理の千葉委員に御一任いただきたいと思いますと思っておりますが、よろしいでしょうか。

(「はい」と声あり)

○東会長 ありがとうございます。

それでは、また、これにつきましては、次回少し肉づけをしたものについて御審議をいただきたいと思っております。

では、議題の2点目「分科会の設置について」でございます。こちらは前回、若年者の消費者教育分科会を設置する方向性について御了承をいただいたところでございます。このたび、早速この委員会を設置するというので、資料4にございます8名の方々に分科会への御参加をお願いいたしました。また、その中で、会長代理でもあります千葉委員に座長をお願いしましたので、どうぞよろしくをお願いいたします。

また、前回同じく情報化社会に関する消費者教育を考えるための、集中的にそれを議論する場が必要ということで、こちらの分科会の設置につきましても、かなり必要性があるのかということを感じた次第でございます。これにつきましては、その後の別紙のところにも今後のスケジュールとともに書いてございますけれども、基本方針の見直しが一段落したところで、こちらの情報化に関する分科会につきましても設置をさせていただきたいと考えております。5名程度の委員で、また改めてお願いをさせていただきたいと思っております。

以上、2つの分科会の設置につきまして、御了承をいただければと思っておりますが、いかがでしょうか。

(「はい」と声あり)

○東会長 よろしいでしょうか。ありがとうございます。

議題の3点目は、ただいまの若年者の消費者教育分科会のこれからの議論に関連する情報をいただくということでございます。「学校における消費者教育の現状について」ということで、文部科学省の方々から御説明をいただくことといたしました。大変残りの時間

が限られてしまい申しわけなく思っておりますが、まずは学習指導要領の改訂についてということで、文部科学省初等中等教育局教育課程課の春山教育改革調整官より御説明をお願いしたいと思います。よろしくお願いたします。

○文部科学省春山教育改革調整官 御紹介いただきました、文部科学省の教育改革調整官の春山と申します。本日はどうぞよろしくお願いたします。

お手元のほうで、資料2というものと、机上配付資料ということで、教科書のコピーがあるかと思いますが、こちらの2点で御説明をさせていただきたいと思っております。ここにおられる先生方は、もう既に十分御存じのこととも重複するところが多々出てくるかもしれませんが、そこは御容赦をいただければと思っております。

まず資料2、ページ1から3までで小学校・中学校・高等学校ということで、現行の学習指導要領の主な部分の抜粋を掲載しております。御案内のとおりでございますけれども、前回、平成20年学習指導要領の改訂を受けまして、学校における消費者教育というものにかかなり取り込まれるようになったという状況になってございます。こうした状況も踏まえ、平成29年3月、今年の3月でございますけれども、小・中学校につきましては改訂をさせていただき、また、今年度末ということでございますが、高等学校については、また改訂をするというような、現在そのような状況であるということでございます。

1 ページ目、現行でございますけれども、先ほど御紹介もしていただきましたが、小学校では社会科、家庭科、あるいは道徳ということで、社会科の中では法や決まりについて扱うということで、契約とは教えませんが、基本となる考え方というものを社会科の中で教えたり、家庭科ということでは、物や金銭の大切さ、計画的な使い方ということで、生活管理という面からのアプローチということを教えているところでございます。

2 ページ目、中学校でございます。中学校におきましても、例えば社会科の公民でございますけれども、2つ目のところでは契約の重要性ということで、いわゆる消費活動の基本的な概念となる契約ということ、それを守ることの意義や個人の責任、また、契約といったものが合意に基づき、その合意といったものから守る義務が生じるということ。それから、金融などの仕組みや働きと書かせていただいておりますが、家計の貯蓄の循環や直接金融・間接金融ということ、それから、消費者の自立の支援というような観点での消費者行政でのこれまでの取組ということもあわせて教えることになっております。

また、技術・家庭科のほうでは、こうしたことを、いわゆる生活者の視点ということでございまして、消費者の基本的な権利と責任ということで、具体的にはこの括弧のところでございますけれども、消費者基本法でございますとか消費生活センター、また、クーリング・オフ制度というところの実際の事例といったものもあわせて教えるということになってございます。また、3つ目の・のところでございますが、環境に配慮した消費生活ということで、具体的な個々の消費行動というものが社会の形成にも反映されているのだということもあわせて教えるということになってございます。

3 ページ、高等学校でございますけれども、高等学校では、公民科の中で消費者に關す

る問題ということでこの括弧の中に書かれているようなことや、家庭科の中では消費生活と生涯を見通した経済の計画や契約、消費者信用というようなことで、中学校の内容を踏まえて改めて教えるということもございますが、それをさらに発展させるような形の指導が行われているところでございます。

学習指導要領だけだとなかなかイメージが湧かないということがございますので、あわせてお持ちいたしました教科書のコピーをご覧いただければと思っております。簡単に説明させていただきたいと思います。

1 ページ目では、小学校の家庭科ということで、家庭科は5・6年に配当されておりますが、これは開隆堂出版ということで、一番シェアが高い教科書のコピーを、今日持ってきてございます。右ページのところにありますように「買う前に考えよう」ということで、買うという行為があるのだけれども、それが自分にとってどれぐらい必要か、同じようなものを持っていないか、それまで使っていたものを修理して使うことができないかという観点から、本当に買う必要があるのかということ、生活管理という観点から指導するというところでございます。

2 ページ目「買い物の手順」ということでございます。「決める」から①②③④⑤という買い物の手順が記載されておりますが、「①計画を立てる」というところでは、情報を集めるということですか、「②品物を選ぶ」というところでは、消費活動に関する安全に関することですか、いわゆる情報リテラシーというようなことの基礎となるようなこと。また、下のほうで「商品についている表示やマーク」ということで、実際に安全や質といったものがこうしたマークというもので表示されていることも事例的に紹介しております。

3 ページ目、中学校の社会科の公民分野でございます。このページでは契約といった概念を包括的に説明しているページでございますが、その次のページに「私たちの消費生活」ということで、消費生活というものが選択ということであるということ、それから、その選択というものが、収入と質、限られた収入の中で有効にその収入を活用していくという観点から、消費と貯蓄への配分を合理的に行う必要があるということですか、クレジットカードということを例示もしておりますけれども、いろいろな支払いの仕方があるということ、その収入について見通しを立てた消費生活ということで、このページの右上のところでは「お金の使い道を考えよう」ということで、具体的なケースワークのようなことができる形にもなっております。

5 ページ目、「契約と消費生活」ということで、契約と良い概念ということで、契約は合意に基づくものである。そして、基本的には、契約自由の原則というものがございますけれども、今の消費者社会の中では、いわゆる情報の非対称性ということで、消費者が売り手が示す情報だけに頼らざるを得ないという場面もあるということ、その契約自由の原則に任せるのではなく、国や地方公共団体等が消費者の権利を保障していくことが重要になるということで、その次のページで、これまで消費者の権利を守るという観点から取

り組んできましたことを記載して、これについての指導をするということになってございます。左側の上のほうには、具体的な消費生活の相談件数ということ、事例を交えながら紹介をしましたり、また、今、見ていただいている右の一番下のところ、最後の3行「また」というところでございますが、この中では、消費生活が社会の形成といったものに影響を与えているということについても、中学校の中で触れるということになってございます。

また、その次のページからは中学校の家庭科でございますけれども、227と右下に書いてあるページのところでは、「消費生活と契約」ということで、契約といった概念をいわゆる生活指導の視点から改めて指導するとともに、その次のページでは店舗販売、無店舗販売といったもののメリット、デメリットの比較でございますとか、支払い方の特徴とその違いというものを表にして紹介しています。

その次のペーパーでは、先ほどの小学校のものと似ている部分でございますけれども、そうしたことを中学校の段階から踏まえた上で、こうした消費というもののプロセスを紹介したり、その次のページでは、表示やマーク、シミュレーションというようなこと。さらに「消費者トラブルを解決する方法を考えよう」ということで、今起こっている消費者トラブルの事例などを、235と右下に書いてあるところでは紹介しつつ、その次のページのところで、そうしたものにどう対応するのかというようなことを、家庭科の視点から記載をしているということでございます。

その次のページでは、国際消費者機構において8つの権利と5つの責任ということで、こうしたものが国際的なフレームワークの中でも取り扱われているということが紹介され、また、その次のページでは、グリーンコンシューマー、フェアトレードというような観点からの指導も行われているところでございます。

高等学校のほうになります、今、申し上げてきたような指導事項といったものを改めて繰り返すとともに、1枚おめくりをいただきますと「日常生活のなかの契約」ということで、ゼミナールというところがございますけれども、高校生ということですので、完全な権利主体となることが非常に一番近いところにいるということで、このような紹介の仕方ですとか、ページ数で言うと181と右下に書いてあるところでは、いわゆる消費者信用ということで、クレジットカードの仕組みでございますとか、その構成、それが多重債務に陥った場合の対処の方法というようなことまで紹介をした指導が、現在こういった教科書で行われているということでございます。

消費者教育につきましては、学習指導要領が前回定められましたのが平成20年、21年ということで、その中でもいろいろな事例の積み重ねがあり、教科書のほうが、この10年の中でも改善されてきたというようなことがございます。

1点だけ、資料2のページ10をご覧くださいければと思います。今回の学習指導要領改訂ということで、いろいろ共通してこれは全教科を通じて大事にしようという考え方はございますが、カリキュラム・マネジメントということがございます。先ほど中村委員や片山

委員から御指摘をいただきましたけれども、中心の消費者教育の話で言えば、社会科と家庭科ということだけではなくて、この①のところで書いてありますが、各教科の内容といったものを相互の関係で捉えて、教科横断的な視点でその目標の達成に必要な教育の内容を組織的に配列していくということで、その社会や家庭科だけに限らないいろいろな場面で、その消費者教育であれば、それはどういったことで教えられるのかというところを、これは校長とか教務主任といった責任者だけではなく、中学校においても教科ごとに教えることになっても、全ての教員がそうしたことをちゃんと把握した上でカリキュラム・マネジメントしていくということ。③では、そうしたことをどう実現するかといった観点でそうした教育活動に必要な人的・物的資源等ということをございますけれども、地域等の外部の資源も活用しながら効果的に組み合わせるといようなカリキュラム・マネジメントをお願いしているところをございます。

具体的には、同じ資料2のページ13でございますけれども、今、申し上げたようなことを踏まえまして、この3月、小学校で改訂ということをさせていただきました告示におきましては、小学校の社会科の中では、これは生産過程を教えるところをございます、生産過程の中でも消費者の需要といったものを踏まえて売り上げを高めるというような工夫が行われているようなことですか、例えば家庭科の中では売買契約の基礎ということで、契約といったことが、小学生が日常の中で行うような買い物も、それは契約に当たるのだということ。それは双方の承諾に基づくものであって、お互いに双方に売った側には商品を渡す義務、買った側にはお金を払う義務、そういった契約といった概念で行われているということの基本を教えるということをございますとか、消費者の役割がわかるということで、買う前によく考えること、最後まで使い切るといったことはこれまでも知られておりますけれども、自分の買物が環境などに与える影響ということをございますとか、困った時の相談機関、困った時にどのような対処をするのかということも含めて教えることになっています。

ページ14、中学校の学習指導要領のところでは、家庭科のほうで御説明させていただきますと、購入方法や支払いの方法の特徴がわかることをございますとか、クレジットなどの三者間契約といったことにも触れた売買契約の仕組み。それから、消費者被害の背景、その対応ということで、こうしたところで学習指導要領の記述の充実を図っているところをございます。

高等学校につきましては、まさに改訂作業中ということで、具体的なお示しができないところをございますけれども、ページ15、ページ16というところで、中央教育審議会の答申でお示しをいただきました中で、家庭科につきましては、今、一番左のところ、オレンジ色でございます3つの科目で構成されておりますけれども、これを一番右のところ、家庭基礎と家庭総合ということで、2つの選択必修科目にするということをございます。ここでも下線を引かせていただいていますように、生涯の生活を設計するための意思決定でございますとか、消費生活や環境に配慮したライフスタイルを確立するための意思決定

能力の育成ということで、これはどちらの科目をとったとしても必ず学ぶようなことということで、設計を現在進めているところでございます。

また、「公共」でございますが、これは公民科の中の必修科目ということになります。この目標が、資料のタイトルのすぐ下に書いてありますけれども、「グローバル化する国際社会に主体的に生きる平和で民主的な国家及び社会の有為な形成者」を育成するというようなことでございますけれども、この中で、(2)のところ、経済的な主体や法的主体というような部分での、それを私たちという視点で学ぶということで、例示のところにもございますが、その中で消費者の権利や責任、契約といったものも、申し上げたような小・中学校の上に立った教育をこうした中で展開していくというようなことで、策定の作業をさせていただいているということでございます。

17ページはスケジュールということでお示しをしております。

長くなりましたけれども、以上でございます。

○東会長 ありがとうございます。

ただいま「学習指導要領の改訂について」ということで、春山教育改革調整官より御説明をいただいたところでございます。文部科学省の御説明につきまして、もう一点ございます。「教員の研修の現状等について」でございます。こちらは初等中等のほうと高等教育のほうを分けてそれぞれ御説明をいただくことになっております。まずは初等中等教育の部分を、文部科学省初等中等教育局教職員課の佐藤課長にお願いしたいと思います。よろしくお願いたします。

○文部科学省佐藤教職員課長 文科省教職員課の佐藤でございます。本日はこういうお時間を与えていただきまして、ありがとうございます。

お手元に資料を配らせていただいておりますけれども、今、先生からお話のありました研修の部分と、教員の養成に関して当課のほうでどうこれを取り扱っているか。本会議においても、そういった御指摘や御質問等、今まであったかとお聞きしてございますので、この辺についても少しお時間をいただきまして御紹介をさせていただきたく、本日資料に入れさせていただいております。

構成といたしまして、最初に養成の関係のお話をさせていただき、その後、教員研修の中でどう取り扱っているか。あとは、免許更新制というのは平成21年からスタートしてございます。10年に一度免許を更新するというところでございますが、その中において現状どう取り上げているか、こういったことについても少し資料を御準備させていただいておりますので、時間の中で簡単に御説明させていただければと思います。

まず、教員の養成関係でございますけれども、先生方、御承知いただいている方が多いと思いますが、免許を持った先生方に御指導いただくということが大前提でございますけれども、その時に免許主義と開放制ということを最初に入れてございます。開放制というのは一般の大学、教員養成系に限らず教職課程を有している大学であれば教員養成を担当できるということで、それぞれの大学の特色、これを生かしていただいて、教員養成を

行っていただくというのがございます。

免許の種類でございますが、下にございますように、普通免許状、特別免許状、臨時免許状、多くはこの普通免許状ということになるかと思えます。

おめぐりいただきまして、その免許状の取得に当たってどういう要件になっているかというところでございますが、学士の学位とともに教職課程の中で主に教科に関する科目と教職に関する科目という構成になってございます。単位数としては、その下でございますとおおり、例えば一種免許状の小学校教諭であれば59単位ということになるわけでございますけれども、そのページの一番下、教科に関する科目と教職に関する科目の御説明を少しさせていただいてございます。教科に関する科目というのは、わかりやすく申し上げますと、教科のもとになる学問分野に関する専門性の部分という御理解をいただければと思います。そして、教職に関する科目というのは、そうした専門性を持った内容というものを目の前の子供たちにどう教えたらいいかという指導方法の部分でございます。

右のほうに参りまして、では、教職課程において、この教科と教職というのは、消費者教育の関係でどう現在整理されているかということでございます。例えば教科に関する科目の関係では、小学校において、家庭科の中で、また、中学校ですと家庭科、社会科、高等学校ですと家庭科や公民科で学ぶこととなります。もう少し細分化してまいりますと、家庭科の中においては家庭経営学ということ、それから、社会科や公民科になりますと法律学や政治学、それから社会学や経済学ということになりまして、その下の○にありますとおおり、教科に関する科目については、教職課程の認定基準において、科目区分ごとに1単位以上の開設というものを各大学にお願いしてございます。

それから、教職の関係でございますが、小学校でございますが、家庭の指導方法に関して、一種免許状、専修免許状については必修になっている。それから、中学校の家庭科、社会科、高等学校の家庭科や公民科については、各教科の指導方法のうち、下にあります各教科の指導方法の小学校については各科目2単位以上でございますけれども、中学校8単位以上、高等学校の一種免許状は4単位以上の科目を各大学に設定していただいているところがございます。

そして、その下に例として挙げてございますのは、例えば三重大学、山梨大学、広島大学という中で、消費者教育をそれぞれ教科に関する科目、教職に関する科目の中で、小・中・高の教職課程の中ではどう取り扱っているかということで、例えば家庭経営学という形で三重大学の場合は取り上げていただいている。山梨大学の場合ですと、家庭経営学概論ということで、小学校・中学校の家庭科についての教科に関する科目を取り上げていただいている。広島大学ですと、これは小学校の教職のほうでございますけれども、初等家庭科教育法というものを取り上げていただいているということがございます。

資料をおめぐりいただきまして、次に研修でございますが、先生方の研修の体系というものを少しお示しさせていただいてございます。上の3分の1程度の枠のところは国レベルの研修ということで、独立行政法人の教職員支援機構、これは実は昨年の法改正によっ

て、それまでは教員研修センターというものがつくばにございますけれども、こちらを担当させていただきましたが、法改正によって教職員支援機構という名称変更をさせていただいております。この中で、おおよそ全国で大体2,000人弱になりますけれども、例えばそこにあります校長先生、中堅の先生方、副校長、教頭先生、そういった職に応じて宿泊型の研修に御参加いただくような場合と、研修指導者の養成に目的に応じてということで、特定の課題、例えばいじめの問題であるとか情報化、学校安全、道德教育、キャリア教育、こういったものによって研修に御参加いただく場合がございます。こういった方々、つくばの研修に御参加いただいた方には、消費者教育の今回の「社会への扉」でありますとか、そのための教師用の解説書、これをあわせて配付いたしまして、説明を行い、いろいろと御利用、御活用させていただき、そういった方々が現場にお持ち帰りいただいて御利用いただけるような形も、今年からとらせていただいているところでございます。

下3分の2の部分でございますが、これはどちらかというと都道府県が主催して行っている研修でございますが、特にそのうち法定研修、法律で義務づけで行われているもの、赤い楕円形のところでございます。初任者研修等、そして昨年の法改正で従来10年研と申しておったものが、改められた中堅教諭等資質向上研修がございます。この中では、例えば消費者教育の関係で、初任者研修の中に消費者教育を位置付けている例としては、宮城県がこういった取組をさせていただいている。それから、和歌山県のほうでは、この中堅研、従来の10年研ではございますが、本会議の先生方にも直接御指導いただくなどして、本会議の内容でも御紹介させていただいた取組を、この10年研の中でやられている。神奈川県では、環境や法律、消費者被害、情報、金融、食の安全・安心、消費者市民社会、それから、製品安全、こういったものについて、幅広く経験者研修の中で取り上げていただいている例などもございます。こういったものは主に自治体の御判断によってその内容等はお決めいただいているものでございまして、その内容の大枠について、国で少しお示ししているものは2枚目、3枚目のほうで、初任者研修の法定研修と言っている以上、枠組みとしてはこれぐらいの時間数をお願いしたいということでお決めしておりますのと、もう一枚後のほうに10年経験者研修のほうも示してございますが、ただ、内容等については、各自治体で御判断をいただいている、先ほどのような各自治体ごとのお取組をそれぞれいただいているというものがございます。

最後でございますが、更新講習の関係の資料を入れさせていただいております。平成21年から、この免許状の更新制というものが導入されましたけれども、現在10年に1回30時間の更新講習を受けていただいて、受講を修了した形に更新手続を行うことになってございます。

裏側をおめくりいただきまして、更新講習の内容でございますが、30時間のうち、必修領域として6時間、選択必修が6時間、選択領域として18時間でございます。今日この場で御参考にお示し申し上げたのが、そこの一番下のところの北海道教育大学のほうで、選択領域の中で消費者教育の理論と方法ということで、学習指導要領の内容でございますと

か消費者教育推進法における消費者市民社会実現のための消費者教育について御講義をいただき、そういった授業を受けていただき、更新講習の材料としてお使いいただいているということを御参考に御紹介をさせていただければと思います。

なお参考に、最近の例でございますけれども、この更新講習は大変先生がお忙しいということもでございますけれども、インターネットの講習なども有効活用されておりまして、消費者教育を含め更新講習については、インターネット講習なども最近増えてきているということを御報告させていただければと思います。

私からの御説明は以上でございます。ありがとうございました。

○東会長 どうもありがとうございました。

続きまして、高等教育部分につきまして、文部科学省高等教育局大学振興課の多田専門官、学生・留学生課の小代課長補佐に御説明をいただきます。よろしく願いいたします。

○文部科学省多田大学改革推進室専門官 高等教育局でございます。

当方からは、資料3-2に基づきまして、前半部分を大学振興課から、主に教育課程内でどういった取組が行われているかについて、後半部分につきまして、学生・留学生課のほうから、主に教育課程外でどういった取組がなされているかについて、御報告、御説明をさせていただきたいと思っております。

改めまして、私、大学振興課専門官をしております多田と申します。どうぞよろしくお願いいたします。

内容につきましては、既に先生方御案内の部分は多々あるかと思っておりますけれども、改めて御説明をさせていただければと思います。

資料2 ページ目「消費者教育に関する大学教育の取組状況について」というものでございます。ここにグラフをお示ししてございます。学部段階を対象にしまして、これはキャリア教育です。キャリア教育が、教育課程内で実施をされている大学の数、割合をお示したグラフでございます。21年度から26年度の数字でございます。色分けしてございますけれども、ブルーが国立大学、赤が公立大学、グリーンが私立大学の数を示してございます。また、グラフの右側に数字がございまして、これは国公立大学の合計数と、赤囲いでパーセンテージが書いてございますが、これは全体の数に対して、どれだけの割合の大学でなされているかということをお示した数字でございます。

26年度の数字でございますけれども、国立につきましては82大学、公立については78大学、私立については555大学、合計715大学が、キャリア教育を教育課程内で実施していると御回答いただいた大学になります。これは全体の中で96.8%を占めてございます。このうち、消費者教育に関する取組をどれだけの大学がなされているかということ抜き取った部分が、この2ページの下段のブルーで囲んでいるものでございます。全体の数字としましては415大学、割合としては56.2%という状況でございました。内訳としまして、国立が60大学、公立が37大学、私立大学が318大学という状況でございます。

この415大学で具体的にどういった教育がなされているのかということをお示し

したのが次の3ページ目でございます。一部の例でございますけれども、より若年者という意味で、1年次生を対象にしまして、かつ必修科目でその取組がなされている大学の一部の例を取り上げさせていただいたというところでございます。一番上、筑波大学の例でございますけれども、これは全学類で行われてございます。これは他大学で言うところの学部に対応するものでございますけれども、全学類において、フレッシュマン・セミナーという授業科目名でその教育がなされている。また、特色といたしましては、外部講師として、つくば市の消費生活センターの相談員の方にも来ていただいて、一部授業を担っていただいているとお伺いしてございます。

その下、金沢大学でございます。共通教育科目で展開されてございます。これは全学を対象にしてございます。これも1年次の必修科目でございますけれども、科目名としては、大学・社会生活論というところでございます。また、この特色でございますけれども、これも同じく消費生活センターの職員の方に講師に来ていただいているというのはあるのですけれども、それにプラスして、消費生活センターの紹介を経てということなのですが、弁護士の方にも来ていただいて、法規則について学ぶ授業が展開されているというところがございます。

続いて、三重大学でございます。これは教育学部の教員養成課程で行われている教育でございます。科目名は消費者教育論でございます。こちらの特色としては、これも一部授業を担っていただいている外部講師として、三重県の消費生活支援センターの職員の方にも来ていただいているというところがございますが、実際に学生さんが消費生活支援センターに見学訪問に伺ったりなどして、実際に現場を見たりして、そういった教育がなされているところでございます。

私からは以上でございます。

○文部科学省小代学生・留学生課長補佐 続きまして、教育課程外ということで、私、学生・留学生課の補佐をしております小代と申します。私から御説明をさせていただきます。

続きの4ページからでございます。教員に対する研修ということでございますが、大学ですので、まず、学生に対してどういった形で指導・啓発が行われているかということをお調べした資料が、日本学生支援機構の調査の中にごございます。学生に対しましては、もちろん先ほど多田のほうから説明しました授業等、教育課程内といったところでもあるわけですが、それ以外にも、学生に対する事件、事故の防止に関する指導・啓発が実施されております。消費者問題に関しては学内広報物によるものが一番多く、その後、ガイダンス、こういったものが主な手段として行われております。もちろんホームページへの掲載といったところもあります。これは27年度のデータですけれども、大学として取り組んでいることがデータとしてございます。

5ページは、こういった取組につながるためには、教職員への周知・啓発、これが重要だということで、本日のヒアリングもあると理解しておりますけれども、その具体的な方法としましては、日本学生支援機構と協力をしまして、セミナーを開催するというような

こと。これは大学の学生支援、あるいは教務を担当していらっしゃる教員の方、職員の方を対象としたものを開催することによりまして、周知を行う。それで大学に戻ってからの適切な対応をお願いしているということでございます。

具体的なところですけれども、日本学生支援機構におきまして、学生生活にかかるリスクの把握と対応に関するセミナーというものを、ここ数年間、ずっと実施をいたしております。このセミナーの大きな意味での目的なのですが、学生を取り巻く問題とか、あるいは大学における学生支援に関する喫緊の課題をテーマとしまして、具体的な問題事例ですとか、あるいは課題解決に向けた好事例の紹介、こういったものを通して、大学におけるリスク対応、あるいは学生支援の充実を図るということで、平成22年から行っているところでございます。申し上げましたとおり、学生担当の教員、職員といったことを対象にしております。近年、消費者問題の関連のものが多く取り上げられておりまして、26年度から、ここにありますように悪質商法の関係ですとか、あるいは27年度はSNSに関するもの、28年度は学生アルバイトに関するものを取り上げたところでございます。

今年度についてですけれども、大学におけるリスク対応ということについて、さまざまな問題がございますので、今年は一つのテーマではなく、それらを割と総合的に捉えようということで、例えば性被害ですとか依存ですとか人権問題、こういったものも取り上げる。そのテーマの一つとしまして、消費者教育も取り上げることにしております。その分科会の担当ということで、まさにこの本会議の会長を務めていただいております東先生にお願いをしまして、講演とパネルディスカッション、こういったものを実施していただくということで、大学教職員の皆様の理解を深めていただくということへの取組をしているものでございます。

あとは、文部科学省としましては、通知ですね。こういったものを各省庁と連携をしまして大学宛てにお送りしまして、今後の理解、啓発、取組を促しているというところでございます。

最後の6ページ、今の日本学生支援機構によりますもの以外にも、私どもが参加します会議等で学生支援、教務の担当者が集まる会議はたくさんございます。その中で、学生支援に関すること、幅広くいろいろな御説明をするわけですけれども、この消費者問題につきましても、消費者基本計画等を踏まえまして消費者教育の推進の積極的な取組につきまして、例えば消費者教育推進法の内容ですとか、あるいは消費者委員会での議論、こういったものも含めまして御紹介をしながら、大学に対して取組を促しているところでございます。ここに挙げましたものは、今年の会議の例でございます。これ以外にもまだいろいろな会議がございます。年間20回ぐらい、いろいろなところでお話をしているということでございます。

こういったものも引き続き実施をしてまいりたいと考えているところでございます。

簡単ですが、以上でございます。

○東会長 どうもありがとうございました。

ただいま文部科学省の皆様より、学習指導要領の改訂について、あるいは初等中等教育における教員養成課程や教員研修について、さらに、高等教育に関しまして、大学における消費者教育の取組状況、あるいは文部科学省の取組などについての御説明を短時間でしただが大変丁寧にあいだいたところでございます。本来でしたら、ここで御質問をお受けしたいところですが、既に予定した終了の時刻となっております。委員の皆様におかれましては、何か御質問等がございましたら、事務局を通しまして、また御確認をいただきたいと思っております。

また、先ほどの私からの説明が不足していたのですが、実はこの後、第1回目の若年者の消費者教育分科会を開催する予定となっております。そちらでもまたこういった資料を参考にいただきながら、議論を深めていただければと思っております。

文部科学省の皆様には、大変御多用の中、丁寧な御説明をいただきまして、どうもありがとうございました。

以上で本日の議事は終了となります。次回は基本方針の見直し案について御意見をいただくこととしておりますので、よろしくお願いいいたします。

次回の会議日程等につきまして、事務局から御連絡をお願いいいたします。

○青山消費者教育推進室長 次回、第21回の会議につきましては、11月27日月曜日の10時から12時を予定しております。委員の皆様には、予定しておいていただければと思います。

また、本日の資料のうち、資料2の後半部分と資料3-1につきましては、回収資料となっております。黄色いテープの張ってあるものですがけれども、そちらを回収させていただきますので、会議終了後、そのまま机上に置いておいていただければと思います。よろしくお願いいいたします。

○東会長 ありがとうございます。

それでは、以上をもちまして、第20回消費者教育推進会議を終了させていただきます。

どうもありがとうございました。