

第24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24回消費者教育推進会議

議 事 次 第

1 日 時 平成31年1月21日（月）14：00～16：00

2 場 所 中央合同庁舎第4号館共用1208特別会議室

3 議 題

- (1) 消費者の特性に配慮した体系的な消費者教育分科会（仮称）及び高度情報通信ネットワーク社会に対応した消費者教育分科会（仮称）の立上げについて
- (2) 若年者の消費者教育分科会の進捗状況について
- (3) 「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」の進捗状況について
- (4) 各省庁で実施する主要な施策について
- (5) その他

4 出席者（敬称略・50音順）

委員：青木 秀子、東 珠実、岩本 諭、尾上 浩一、柿沼 トミ子、片山 博子、齊藤 秀樹、坂倉 忠夫、清水 かほる、鈴木 佳子、曾我部 多美、千葉 恵美子、出口 貴美子、永沢 裕美子、中村 新造、萩原 康秋、原 早苗、吉國 眞一

幹事：警察庁生活安全局：五十嵐生活経済対策管理官付係長【代理出席】

金融庁総合政策局総合政策課：三浦総合政策監理官

総務省大臣官房企画課：鈴木課長補佐【代理出席】

法務省大臣官房司法法制部司法法制課：横山法務専門官【代理出席】

文部科学省総合教育政策局男女共同参画共生社会学習・安全課：三好課長

経済産業省商務情報政策局商務・サービスグループ

消費・流通政策課消費経済企画室：板東室長補佐【代理出席】

国土交通省総合政策局安心生活政策課：吉澤課長補佐【代理出席】

環境省大臣官房環境経済課環境教育推進室：河野室長

消費者庁：井内次長、尾原消費者教育・地方協力課長、米山消費者教育推進室長

5 配付資料

資料1 地域における消費者教育の充実に向けた連携に関する分科会の立上げについて

1-1 消費者教育コーディネーターの現状について

1-2 消費者教育・啓発・広報事業等（コーディネーター設置自治体）

1-3 消費者教育推進地域協議会の設置状況及び概要

1-4 大学等における講座・ゼミでの消費者教育の事例

資料2 若年者の消費者教育分科会の進捗状況について

資料3 高等学校における「社会への扉」等を活用した授業の全国展開の状況について

資料4 各省庁における消費者教育施策

参考資料

参考資料1 若年者の消費者教育の推進に関するアクションプログラム

参考資料2 消費者教育推進会議取りまとめ（平成27年3月）

参考資料3 第二期消費者教育推進会議取りまとめ（平成29年6月）

参考資料4 消費者教育推進会議委員及び幹事一覧

机上配付資料 「第4期消費者基本計画のあり方に関する検討会」報告書

○東会長 それでは、ただいまより、第24回「消費者教育推進会議」を開催いたします。皆様、御多用のところ御参集いただき、ありがとうございます。

本日は、飯泉委員と色川委員が御欠席でございます。

それでは、早速ですが、本日の議事に移りたいと思います。議事次第をごらんください。

本日の議題は5つでございます。「1. 消費者の特性に配慮した体系的な消費者教育分科会（仮称）及び高度情報通信ネットワーク社会に対応した消費者教育分科会（仮称）の立上げについて」、「2. 若年者の消費者教育分科会の進捗状況について」、「3. 『若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム』の進捗状況について」、「4. 各省庁で実施する主な施策について」、「5. その他」、以上が議題となります。

それでは、報道の方のカメラ撮りはここまでとさせていただきます。

では、1つ目の議題から審議をしたいと思います。2つの分科会の立ち上げについてでございます。前回、7月9日の推進会議におきまして、現在進行しております「若年者の消費者教育分科会」のほかに、「消費者の特性に配慮した体系的な消費者教育分科会」と、「高度情報通信ネットワーク社会に対応した消費者教育分科会」の立ち上げに向けた準備を行うということで議決を頂戴いたしました。その状況につきまして、事務局より御説明いただきたいと思います。

まず、「消費者の特性に配慮した体系的な消費者教育分科会」についてでございますが、こちらについては分科会で議題とする事項に照らしまして、名称を「地域における消費者教育の充実に向けた連携に関する分科会」といたしまして、略称を「地域連携分科会」としたいということを経済産業省のほうから御提案いただいているところでございます。したがって、この後の分科会の方向性に関する説明と議論を踏まえまして、また、名称も決定したいと思います。

では、事務局から御説明をお願いいたします。

○米山消費者教育推進室長 恐れ入ります。そういたしましたら、資料1をごらんください。この分科会の説明に関しましては、資料1のほかに、ちょっと大判で見にくいかもしれませんが、1-1、1-2、1-3、1-4という資料を御用意しております。

まずは資料1でございます。こちらは分科会の位置づけとしまして、基本方針の別紙で当面の重点事項として掲げている2つ目の事項について、検討を行っていただくということは、今、東会長からもお話がありました前回の推進会議で御決議いただいたところです。

推進会議委員のうちから5名様ぐらい会長に指名いただいて、分科会構成員の中から座長を選出するというような、前の若年者の消費者教育分科会もこのような形で始めさせていただきます。

本分科会の方向性でございますが、今、申しました基本方針の別紙において、消費者の特性に配慮した体系的な消費者教育の推進が当面の重点事項で、ただ、消費者教育は、生涯を通じて、幼児期から高齢期までの各段階に応じて体系的に行うべきだということは、今まで繰り返し述べているところで示されているところでございます。

学校における消費者教育に関しまして、若年者に対する消費者教育分科会でかなり御議論をいただいておりますが、それ以外の世代、層に対しても消費者教育をきちんとすべきであるということは従来からも言われております。全ての消費者に対して消費者教育を受ける機会が提供される、そのためには地域での消費者教育の充実が重要で、機会を捉えて消費者教育が実施されることが必要ですということです。

そういった課題を実現していくためには、多様な主体が連携・協働した体制づくりを踏まえて消費者教育を行っていかねばならない。幾つかそういった例があるとしても、普遍的なものとして継続して、また、広げていくということが重要だと。これは繰り返しになりますけれども、そのために消費生活センターの拠点化、そして、消費者教育コーディネーターといった立場の人がいて、関係者と場をつなぐための調整ができる。そういった活動の結節点として、各都道府県・市町村の消費者教育推進地域協議会を実効的に活用していく。今回考えております分科会としましては、この3つについて、実態調査及びヒアリング等を通じて、その具体的な方策を検討したいということになっております。

今、見ていただいたページの裏面に今後の進め方ということで書いてございますが、具体的にはこの資料を見ていただきたいと思っております。

資料1-1です。縦型になっているもので、消費者教育コーディネーターの現状でございます。きょう御紹介する最初の資料は、もともとは消費者庁が毎年やっております地方消費者行政現況調査をもとにしておりまして、そこにさらに昨年12月に追加で調査をしたものの取りまとめでございます。今回、この後の資料を含めて全てなのですが、一個一個に評価を加えようとか、良し悪しをどうのということではなくて、実際、事例ということで先生方には御紹介しております。

事前にお送りもしておりますので、お目通しはいただいているかと思うのですが、この1つ目の消費者教育コーディネーターは、19の府県と13の政令指定都市にコーディネーターがありますと言っております。それぞれのコーディネーターがもともとどういう仕事をやっていた方なのかとか、どういった形で採用されているか、あるいは採用形態はどうなっているかといったことがまとまるとともに、活動の内容を書いております。もともとの仕事の御経験をコーディネートに生かしていただいているというふうに見られる点などがある。どんなところが、もっとこれを広げていって普遍化するといいかと見ていただけるようなポイントが挙げられているのではないかと事務局としては考えております。

次に資料1-2、こちらは消費者教育・啓発・広報事業として、これも消費者行政の現況調査であらかじめ各自治体からいただいたものがベースでございます。ただ、ここに挙げておりますのは全ての都道府県ではなく、消費者教育コーディネーターが設置されている都道府県と政令市の事例でございます。担い手と場所、または担い手同士をつなぐコーディネーターが調整機能を発揮することで実現された施策というのが、この中から発見できるのではないかと考えまして、現況調査をもとに、さらに追加を書き加えていただくな

りをしております。コーディネーターがいるということに着目して、あるいは消費生活センターだけではなくて、ほかとも連携しているといった業務も網羅的に書いていただいております。

以上2つが、消費者教育コーディネーターという要を生かした地域での連携の構築といった、事業をやっていくにはこんなふうにはできるのではないかという切り口で地域の現状をお示ししたものです。

その次に資料1-3、これだけ普通サイズになっておりますけれども、これは都道府県・政令市の消費者教育推進地域協議会が設置され、開催されているというものの概要で、特に構成員がどのような方がおられるかということに着目して書いております。

結節点としての役割を担っていただくという趣旨から、いろいろな立場の方がいらっしゃるという、いろいろというのが具体的にどんな方なのかといったことを見ていただくというものです。まだ事務局で分析等はしていないのですけれども、先ほどの資料に、どのような施策が実施されているかといったことともリンクさせながら見ていくということも必要ではないかと考えております。実は1年ほど前、昨年3月に調査したものなのですけれども、その後、各自治体に確認した上で、この資料を作成、取りまとめております。

最後の資料でございます。こちらはまたA3の大きなものでございますが、これは文部科学省さんが平成28年に実施された全国の国公私立の大学・高等専門学校・短大を対象とする調査結果をもとに作成しております。ここのタイトルにありますように、大学等の講義やゼミで消費者教育をされている事例として挙げていただいている、それが消費生活センターを初め、さまざまな機関と連携されているというところに注目して並べております。実際に大学側がどのようなところと連携したらいいのかわからないといった声も伺っているところですし、消費生活センター側としても、実際にどう動いていいかわからないという声もありまして、こういった事例を踏まえまして、具体的な連携のあり方がどのようになるのかといったことも分科会で検討していただければいいなと思っております。

既存の資料をベースに追加で調査するという形で主なものを今回、作成させていただきました。それぞれ「点」としてはすばらしい事例がたくさんあると思いますが、その取り組み実態を把握した上で、どのように「面」にしていくのかといったことを分科会では御議論していただきたい。そのために、この後、もっとこれは追加的に調べたほうがいいよといった御意見ですとか、ヒアリングするとしたらこういうところをヒアリングしてほしいといったことを、皆様の御意見として頂戴できればと思っております。

本日は、この後、皆様の御意見をお出しいただくのですけれども、できましたら1度目の分科会をなるべく早く開催しまして、それぞれ有識者ヒアリング等々もしてまいりたいと事務局では考えております。

少々長くなってしまいました。説明は以上でございます。

○東会長 ありがとうございます。

今回提示されました基礎資料をもとに現状把握を深めると。そして、今後さらに展開し

ていくための方策を探るということが、新たに設置しようとしております地域連携分科会の方向性というふうに理解をしているところでございます。

今の御説明にもありましたが、最後に、点を面にかにつなげて連携していくかというお話がございました。資料1の表面の一番下に3点ございます。消費生活センターの拠点化と、消費者教育コーディネーターによる関係者と場をつなぐ調整機能、さらに、結節点としての消費者教育推進地域協議会の実効的な活用ということが、ここでの議論のポイントになってくるのかなと思っております。

各委員におかれましては、かなり膨大な資料でございますけれども、既にお目通しいただいているかと思えます。こちらの地域連携分科会についての御質問、御意見、また御感想、あるいはこの分科会をどのように充実していったらよいか、特に焦点を当てて議論するとよいと思われるテーマであるとか、ここの自治体の取り組みを深掘りしてはどうかとか、こういうところをもっと詳しく知りたいとか、あるいは実効性を確保していくためにどのようなことが考えられるか。このあたりにつきまして、どうぞ御自由に御意見をいただければと思います。いかがでしょうか。

お願いいたします。

○萩原委員 相模原市の萩原でございます。よろしくお願いいたします。

調査結果についてでございますが、このまとめ方による一覧表を見たときに、本市におきましても職員による対応では同様の状況があるものの、こちらの一覧表集計には実は入っておりませんで、例年の調査要領が十分読みきれていなかったことが判りました。そこについてはおわび申し上げたいと思います。

また同様に、他自治体におきまして一生懸命やっているところがあるのですが、この一覧表に反映されなかったかなというのは各自治体の調査における報告で不足があったものかもしれないと思っております。

以上、ある意味この資料の補足でございます。よろしくお願いいたします。

○東会長 ありがとうございます。

この調査について、本当に実態として全てが網羅されているかという点では、もちろんそれぞれ御回答になるところの状況が異なると思いますので、今、おっしゃられたような点はほかにもある可能性があるかと思いますが、御承知おきいただきたいと思います。

ほかはいかがでしょう。

では、清水委員、お願いします。

○清水委員 全相協の清水です。

今、米山室長からご説明がありました件です。当協会では、昨年と一昨年に会員実態調査と消費者教育調査を行い、このように報告書として冊子にまとめています。まさしく今、室長が言われたようなことは、これらの調査からも提言しております。消費生活センターの拠点化、消費者教育コーディネーター位置付け、権限、実効性が問われており、基本方針で明文化されているのですが、充実及び強化が課題です。実際に私たち現場の消費生活

相談員は相談業務だけに特化していたり、消費者教育コーディネーターという名前があったとしても、実際は学校教育だけに特化しているケースもあります。地域の実情に合わせた取組でいいと思うのですが、地域格差があります。

ただ、やはりちょっと現場の消費生活相談員も困惑していて、この制度にどのように協力していったらいいか悩んでおります。地域によっては相談員が学校の先生とコーディネーターしながらやっているという事例もあります。当協会として消費者教育コーディネーターの役割を①消費者教育を広める、②消費者教育の実施を働きかける、③消費者教育の関係者をつなぐと考えております。先ほど関係者と場をつなぐための調整というところが出ていましたので、ぜひとも分科会でそのような点を具体的にして、地域格差を無くす対策も入れていただきたい、県がやっているからいいのではなくて、例えば国が、消費者教育110番というようなサポートデスクを作っていただくと国の助けも必要かと、そういうことも具体的に検討できる場としていただきたいと思います。よろしく申し上げます。

○東会長 ありがとうございます。

今の全相協さんの状況についてお話をいただきまして、コーディネーターの役割、また地域格差もあるということで、それらの国のサポートのあり方等々、今後の分科会での一つのテーマになるのではないかという御意見をいただきました。

それでは順番に、出口委員からお願いいたします。

○出口委員 出口でございます。

今後の地域における連携というところに関して、全国でこれだけ多くのいろいろな啓発がされているということですが、それが本当にある意味効果があったのかどうかとか、しっかり最後まで検証するというシステムをつくっていかないと、やりっ放しで終わってしまうのではないかなというところがあるので、その段階まで踏まえて、今後検討していただけるといいかなと思いました。

○東会長 ありがとうございます。

連携の効果の測定ということの御意見でございます。

では、原委員、お願いいたします。

○原委員 私のほうからは2点なのですけれども、今回新しく設置される部会では、消費者教育コーディネーターというものについて明確化を図ろうということだと思います。資料1-1を見る限り、県のレベルでは岡山県と佐賀県の2つだけ。市のレベルではもうちょっとたくさんコーディネーターという名称を使っているかもしれませんが、消費者教育の関係者の間ではコーディネーターという言葉が随分聞かれるようになりましたが、まだまだどういうことをやったらいいのかという定義、位置づけ、何をするのかという役割が不明瞭だと思います。岡山県でコーディネーターをやっている方からの論文を年末に拝見しました。その論文を読む限りでも、実際に自分は消費者教育コーディネーターとしてやっているけれども、役割が明確になっていない、支援体制も明確になっていないというところが問題だと言っておられますので、ぜひそこは入れていただきたいと思います。

それから、資料1-2を見る限り、かなりたくさんのところでいろいろな講座をやっているのですが、私の友人の一人もこの講座の一つを受けておりました、コーディネーター養成講座というのですけれども、80人ぐらい受講者が来ていて、終わった後、県は一体どうするつもりなのだろうかと言っていて、やはりそこでもまだ定義とか位置づけ、役割の明確化がはっきりしていないのだろうと思っています。ぜひそこをお願いしたいと思っています。

もう一点なのですが、消費生活センターの拠点化という意味です。担い手としては賛成なのですが、どうしても悪質商法につかまらないようにとか、契約トラブルとかこういう話が多くなってくると思うのです。消費者問題はもっと幅が広い。エシカル消費の話などが最近は出てきておりますけれども、製品安全もありますし、拠点化はするけれども、相談員だけに限定するのではなくて、人材としてはもっと幅広く求めていただきたいと思っています。

以上です。

○東会長 ありがとうございます。

よろしいでしょうか。少し御意見をいただいてから整理させていただきます。

では、中村委員、お願いいたします。

○中村委員 中村でございます。発言の機会をいただきまして、ありがとうございます。

今回、コーディネーターの現状について、大変たくさん量のアンケートの分析、ありがとうございます。ただ、ここまでの各委員からの指摘でもあったとおり、このアンケートにどういうものを載せるのか、どういったものがコーディネーターに該当するのかというと、基準がまだ不明確な部分があります。その理由としては、コーディネーターというものの自体が名称を問わずにいろいろなものを含むのだという幅広なものになっていますので、それ自体は結構だと思うのですが、これからこういったアンケートを通じて、どういったものをほかの県やほかの市ではコーディネーターと考えているのかという例示を豊富にしていくことによって、ほかのところでも、これもコーディネーターに当たるのではないかとかいうところで、こういったアンケートをつくっていく上での基準みたいなものも出てきて、どんどん充実してくるとよいのではないかと感じました。

もう一つは、このアンケートの結果を表で送っていただいて、私もざっと見たのですが、この結果を非常に充実しているとするのか、まだまだ不足しているとするのかの評価が難しいなと思ひまして、正直、ぱっと見たときには、すごくたくさんあるのだなとも思いましたけれども、たくさん回答されている県とそうでない県があり、回答の仕方に差があるという面もあり、そもそもの量として地域ごとのばらつきも見えてくるところでございます。

ですので、そもそもコーディネートというものの到達点をどの辺に置くのか。例えば私は、学校だったら究極的には学校ごとに保健の先生のようにいてもいいと思いますし、行政だったら市や町のレベルというところにもあってもいいのではないかなと思います。

そのあたりについても議論が深まっていくとよいのではないかと思います。

最後に3番目ですが、この表では私は読み取れなかったのですが、これらの活動がいつから行われているものなのか。かなり古くから行われているものを挙げたものなのか、それとも推進法ができて行われ始めたのか、成年年齢引き下げ後に新しく始まったもののかなどについても、何か違いがわかると分析が進むのかなとも思いました。

以上3点です。

○東会長 ありがとうございます。

永沢委員、お願いいたします。

○永沢委員 発言の機会をいただき、ありがとうございます。

私も3点意見を申し上げたいと思います。事前にお送りいただきまして、目を通しまして、ほかの方々からも御意見が出ておりましたけれども、やはり非常に地域差があると感じておりまして、コーディネーターがいろいろ御自分で努力されて、創意工夫をしてやっという感じが浮かぶのですが、一方で、かなりの負担であろうとも思ったりいたしました。先ほどコーディネーターの定義はどうなっているのかというご指摘もありましたが、教材開発というのでしょうか、消費者教育を実施する上でお使いいただくツールを共有できるような仕組みづくりが必要ではないかと思いました。

一つの参考的な取組例として、後ほど金融広報中央委員会様のほうからも御報告があると思いますけれども、金融経済教育においては、金融広報中央委員会が中心になって2014年から大学生向けの教材については統一したものをつくる努力を重ねてきまして、ようやくこの2月にリリースできることになりました。金融経済教育を担当する人が一から全てを用意するのではなく、その中から必要な素材を選択して使っていただくようにすれば、実施の負担がかなり減るのではないかということでそのような取組を進めてきたところでこれからに期待しているところです。

また、金融経済教育での取組は、品質管理という表現は適切ではないかもしれませんが、担当者による差というのもできる限り減らしていくことも狙いでして、東京から派遣しなくても、地方でも東京と差のない金融経済教育を実施していただくことを確保する狙いもありました。こうした金融経済教育における取組も恐らく参考になるのではないかと思いました。それが第1点目でございます。

あと、地域協議会の設置状況について情報提供いただきまして、これは大変参考になりました。一方で、この地域協議会は、各地域における消費者教育に関する意思決定を行う機関であり、情報センター的な役割を果たしている会議体だと思いますが、こうした会議体でどのような審議が行われているのかという情報が、その地域で消費者教育や啓発に携わりたい方はたくさんいらっしゃると思いますが、そうした方々にこういった会議体の活動がどれだけ情報発信されているのかということも大事であり、こうした会議体の活動をサポートしていくようなことも必要なのではないかと思いました。それが2点目でございます。

最後に、先ほど全相協様は実態調査をされたというお話をされまして、私どもはできていないことを反省したところですが、私どもNACSはじめ全国的に展開している消費者団体は、自分のところのメンバーが各地でどのように携わっているかという実態調査をもう少し自主的にやる必要があるなと思いました。これは大いに反省すべきところでして、これからでも遅くないので、情報提供を消費者庁のほうにさせていただくということをしていただきたいと思えます。こういった取組を広げて繋げていけば点から面への広がりをつくるきっかけになるのではないかと考えさせられました。

以上でございます。

○東会長 ありがとうございます。

今ちょっとお話が出ましたが、吉國委員、いかがでしょうか。

○吉國委員 金融広報中央委員会の吉國でございます。

御承知のように、金融教育というのは消費者教育と大変密接に結びついております。また、金融教育の場合、消費者教育と同じく都道府県別に金融広報委員会がございますので、そういう意味でもいろいろとコーディネーションは必要だと思います。

その点で考えますと、一番コーディネーションがよくわかりますのは、消費者教育推進地域協議会に金融広報委員会が関係しているケースでございます。例えば東京の場合は、東京都の金融広報委員会の事務局長が東京都消費者教育推進協議会に入っております。そういうことがあと幾つかの都道府県でもございます。ただ、それがなくても、基本的にそれぞれの金融広報委員会が地域の消費者教育の関係者とはいろいろとコーディネーションしていると思えますので、その辺もちょっと調べていただければと思っております。

これは永沢委員からの発言とも関係しますけれども、大学につきましては、私どもも連携講座をいろいろなところでやっております。この資料にはたまたま武蔵野大学が出ていますけれども、それ以外にも幾つかの大学でやっております。その大学の授業の内容自体をホームページにアップしております。

さらに、これは金融教育についてでございますけれども、現在、金融リテラシーのエッセンスを1コマの講義用にまとめたコアコンテンツ教材というものをつくってしまっていて、それを検討中でございます。そういう点についても完成したところで資料を提供したいと思っておりますので、よろしくお願ひしたいと思います。

○東会長 ありがとうございます。

岩本委員、お願いします。

○岩本委員 岩本でございます。

まず、この分科会の名称というわけではありませんけれども、一応確認としてお尋ねしておきたいのですが、そもそも消費者の特性に配慮したというところでスタートしたものを、その目的は残しながら、今回の名称のもとの分科会で行っていくという理解でいいかどうかです。先ほど米山室長からは、学校の段階、それからライフステージといった、いわば年齢の特性について御説明いただきましたけれども、消費者基本法2条2項では、

年齢その他の特性に配慮ということで、年齢のほかにさまざまな特性について配慮していくということが消費者の特性として基本法に挙げられていますので、年齢以外のさまざまな特性に配慮したということはこの分科会の中でも考慮していくということでもいいのかどうかの確認をさせていただきたいと思います。

○東会長 ありがとうございます。

私も今、岩本委員がおっしゃったような理解をしたところでございますが、確認だけさせていただいてよろしいでしょうか。そのような形でよろしいでしょうか。

○米山消費者教育推進室長 あくまでも名称で、体系的なという言葉が印象に残って、体系分科会とかいうとちょっと違うイメージになってしまう。御指摘いただきました、先ほども読み上げましたように、もともとの決定部分のところをいじるつもりはもちろんございませんで、さまざまな年齢層も含めまして、特性に配慮したということは消費者教育の重要なポイントであると。それをやっていくためには、学校だけではなくて地域でも、地域でやるとすれば連携だという、そういう論理構造で名前をちょっと整理させていただいただけなので、内容を変更するという意味合いではございません。

○岩本委員 ありがとうございます。

○東会長 ありがとうございます。

ほかはいかがでしょうか。

では、お願いいたします。

○坂倉委員 坂倉でございます。

資料を見て1点感想なのですが、資料1-4で大学等における消費者教育の実例というのがございます。これをざっと見ると、全部で100件ぐらいあるのですが、その中で事業者がかかわった例が10件ぐらいあり、それもほとんどが金融関係の事業者さんと偏っている。あと、件数が少ないという意識も持っています。

一方、ここには載っていないのですが、消費生活センターさんとの連携ではないのですが、私どもACAPでは、東西で5つの大学様とタイアップして、コラボレーション講座というものを半年から1年にかけてやっておりまして、週がわりでACAPの会員企業の事業者さんが登壇していく。最初のころは我々も要領がわからなかったもので、各社のお客様対応について説明を順繰りやっていたのですが、今では半年間のテーマをCSRとか、SDGsとか、女性活躍とか、テーマを決めてやるようになり、あるいは大学生の方にも入っていただいたグループディスカッションなども行うように、やり方も大分進化をしてくれているところがございます。

しかも、講義をやっていただいた企業さんはほとんど皆さん喜んでいただいて、ぜひ来年も登壇したいと言っているんですし、講義した方が企業に戻って、消費者教育の人材となって育成されるということにもつながっている実情でございます。

正直いって、一企業として消費者教育の現場に入っていくというのはなかなか難しい現状ではありますが、工夫次第ではいろいろと、事業者も消費者教育の重要な担い手として

入っていく場面があると思うので、ぜひ分科会では関係者と場をつなぐ中に、その関係者の一つとして事業者の方の活用も考えていただければと思います。

以上でございます。

○東会長 ありがとうございます。

では、永沢委員にいただいてから、千葉先生、お願いします。

○永沢委員 今、坂倉委員からお話のあった件につきまして、先ほど言おうかどうしようか迷ったのですけれども、補足させていただきたいと思います。

実は、先ほど金融広報中央委員会でコアコンテンツをつくっているというお話をさせていただきまされたけれども、なぜそのようなものをつくっているのかという一つの動機として、事業者様にお願いするとそれぞれの事業者様の周辺ばかりをお話されてしまい、内容的に偏りが生じてしまうのではないかと、中立性を欠くのではないかとということが懸念されるという指摘がございました。金融教育と違って消費者教育の分野ではそんなことはないのだろうと思いますけれども、金融教育の分野ではそういうこともあるということを考えまして、それで、最低これだけは言ってほしいということと、ここからは大学教育の場では言うべきではないのではないかとすることを議論し検討させていただきまして、コアコンテンツというものをつくっていただきました。事業者の方にどんどん出かけて行って教育の担い手になっていただくためには、その辺をきちんとする必要があるのではないかとすることでコアコンテンツをつくらせていただきたいと思いますということです。事業者の社員の教育への参画というのは非常に重要な人材・リソースだと思うのですけれども、そのあたりの配慮というのも必要ではないかということが金融経済教育の検討の中ではあったということをお伝えしておきたいと思います。

以上です。

○東会長 関連ですか。では、原委員、お願いいたします。

○原委員 確認です。今から会を立ち上げると、私たち委員の任期はこの夏までです。あと半年ぐらいしかないのです。ただ、これはとても大きなテーマなので、半年で結論を出すということではなくて、そこは中間取りまとめみたいなことで、その次にも引き継ぐというような取り組み方でもいいのかどうかということだけ確認させてください。

○東会長 それでは、今、それにまた関連したことで千葉会長代理のほうから御意見をいただけたと思います。お願いいたします。

○千葉会長代理 まず、後で追加資料を出していただいたのですが、1月8日に公表されました第4期、この第4期というのは、今は第3期が走っておりますので次期になりますが、時期的には東京オリンピックの後になります。その第4期の消費者基本計画のあり方に関する有識者の検討会が1月8日に報告書を出しております、これを追加資料として事務局のほうに提出をお願いしたところです。

この中の8ページ目に「消費者教育の戦略的推進」と項目がございまして、消費者教育推進会議と同じように各方面のいろいろな方の意見を集約して、このような意見があると

いうことをごらんいただければありがたいと思うのですが、この中で8ページ目には、これまで消費者教育推進会議で主に推進してきたことをもう少し継続的に実施して、実効性のあるものにしてほしいということがまずは書かれています。

それから、きょうの議題はどちらかというと9ページのほうになってくると思うのですが、2段目ぐらいにあると思うのですが、きょうも消費者教育の推進のための3つの要素が出てきたわけですね。消費者教育コーディネーターと、それから、消費生活センターの消費者教育における拠点化という問題と、それから、消費者教育推進地域協議会の役割、以上の3点ほど出てきて、基本計画の策定のポイントになっていると思います。

消費者教育推進地域協議会については、まず、市町村レベルまで設置を図るといふこととともに、実はここに消費者教育推進機関としての役割を持たせるといふ話になっておりまして、こういう役割を持たせられるような実態が現時点であるかどうかということ、とりあえず、事務局で、まず、どんなところで消費者教育推進地域協議会が設置されていて、どういう構成メンバーでやっているかということをお調べいただいたのだらうと思います。

ただ、それは外側を見ただけでありまして、消費者教育推進地域協議会は、実際上どういう役割を果たしているのかということ、まだこれからだと思いますし、どうあるべきかということもこれからの議論ではないかと思います。私の経験では、年に1回か2回集まって御意見番的に、どんな計画のもとに、どういうことが行われているのかということ、報告していただくということが多いのではないかと思います。しかし、基本計画の検討会の提言では、地域の包括的な消費者教育の推進機関ということになっておりますので、この意味を我々としてはどのように考えて、あるべき姿というか、方向性をこの消費者教育推進会議で提言していくのかということがまずは重要ではないかと思います。

2点目ですが「消費生活センターの拠点化」ということを先ほど室長のほうから御説明があったのですが、実は消費生活センターというのはいろいろな役割を果たしている機関でありまして、人はかなり共通しているのですけれども、役割という点でいきますと、「苦情処理」とかいったところはかなり時間を割かれているところかと思えます。

それから、もちろん苦情が出ないように予防することになるので、「啓発」ということについてはかなりやっつけらっしゃると思うのですが、問題は、この会議体でよく問題になることだと思うのですが、「教育」と「啓発」は違うという問題をどこまで認識して「消費生活センターの拠点化」を考えておられるのかということが非常に重要になると思います。

「教育」ということになりましたと、これは前の分科会のところで私のほうで座長を務めておりましたので、教育の現場にいらっしゃる委員の方からいろいろ教えていただきまして、少しは理解できるようになったところだと思うのですが、きょうの資料では大学のところしか出てきていないのですが、小学校から高校までは学習指導要領がありまして、この枠の中でどのように消費者教育を推進していくのかというところでは、「啓発」だけで

は「教育」にならないという問題があります。そうすると、啓発しかやっていない相談業務のところで、啓発の知識はたくさんあるので、こういうことをやっては危ないよという話はできるのですが、よりよい消費者になるためにどう教育するかというところでは、やはり教育のことを知った人とコラボしていかなくてはいけないわけです。センターの相談員の人とかセンターで相談業務をやっている人がそのまま消費者コーディネーターになれるかどうかということについても、もうワンクッションあっていいのではないかと思っています。

ですので、2つのことを一遍に言ってしまいましたが、「消費生活センターの拠点化」というときに、今まで苦情処理と啓発ということが主であったのだけれども、それに消費者教育という、教育の現場にどのようにセンターがかかわっていくのかというのは、もう少ししっかり議論をしないといけないのではないかというのが2点目となります。

同時に、基本計画の検討会の提言では、9ページの真ん中になりますが、消費者教育コーディネーターを全国配置する目標を示して取り組むとともに、その地位向上・能力の高度化を図るために、消費者行政部門における専門職として位置づけた資格ないし認定制度を導入するということになっております。

そうしますと、先ほど中村委員から御意見がありましたけれども、一応基本法の計画の検討会の考え方としては、むしろ消費者教育コーディネーターを行政機関の中でしっかりとした専門職としての位置づけをした上で、それなりの知識、能力を持った人を認定して配置するという方向が出てきておりますので、これに対して消費者教育推進会議としてどのように考えるのかということを少し考えていただければありがたいと思います。

最後になりますが、きょうの事務局で作成された資料を拝見しますと、もちろん資料をつくるのが大変だったのではないかと思いますし、まずはこのような資料は必要だと思うのですが、先ほど御意見がいろいろあったところかと思うのですが、コーディネーターの定義がはっきりしないので、漏れているとか漏れていないとかいう問題があったり、あるいはやっている活動を見ますと、先ほど教育と啓発は違うのではないかという話をしたのですが、かなりのところで、啓発のところで講座の企画とかそういうものが入っておりまして、これをコーディネーターの役割として認識するというのはどうなのかと思ったりいたします。一次資料としてはこれでいいと思うのですが、今後、分科会のところで資料の整備という点でも、少し焦点を絞って御検討いただいたほうがいいのではないかと思います。

以上です。

○東会長 ありがとうございます。

いろいろな御意見が出ていますので、一旦整理をさせていただきたいと思います。

今の一次資料の件は、恐らく、きょうは皆様からこういった御意見をいただくための資料ということだと思いますので、今後、もっと突っ込みたいところ、ここが必要ということ、きょう御意見をいただきましたら、また分科会のほうでそれについて調査をしなが

ら議論をしていくということではないかと思っております。

先ほど原委員から御質問がありました、私どもは7月までの任期となっております、確かにこれはかなり大きな問題になりますので、全てを全部解決する、結論を出すというのは難しいかもしれませんが、できるところまで、私どもが前から引き継いでやっていることも踏まえて、中間報告的になるかもしれませんが、ここのメンバーの中でまずは取りまとめをして。来期にどうつないでいくかということは、この問題に限らずほかの課題も含めて、恐らくそろそろ議論するときになっているのかなと思っているところでございます。

それでは、今、いろいろ御意見いただきましたが、大きく分けると5つぐらいありました。まず、コーディネーターに関連して、コーディネーターの定義、位置づけ、役割、活用の仕方、それから、コーディネーターといっても幅広い分野の人。消費者教育は被害防止だけでもないので、幅広い方がコーディネーターとしての役目を担うという可能性であったり、それから、先ほど千葉委員がおっしゃったことで言うとすると、教育ができる人。啓発だけではなくて教育ができる人ということ。

いいですか。

○千葉会長代理 済みません。教育ができる人ではなくて、教育の場を知っている人ということでありまして、消費者教育コーディネーターというのを前の分科会で一応整理させていただいたとき、みずからそこに立って教育をすとか、教材をつくって教壇に立つというようなことを基本的には考えていなかったのですね。

ですから、むしろ専門的な知識のある人を教育の現場につなぐ人というふうに考えて、先ほど永沢委員からもご意見がありましたけれども、あるところの人がその情報を持ってきても、それが消費者教育という点からするといいのかどうかということ消費者教育コーディネーターのところでワンクッションをおいて「教育」という観点から検討する。そしてもう一つは、消費者教育をする、教育の技能がある人につなぐ。そういう役割を消費者教育コーディネーターについて考えていたということかと思えます。

ですので、もちろんこれまで啓発とか教育に携わってくださった方が、コーディネーターとしての役割を十分に果たし得る人が恐らくいると思えますので、そういう人が対象になることはそうなのですけれども、それ以外にも、例えば学校の先生のOBの方でそういう方もひょっとしたらいるかもしれないし、あるいは企業で長いこと消費者問題について携わった方が、広い視野でもってコーディネートするというのもあり得るかもしれないと考えているところかと思えます。

もちろんほかの御意見もあると思えますし、それから現実には、コーディネーターというのは非常に耳ざわりのいい言葉なので、あちこちで使われていまして、そこでつくられたイメージというものもあると思えますので、そういったところをうまく調整されて、先ほど定義とか、役割とか、組織におけるどういう位置づけなのかとか、そんなことも議論をしていただければ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、私のほうで、啓発だけではなく教育をという意味で申し上げるところ、教育ができると申しましたので、済みません。今、きちんと御説明をいただきまして、ありがとうございました。啓発を超えた教育の場として専門家をつなぐというような役目もできる方などなど、まず、コーディネーターについて明確にしていくということが1点ございました。

2点目としては、いろいろなところの団体様などが持っている、既にやっている事例をもっとたくさん集めていく。金広委さんもそうですし、全相協さん、NACSさん、ACAPさん、多分ほかにもいろいろな消費者団体があるのだと思います。そういったところが実は、つなぐといったときに一定の役割を果たしている部分がかかなりあるのかなという気がしておりますので、そういったさまざまな関係者同士をつないでいる組織に対しても調査なり、あるいはそれぞれから御報告をいただくというような情報収集をしていくということ。

3つ目として、マニュアル化といいますか、必ずしもマニュアルという言葉が適切ではないかもしれませんが、先ほどコアコンテンツということで金融のほうのお話などもございました。やはりすごく地域格差があって、多様な状況で今、このつながる仕組みができていの中で、一定のツールなどの共通化について考えていくということがあったかと思えます。

あとは、連携の効果の測定ということも初めに出口委員のほうから出していただきました。実際にいろいろなところが連携していっているのだけれども、果たしてその連携をすることによって本当に消費者教育が効果的に推進されているのかということを検証していくことも必要であると。

そのほか、地域協議会のあるべき姿といいますか、これもコーディネーター同様、非常に多様性がありますので、どういう姿が求められているのかということ。また、消費生活センターの拠点化といったときに、これは先ほど、私、コーディネーターのほうでも申し上げましたけれども、消費生活センターは苦情処理と啓発ということが主なお仕事となっています。啓発プラス教育という部分で、特に学習指導要領の話なども出ましたけれども、教育と啓発、教育をこれから地域でつないでいくのだという部分で、消費生活センターの役割ともかかわって検討すべき点もある、というようなことであつたかと思えます。

ほかにも何かあつたかもしれませんが、足りない部分がありましたら、また御指摘ください。

○千葉会長代理 済みません。何度もしゃべって申しわけないのですが、基本計画の検討会の提言では、もう一つ重要なことを言っておりまして、消費者教育推進地域協議会は、先ほど申しましたように学校教育の現場をつなぐための組織体として活用を期待されて、それは現在まさにそういう形で推進するということになっているのですが、さらに、2020年以降は学校教育以外に社会教育の場でも、この協議会を推進母体として消費者教育を推進していくということになっておりまして、先ほど岩本委員、それから東会長からもお話がありましたように、年齢その他の特性を考慮して消費者教育をしていくという中では、

学校教育以外に消費者教育を、成人教育と言ったらいいのでしょうか。そういうところでもう少しやらないといろいろ問題があるだろうというところで、その教育の推進母体としても、消費者教育推進地域協議会が推進機関になるということになっておりまして、その意味でもかなり重要な役割を期待されています。本当にできるのだろうかという気もしておりますので、ぜひ、もしうまくいっているところがあればいろいろ御意見をいただき、さらに、どうしたらもっとよくなるのかというお話を分科会のほうで御議論いただければいいのではないかと考えております。

○東会長 ありがとうございます。

学校教育だけでなく、社会教育、成人教育という視点でも現場をつないでいくということが求められているということでございました。

今、千葉委員のほうから、うまくいっているところがあればそれを集めてきてというような御意見があったと思うのですが。委員の皆様の中で、例えばこの自治体とか、この組織とか、この大学とか、ここがやっているものをもう少し掘り下げるとおもしろいのではないかとか、あるいはこの資料にないものでも結構ですので、何かそういったヒントになるような事例を御存じでしたら、幾つか挙げていただけますと、今後の資料になっていくかと思いますが、そのあたりはいかがでしょうか。

尾上委員、お願いいたします。

○尾上委員 日本PTA全国協議会です。

うまくいっているかといいますと、どちらかというとうまくいっていない話からさせていただきますと思います。

まさにPTAは、社会教育を担う社会教育関係団体であります。我々日本PTA全国協議会は64地方協議会がございまして、それぞれの都道府県・政令市に協議会があります。また、その中には市町村の連合体がございまして、いろいろな面でつながりが強い組織でもあるのですが、社会教育を推進するということでは成人教育を主に置いているのですが、子供たちの健全育成というところをメインに活動しているのが今の実態でございまして、この消費者教育という言葉がなかなか入ってこない状況があります。

社会教育の一環と言いながら、どちらかというところ今日課題をメインに議論していくということと、検証を行っているような形がありますので、例えばSNSとかスマホに関しては、その使い方とかフィルタリングというところが中心になってしまっていて、なかなか消費者教育の分野まで入り込むような研修内容にはなっていないというのが実態であります。

また、消費者教育推進地域協議会の中の構成メンバーを見てみますと、都道府県では二、三名、政令都市でも二、三名の方しかその協議会にはかかわっていないということからしますと、情報が入ってこないという状態と、その中で進めていくということは、子供たちは学校で教育を受けるのに、保護者層は全くその情報がないままというのが現状ではないかと思えます。

ですから、学校教育の中で、いろいろな面で学校の教育方針という部分と社会教育とか

消費者教育、金融教育とかに係る部分に関して、どういった方向性で子供たちに教育を施すのか。それとともに、家庭ではこういったものをあわせて学習していこう、一緒に勉強していこうというような並行的な動きをしていかないと、なかなか浸透しないのではないかと思います。

いろいろな研修を積極的に行ってはおりますが、ほかのPTA協議会のメンバーに聞いても、消費者教育に関しては皆無に等しいような状況でしたので、地域の行政機関が協議会を通してとか、学校もPTAを通してとかいうようなかかわり方をもう少し明確にして動いていくのが大切ではないかと思います。

以上です。

○東会長 ありがとうございます。

ほかにいかがでしょうか。

では、永沢委員、出口委員の順番でお願いします。

○永沢委員 たびたび申しわけありません。先ほど千葉委員から教育と啓発の話がありまして、また、成人教育といますか、生涯教育のお話が出ました。

成功、失敗という例ではないのですけれども、個別の学校の前を出して恐縮なのですが、ある大学が今度新たに生涯教育の専門学部をつくれるということでパンフレットをいただいたのですが、私はここに消費者教育という科目があるものだと思っておりましたら、ないんですね。社会教育主事と図書館の主事の資格を取るための講座があるのですが、消費者教育の講座がないんです。とても残念に思いました。社会教育主事という生涯学習センターの職員にももっと消費者教育というのを担っていただくということが必要ではないでしょうか。社会教育主事の方たちは生涯教育の専門家であり勉強もされてきているわけですから、そういう方たちとセンターの相談員とが一緒に消費者教育講座をすることで教育的要素が増すことも期待できます。

地域によっては生涯学習センターと消費生活センターが同じ建物にあるところもあります。確かに管轄する役所が違うという事情はあるとは思いますが、そうした枠を越えて、成人向けの消費者教育に協働して取り組んでいただくことが必要です。また、社会教育主事を目指している大学生にも消費者教育をもっと勉強していただくことが必要ですし、そうした人材を消費者教育コーディネーターに育てるといったこともあったらよろしいのではないかと思います。以上です。

○東会長 ありがとうございます。

出口委員、そして原委員という順番でお願いいたします。

○出口委員 出口でございます。

私は小児科医で、どちらかというところと子供の事故予防の啓発、教育というところの役割を担ってこの委員の中に存在しているのではないかと思います。私自身、NPOとしてそれを広めようと各地で活動しておりますが、NPOと言う団体は、消費者教育推進という枠の中では消えてしまうのですよね。そういうNPOの団体も調査の中に加えてはいかがでしょうか？ ま

た、啓発で使われた資料なども、消費者庁の中で管理する仕組みを作るのはいかがでしょうか？コーディネーターに関しても、その認定もしくは資格試験はどうするのか？誰が認証するのか。それにお給料はちゃんとついてくるのかということも含めて、たくさんの課題があると思います。

私自身の活動としては、ライフサイクルに合わせた教育の中で、妊娠、出産、未就学という部分を担い、特に、一番子供たちが命を失っている事故予防の活動をやっております。私共のNPOでは、全医療機関、全教育機関、警察、消防、行政が、NPOの活動に賛同し、協力体制ができています。さらに産業技術総合研究所が入って、効果検証を行い、実際に自転車事故は明らかに減っているという成果を出しています。

この成果より大村市という一つのコミュニティの活動は、消費者庁からの助成金もいただき、連携がうまくいっているモデル地区となり得ると思います。このようなNPO団体も含めて、NPOの活動を調査をしてみたいはいかがでしょうか？

あとは別件なのですが、私どもはアブナイカモという消費者庁のキャラクターを使って子どもの事故予防を推進していたのですが、ある日、著作権の問題でということで、消費者庁から、もうこの3月に切ってしまうというお知らせをいただいております。消費者教育推進のために消費者庁が開発したキャラクターやテーマソングであるにもかかわらず、いきなり理由の説明もないまま、消費者庁は使いませんから、もう使えませぬみたいな形で言われると、それは推進ではなく、阻害というか、後退になりませんか？消費者庁と地域がどのように連携をしていくとうまくいくのかという点に関し、配慮が必要なのではないでしょうか？この活動は、子供たちのために行っていると言う目的意識をしっかりと持って、推進していくことが必要です。

消費者教育は、啓発か教育なのと言う部分も含め、市民にとっては非常にわかりにくいところでもあるので、具体的な説明を加えて、次回の部会のほうにつなげていただければと思います。

ありがとうございました。

○東会長 ありがとうございます。

原委員、お願いします。

○原委員 どなたか推薦してほしいということでしたので、岡山県の消費者教育コーディネーターが、非常に先駆的にやられていて、問題意識を持っておられるので、ぜひヒアリングをお願いしたいと思います。

それから、資料1-1を見ておまして、皆さん教育委員会との連携を非常に悩んでいらっしゃるのですが、奈良県と和歌山県と徳島県が教育委員会との連携を意識しておられるように、回答のほうにも書かれているので、ここはぜひヒアリングをお願いしたいと思います。

それから、今、出口委員がおっしゃったアブナイカモの話は私も先ほどここに来る前に廊下で聞きまして、ちょっとびっくりしたのですが、せっかく広まってきたのに、

やはりこれはもっと広く自由にみんなが利用できるように、利用の仕方については再検討していただきたいと思います。

その関連で、出口委員の発言を聞いていて思ったのですが、今回の資料も行政を通じて、行政の資料がとて多いいものになっていますけれども、今、NPOなどでいろいろな試みをやっているところがあって、厳密な意味での消費者教育とか消費者啓発ということにはならないのかもしれませんが、いろいろな試みがあると思うので、もっと行政を離れて柔軟にNPOの活動なども見ていただけたらと思います。

以上です。

○東会長 ありがとうございます。

では、吉國委員に先にお願いをして、そして柿沼委員ということで。お時間も、ちょっとほかにも議題がありますので、そろそろこの議題はと思っておりますが、まずは吉國委員、お願いいたします。

○吉國委員 うまくいっている例かどうかは別にして、私どもがやっている例で言いますと、コーディネーターとはちょっと違うのですけれども、金融広報アドバイザーというのが金融教育の基本的な担い手でございます。大ざっぱに言いますと、一つは金融の専門家であるFP、ファイナンシャルプランナーですね。FP協会の関係者が多いのですけれども、もう一つは学校の先生。小学校、中学校の先生などで金融教育を今までやってきたOB・OGの方をお願いしていて、その関係では、そこから学校などとの連携がとれているという感じがいたします。そういう形で小学校、中学校に出前授業をやるという形で金融教育を推進しているということ。

あと、社会人のためにという意味でも、最近は特に老後の資産形成みたいな話が多いので、ファイナンシャルプランナーの方などを通じて講演会などをやっている。

ちょっと特殊な例で、ファイナンシャルインクルージョンという観点で言いますと、刑務所とか少年院などの人にも金融教育をしている。こういうところでは本当に金融については全くゼロに近い人も多いので、そういうことも金融広報アドバイザーの方をお願いしております。

○東会長 ありがとうございます。

では、柿沼委員、お願いいたします。

○柿沼委員 地域についての分科会が立ち上がるということで、全国地域婦人団体連絡協議会としては、47都道府県に全部会員がおりますので、とても喜んでおります。

現状では、どこの県でも全部消費者教育の勉強、金融も含めて教育の勉強をしております。そして、講師も務めております。

そのような中で、1つの県の事例を出しますと、教育コーディネーターというのがないところがありましたので、ちなみに埼玉県にいないのかと聞きましたら、かなり先駆的に取り組んでいるので、ここに書いてあるような活動は全てやっております。ただ、名前がそうでないから出さなかっただけですということでしたので、結構実態としてはなされ

ているかなと思います。

教育のほうでも、18歳で成人になる高校生に対して、かなり突っ込んだ教育をやっているようでございます。

これからのこととして、地域の中で、私は午前中は社会教育の会議をやっております、今後の社会教育とはということを半日もやっていたのですが、本当に消費者教育というのが一回も出てきませんで、これは大変だと、今、思っております、もう少し書き直さなければいけないと思っております。

切り口としてみると、あと、これから地域としては福祉部門と教育と、そういったさまざまなところの行政の連携した協議会を支援のところ立ち上げて、しっかりとすることが、要するに年代差、それから、はっきり言って高齢者は単身者が非常に多いことになります。正常な状態でない人もかなりおりますので、そういったところをどうフォローしていくかというのが重要になってくるかと思えます。

そして、その前提として消費者庁に一つお願いがあるのでございますが、私たちは一生懸命取り組んでおります、自分たちの消費者の立場、あるいは子供たちの指導、そしてほかの広がりへと頑張っているのですが、消費者庁の消費者行政を推進するための財源を継続的・安定的に確保し続けてもらいたいということなのです。これが非常に不安定で、市町村格差を生む原因にもなっております。

前は地方消費者行政活性化基金を活用して結構展開してきているのですが、平成27年に消費者庁長官の通知で地方消費者行政推進交付金に変わって、また変わったわけなのですが、そのたびに縮小傾向にありまして、はっきり言って、国が手を放して消費者行政が拡大するという事態は、人口減少、地方の活力が減っている中では担保できないので、消費者庁があくまでもしっかりと財源を確保して、各都道府県を通し、市町村に行き渡るような国民の公平性を担保していただきたい。その上で私たちは地方で頑張っていきたいと思っておりますので、よろしく願いをいたします。

以上です。

○東会長 ありがとうございます。

それでは、ほかにも御意見があらうかと思いますが、残りの議事もございますので、今のところまで取りまとめをさせていただきます。

先ほども既に幾つか御意見を整理いたしました、コーディネーターに関する定義、位置づけ、役割、活用の仕方、到達点はどこにあるのか等々、コーディネーターに関する役目等の明確化、そして、各団体さんが持っている事例等をもっときちんと収集していくということ。そして、キーコンテンツというかマニュアル化、ツールの共通化、連携の効果、地域協議会のあるべき姿というところで、社会教育の問題などとの関係も出てまいりました。6つ目は、消費生活センターの拠点化に関連して、教育と啓発の話なども出てきたところでございます。

さらに、その後のお話の中で、また違う機関の連携が有効ではないかと思われる機関に

ついて、生涯学習センターさんとかNPOのような多様なコミュニティですね。そして、地域女性団体さんとか、幾つか冒頭出てきました組織以外にも丁寧に、きめ細かに見ていくといろいろな連携の工夫が見られるところがあるのでということで、そのあたりもフォローしていくというのが7点目でございます。

もしかしたら見守りのネットワーク、高齢者の安全のほうの連携も福祉のことが入ってきますと関係しますので、多少、どのようにそことすみ分けたり、あるいは重ね合わせたりするのが一番効果的かということも検討課題かなと思いました。

そして、具体的に岡山県、奈良県、和歌山県、徳島県等々、こういうところを調べたらどうでしょうという御意見もいただいたところです。

また、最後に消費者庁への要望として、アブナイカモの話とか、財政面のこととかも出ておりました。

これら、いろいろなものが出ましたので、どこに焦点を当てていくかということはまだもう一度整理させていただくところでございますが、一応、いろいろ御意見をいただきましたので、今いただいた課題の解決に向けて動いていくということで、分科会の立ち上げについて議決をいただきたいと思っております。

分科会の名称も、先ほど変更になったということで追加の御説明もございました。事務局から提示された案のとおり分科会を立ち上げまして、そして、本日いただいた御意見を踏まえつつ、議論を進めさせていただくということで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。

では、本日の会議における議決をもって、分科会の立上げといたしたいと思います。

また、当該分科会の座長は私が務めさせていただきたいと思っております。委員の選任については、千葉会長代理と私に御一任いただければ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、最初の分科会の立上げの議論が長くなりましたが、続きまして、もう一つの分科会ですね。高度情報通信ネットワーク社会に対応した消費者教育分科会につきまして、事務局から御説明をお願いいたします。

○米山消費者教育推進室長 恐れ入ります。配付資料はございません。

前回の推進会議で立ち上げの準備ということで、高度情報通信ネットワーク社会に対応した消費者教育分科会について、状況を御説明させていただきます。

この先、ちょっと長いので、高度情報の分科会とさせていただきますけれども、高度情報の分科会については、前回の推進会議の後、当該分野にかかわる関係省庁と打ち合わせをし、また、そこにかかわるような団体の皆さんから御意見を聞いたりといったことを進めてまいりまして、事務局内で検討を進めましたが、結論を申し上げますと、本分科会の立ち上げについては、当面の間延期させていただきたいと考えております。

その理由でございますが、当該分野については既にプラットフォームビジネスとか電子商取引、ビッグデータなど消費者の日常生活に広く浸透している状況の中で、消費者がいかに自主的かつ合理的に行動できるよう、その自立を支援する教育を推進するののかという趣旨で、では、どんな分科会をどう設計したらいいのかということ考えたのですけれども、これまでの消費者政策や消費者教育の分野にはない、全く新しい専門的な知見が必要ではないかと。分科会で取り扱う範囲の絞り込みとか具体化自体も非常に難しく、見通しをつけることができませんでした。

そこで、事務局としましては、以前、消費者教育推進会議が当初あったころには専門委員という制度がございまして、そういった専門委員の方を発令して、当該分野に係る知見をいただいて、実務に明るい方に当事者として加わっていただいて、推進会議の委員とともに分科会、あるいは小委員会となるのかもしれませんが、そういった具体的な検討の場を設けてはどうかと考えております。

補足的なことではございますが、31年度の機構・定員要求の中で消費者教育推進課の新設を要求しておりまして、それで人員増、定員増といったこともお認めいただけるように、今、動いているところでございます。それが可能になれば事務局の体制ももう少し強化をされます。そういったところできちんと、このまま何もしないということではなくて、継続的に情報収集、そして先ほどの基本計画のあり方検討会などの御意見ももちろんさまざまございます。そういった情報は集めながら、この先もう少し時間をかけて準備をして、必ずやこの分科会を立ち上げていきたいと考えた次第でございます。

説明は以上です。

○東会長 ありがとうございます。

ただいまの御説明につきまして、何か御質問や御意見などはございますか。

千葉委員、お願いします。

○千葉会長代理 先ほど第4期基本計画の資料を配付させていただいたのですけれども、その12ページから17ページの前半までが、実はこの高度情報通信社会に関連する消費者政策のあり方についての提言でありまして、量としてこれだけあるぐらい、次の時代の消費者政策というのはこのあたりがかなりメインになってくるということでございます。

そして、各省庁のところ、あるいは省庁の連合体のところ、いろいろな報告書が現在出ている中で、利用者保護のあり方自体が問題となっておりまして、どういう方策で、あるいはどういう規制をかけたりとかして利用者の保護を図っていくのかというのは大きな問題でありまして、その方向性自体がなお流動的なところもございますので、それを見極めつつ、消費者教育についてどう考えていくのかという展開のほう、私もよいのではないかと思います。

ただ、重要な問題ですので、どこかで必ずやらなくてはいけないと思いますので、事務局の提案でよろしいのではないかと考えているところです。

以上です。

○東会長 ありがとうございます。

ほかの委員もそのような考え方でよろしいでしょうか。

青木委員、お願いいたします。

○青木委員 青木です。

私も高度情報化のこのテーマについては、非常に重要なテーマだと思っています。日本が提唱しているSociety5.0に関する議論も進んでいますが、急速にイノベーションが進んでいるので、Society5.0を有効に実装するかというときに、やはりこの教育、あるいは利用者のリテラシーの課題が必ず出てくると思います。

進め方については、なかなか難しいテーマですので、事務局の御提案どおりかと思うのですが、ぜひ定期的にSociety5.0の課題の部分がどのようになっているか。情報のシェアリングをお願いしたいなと思います。

以上です。

○東会長 ありがとうございます。

それでは、今も御意見いただきましたが、非常に重要な問題でございますけれども、だからこそ、今、流動的な部分も多いので、こちらにつきましては立ち上げを延期する。ただし、関連した情報収集あるいは情報のシェアリングについては、その都度、きちんところらでも把握できるような形にさせていただき、分科会自体の立ち上げは延期するというところでよろしいでしょうか。

お願いいたします。

○千葉会長代理 現時点のところで情報を共有化しておいたほうがいい点ですが、1点だけお話をさせていただきたいと思います。今年度、G20の議長国が日本になるということで、要するに現政権のところで議長国としてどういう発信をするかという一つの大きなテーマが、高度情報通信社会におけるルール化といいますか、データを取引するとか、この種のいろいろ便利なサービスについてどのように利用者の保護と調和を図るかというところが重要なテーマになっています。夏ぐらいに日本の提案が出てくると思います。それを情報として共有しておくのもいいのかなと思いましたので、発言させていただきました。

○東会長 どうもありがとうございます。

それでは、そのような形で、また定期的に現状についてもきちんと理解を深めつつ、今後の適切な時期での分科会の立ち上げに備えていくということで進めさせていただきたいと思います。よろしくお願いいたします。

それでは、次の議題に入りたいと思います。議題の2点目は「若年者の消費者教育分科会の進捗状況について」でございます。

それでは、事務局から御説明をお願いいたします。

○米山消費者教育推進室長 引き続きまして、資料2をごらんください。本日、分科会の座長でいらっしゃる色川先生が御欠席ということでございますので、事務局のほうから進捗状況の御報告をさせていただきます。

昨年6月に千葉委員に座長を務めていただきまして、取りまとめをいたしまして、その後、前回の7月の消費者教育推進会議の議決に基づきまして、新たな方向としまして地方公共団体が作成した消費者教育教材の検討という議題で、色川先生が座長、東会長、尾上委員、片山委員、清水委員、曾我部委員の6人の先生方で審議を続けていただいているところでございます。

本日は途中経過の御報告ということでございますが、資料にもございますように、主な検討事項としましては、消費者教育教材の効果的な周知及び提供方法ということと、消費者庁による教材作成の必要性の検討といったことが議題でございました。

ここにございますように、昨年9月と12月にそれぞれ会議を開いて、今後、3月、5月ごろに引き続きの会議をするということにはなっております。

意見交換をいただいた中で、地方公共団体が作成した消費者教育の教材、どのように活用されているのか状況の実態把握が必要ですねということもございましたので、第7回と第8回の9月から12月の間に若年者向けの消費者教育教材の調査を行いました。

本日は、簡単にこの資料2の後ろのページにそのときの取りまとめたメモといいたいまいしょうか、調査結果の数値だけを挙げさせていただいております。このときも現況調査の回答を活用しまして、ここに書いてございます調査対象先というところがございますけれども、記載があるところの自治体に詳しくお話を聞くといいたいまいしょうか、改めて調査をさせていただくという形で、132自治体、229教材といったものが対象でございました。

2ページから概要だけさっと記してございますが、かなりたくさんつくられているということで、分科会のほうではもう少し詳しく内容についても御紹介しつつ、御検討をいただいたところでした。

その第8回の分科会で教材の実態調査に基づいて論点を絞りまして、消費者教育に係る消費者庁の立ち位置を含めて御検討いただきまして、今後は、第25回消費者教育推進会議までにこの検討の中身をまとめていきたいと考えております。それが9回、10回という、3月、5月に今のところ考えておりますが、そのあたりで先生方に御議論をいただく予定です。

それと、4つ目のポツに「消費者センスを身につけよう」の改訂といったことを書いてございます。これは、きょうはお配りしておりませんが、過去に消費者庁でつくりました中学生向けの教材でございます。「社会への扉」が高校には活用されているのだけれども、中学はないではないかというところが出発点で、従前作成しました、平成23年1月が完成の時期だったのですけれども、「消費者センスを身につけよう」という教材の内容自体は現在も活用できるねと専門の学校の先生方も見ていただいた上で御判断となりまして、一部数値が古くなっている相談件数ですとか、あと、消費者ホットラインの188がまだない時代でしたものですから、それを修正するなど幾つかの形式的な改正ということで御議論をいただきまして、現在、まさに事務局でその手続をしているところでございます。

若年者の消費者教育分科会は現在こうなっておりますということで、以上でございます。

○東会長 ありがとうございます。

ただいま若年者の消費者教育分科会の進捗状況ということで御報告をいただきました。こちらは現状こういう内容で検討していますということでお受けとめいただければと思っております。よろしいでしょうか。

ありがとうございます。

それでは、次の議題へ移ります。次の議題は「『若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム』の進捗状況について」でございます。本議題は、お手元の参考資料でございますアクションプログラム、こちらに記載されております。消費者庁作成教材の「社会への扉」の活用に係る全国展開の進捗状況についてということでございます。

「社会への扉」の全国展開状況につきまして、事務局から御説明をお願いいたします。

○米山消費者教育推進室長 引き続きで失礼いたします。資料3「高等学校における『社会への扉』等を活用した授業の全国展開の状況について」をお出してください。

今、会長からも御紹介いただきました、若年者の消費者教育の推進に関するアクションプログラム自体はもう先生方も御案内のとおりで、参考資料につけたとおりでございます。プログラム自体はもちろん「社会への扉」だけではございませんが、目下の途中経過が御報告できるのは、我々が一番かかわっているこの部分ということです。

アクションプログラム本体にも書いてございますように、1年、2年、時期を経たところでフォローアップする、進捗状況を報告するということは別途決まっております。これは4省庁関係局長連絡会議といった場で御報告をする形にもなっております。そのことはまたこちらの先生方にも御報告します。

本日は、前置きが長くなりましたが、「社会への扉」の状況ということで御報告させていただきます。

最初に※にあります、都道府県に対して実施した意向調査の結果でございます。昨年11月を締め切りとしまして、各都道府県からどうするかということを出していただきました。こちらにございますように、「社会への扉」を既に今年度から活用しますと実際に動いていただいている都道府県が何と29道府県。アクションプログラムの目的では8となっております。一応、意向といたしましてはそういうことです。

「社会への扉」というのは、私ども推進会議でもつくっていただいたものですから、実践的な消費者教育を行っていただくための一つのツールと認識しておるのですが、別にそれだけに限らず、実践的な消費者教育をきちんとやっていますということであれば、「その他の教材」も併用はあり得るということで、「その他の教材」を既に活用していますと言っている県が4つございました。

30年度はまだやっていないけれども、31年度からの授業で活用しますよということで、ここにございます9県と1県、合計10県から、授業で活用しますという御意向を今いただいております。

下に書いてございますように、各都道府県の教育委員会さんなり教育庁さんなりが、こ

ういったことでやりますと意向を明らかにしていただいているところではあるのですが、高等学校の授業においては、それぞれの学校において作成された授業計画に基づいて実施されますので、活用しますといったところが全て本当に活用されるかどうかというのは、まだ今のところはわかりません。年度末を締めといたしましうか、その後30年度どうでしたかといったことは、また調査をさせていただくことになっておりますので、この数がそのまま実施されたというふうにはまだなりません。ただ、いずれの県も消費者教育に関しては非常に関心をお持ちというか、実践的にやらねばならないという認識を持ってくださっていて、消費者行政部局と教育委員会のほうでもかなり、先ほども先生方から御発言がありましたが、今まで連携が難しいというお話の中で、高校に関しましては、一つのきっかけということでここまで意思を表明していただけたのかなと事務局ではうれしく思っているところでございます。

説明は以上でございます。

○東会長 ありがとうございます。

ただいま「社会への扉」を活用した授業の全国展開の状況についてということで、資料に基づきまして御報告をいただいたところでございます。かなりの自治体で活用促進の意向が見られるということでございます。実際に実施されたかどうかは、また改めてということではございますが、当初考えていた以上に関心を持って取り組んでいただけているということでございます。

何かこちら、御質問、御意見等は。

中村委員、お願いいたします。

○中村委員 中村です。

この議題3は、いわゆるアクションプログラムの進捗状況についてということで議題が設定されているわけですけれども、ただいま御発表にあったのは「社会への扉」の活用の進捗状況でした。これが進んでいるということは、それはそれで結構なことかなとももちろん思うのですが、「社会への扉」の活用以外について、どのような形で消費者庁さんのほうでお調べになったり、取り組んだりしておられるのかという点について、お聞かせ願いたいと思います。

○東会長 ありがとうございます。

それでは、今の御質問の件、簡単に結構でございますので、御回答をお願いいたします。

○米山消費者教育推進室長 まさに先ほども御紹介しましたように、4省庁関係局長連絡会議で御報告するというたてつけにもなっておりますので、この夏の時点でそこまでの進捗といった形で各省からも報告があり、それは公表されているところでございます。

現在、それ以降につきましては、まだ取りまとめて公表できるという段階には至っておりません。ただ、文部科学省さんとは、日ごろの業務の関係の中では推進会議を開くにしても連携しておりますので、例えば大学のほうでも積極的に、前向きに取り組もうとしている。具体的にはどこにどう相談していこうかといったお話し合いといたしましうか、情

報交換等々はしておりますが、調査をするとか、本日御紹介したような形で今のところ御紹介ができるには至っていないということでございます。

○東会長 よろしいでしょうか。

では、千葉委員、お願いします。

○千葉会長代理 このプログラムにかかわった分科会の責任者として、もし今後、報告をされるとしたら、このあたりをぜひというところをお話しさせていただきたいと思います。

まず、今日の資料3ですけれども、意向調査ということなのですが、都道府県のどこに対して意向調査をしたのかということを確認にさせていただいたほうがいいのではないかと思います。要するに、消費者関係部局に調査したのか、教育委員会に調査を出したのか、あるいは両者合同で出したのかということはかなり重要な話になってくると思いますので、この点が一つです。

もう一つは、高等学校におけると書いてあるのですが、一応、授業科目としては家庭科と公民といいますか、社会科といいますか、そこが問題になってくるわけですけれども、家庭科では、比較的消費者教育がされているという話はよく聞くのですが、公民ではどうなのだろうということがあります。どの授業科目かということをクリックして資料、統計とかをとらないと、学習指導要領に基づいてどの程度消費者教育がなされたのかというのがはっきりしないと思います。ぜひ、そういう点について考慮していただいて、資料提供、情報提供していただければありがたいと思います。

もう一点ですが、先ほど中村委員から、それ以外はどんなのだという話が出てきたのですけれども、重要なことは、教材をつくっても、教員がその教材を使って教育ができる体制になっているかどうかということです。教員をいかに研修するかというところで、組織としては、教員養成課程を要する大学と、県レベルの教育委員会と、消費者行政担当部局が協議できる場がこれまでなくて、したがって、教育委員会と消費者行政が全然リンクしていなかったという問題があって、それをどう改善するかというところで、教育公務員特例法で定められている協議会というのがあって、そこを活用してという話になったわけです。平成29年から設置されたと聞いているのですけれども、その設置の状況と、いろいろなことをそこで協議するわけですが、消費者教育についてちゃんと取り上げられているかどうかというところを調べないといけないのではないかと思います。

こちらはこのようにやったらいいよと提言はしたのですが、実際に行われているかどうかということが必ずしもはっきりしないということになると、要するに、教育委員会と消費者行政がなおつながらないということになりますので、そのあたりについても調査をして、資料を提示していただく必要があるのではないかと思います。

以上です。

○東会長 ありがとうございます。

今、3点ほど御質問、御意見をいただきましたが、御回答できるものがあれば、お願いいたします。

○米山消費者教育推進室長 調査に関しましては、消費者庁ですので、窓口は消費者行政部局という形にはなります。ただ、消費者行政部局だけで判断できるものではなく、それぞれの地方公共団体の教育庁なり教育委員会を通した上での調査結果でございます。

もう少し具体的に言いますと、どこまで、どう皆様の前に公表できるかは別といたしまして、こちらとしましては、どこの学校で何冊要るかというような調査の仕方ですから、それが、例えば全校に配って先生が教えるつもりがあるのか、1年生の家庭科の授業なのかというのは全部わかる形になっております。

なので、今はお答えできませんけれども、そういった情報も踏まえまして、要するに、何部でもいいから欲しいだけ言ってください、はい、何部送りましたでは、実際に使われたかどうかはわかりませんので、そちらはそうならないような工夫をしているところでございます。

ですので、家庭科、公民科、最終的にはどちらの授業が多かったかということも、学校との関係でどこまで、どの段階で公表できるかは今、何とも申し上げられないのですけれども、事実把握のための工夫はしております。

それから、協議会の云々という教育のための協議会ですね。そちらに関しましては、御指摘のとおりだと思っております。ただ、現時点ではまだアクションを起こしていませんけれども、まさに進捗状況というときには、7月12日に改正された部分、つまり千葉先生が取りまとめにかかわっていただきましたその部分も含めて、進捗調査はしなければならないと思っております。

以上でございます。

○東会長 では、鈴木委員、お願いいたします。

○鈴木委員 今の「社会への扉」の話ですけれども、このアクションプログラムが4省庁から出ているということはとても大きなことだと思います。群馬県の中でも、消費者庁からだと消費生活課のほうに通知が行きますが、この形のは私も群馬県の教育委員会で拝見しています。高等学校等における消費者教育の推進ということで、文部科学省のほうからもこういう形で要請が来ているというのは、大きなことで、そうすると、県立学校は高校教育課が所管していますので、高等学校に対して「社会への扉」を使っていくことは進みが早くなると思います。

どうしても縦割りのなところがあるので、今度の中学校のことについても、「社会への扉」のように、文部科学省のほうからも言っていただけると、共通して使われることになるのかなと思います。

新しく学習指導要領の中身が変わってきていますが、いろいろなところからいろいろなものを出していただいているので、学校現場としては何を使った方がいいのかなというのは戸惑うところがあると思います。文部科学省の方で、「こういう教材を作成しました、こういうのを活用してください。物も必要ならば配ります。」と言っていただけると、進みが早いのではないかと思いますので、よろしくお願いいたします。

○東会長 ありがとうございました。

今、おっしゃっていただいたように、これは本当に4省庁が一緒になってこういうプログラムを立てて、しかも、その中に消費者庁で作成した「社会への扉」がきちんと位置づけられているということでございますので、今後も、先ほど御意見がありましたように、ほかのプログラム全体の部分も含めて、「社会への扉」の普及状況にも注目していきたいと思えます。また適宜御報告をお願いしたいと思えます。

それでは、こちらの議題はよろしいでしょうか。

残りのお時間ももうわずかとなってまいりましたが、あと「4. 各省庁で実施する主要な議題について」、それから「5. その他」、こちら2つの議題が残っております。

各省庁で実施する主要な施策については、資料4で一覧表にしておりますが、事務局のほうで消費者庁を含め、関係省庁に消費者教育に関する施策の実施状況についてまとめていただいたものでございます。本会議の資料については、事前に送付されておりますので、その他の議題も含めて何かこれらの資料、あるいは関連で御意見がありましたら、会議の終了時刻まで自由な意見交換ということでお願いしたいと思っております。

事務局のほうから何かございますか。よろしいですか。

それでは、きょうの前半部分もかなりいろいろ御意見が出て、まだお話し足りない方もいらっしゃるかと思えます。全体を通して、また、特に各省庁で実施する主要な施策についてという資料等々をごらんいただいて、何かございましたら、御自由に御発言をお願いしたいと思います。いかがでしょうか。

齊藤委員、お願いいたします。

○齊藤委員 ありがとうございます。

コーディネーターのところにまた戻って質問や意見を申し上げたいと思うのですが、消費者庁で一定の財源措置をされるということだったと思えますが、都道府県当たり何人ぐらの設置を前提とした財源措置がされているのかということと、それから、このコーディネーターの方々に一定の学習の場を提供する。講座を提供する。都道府県レベルで言うと、これにどれぐらいの方々が参加をされているのかということをお聞きしたいと思えます。

その理由と申しますか、冒頭にお話がありましたように、消費者庁が法に基づいて自治体と連携をしながら進めていこうという方向性については、多くの自治体で当然御存じのはずであります。どうも資料を見る限りにおいては、行政間の温度差みたいなものがまだまだかなりあるのかなという印象を持ちました。まず、共通理解が都道府県の自治体でされない限りは、なかなかこれは効果的な仕組みとしては浸透しにくいのではないかと。

そういう意味で、既に進めておられるところでも、コーディネーターというものに対する意義だとかさまざまな課題があって、試行錯誤されている段階。

千葉先生から啓発と教育のお話があって、ごもっともだと思えながら拝聴しておりましたけれども、啓発部分でもどうやっていいかわからない。したがって、非常に戸惑いの中

で進めておられるわけですから、目標そのものがないわけであります。ないと言ったら失礼ですけども、非常に不明瞭ですから、効果測定もなかなかそれは難しいのだろうと思います。

始まった段階でありますから、どういうプログラムでコーディネーターの皆様に、ここまでは皆さんで共通で進みましょうというようなプログラムを恐らく持たれて講座を持っておられるのかなと思いますので、冒頭の2点のどれだけの財源措置と、どれぐらいの方々が参加をしておられるのか、ぜひお聞きしたいと思います。

○東会長 ありがとうございます。

お願いいたします。

○尾原消費者教育・地方協力課長 消費者庁でございます。

先生、御質問ありがとうございます。

まず、消費者庁として高校生向けのアクションプログラムで全ての都道府県に少なくとも1人はコーディネーターを置いてくださいと。これは我々、3年間で置くことを目指すというふうにやっております。

その財源措置でございますけれども、我々消費者庁のほうで各自治体に対して地方の消費者行政の強化交付金事業をやっております。その事業メニューの中に消費者教育のところがあまして、その中でコーディネーターを委託する場合の人件費等につきまして、2分の1は消費者庁が見ると。ですので、予算、財政措置というのはさすがに全額というのはできないのですけれども、2分の1は国としても支援しましょうという形で措置をしているところでございます。

また、今、齊藤先生がおっしゃった、その上でどういう役割をするか、そのあたり、さらに突っ込むべきではないかというのは、まさにきょう御議論いただいた中で、今後、分科会の中でやっていきたいと思っておりますけれども、我々としては財政的には措置をさせていただいているところでございます。

○東会長 ありがとうございます。よろしいでしょうか。

では、原委員、お願いします。

○原委員 自由討議ということなので、1つはもとに戻って大変恐縮なのですが、発言したいと思います。参考資料1でアクションプログラムについて配られて、全体的には若年者の消費者教育については、思いのほか「社会への扉」が好評で、各都道府県で扱ってくださることになったということなのですが、実際、私は高校で授業をする機会に何回か恵まれてやっているのですが、教える人がどれだけいるのかと思います。教材としては質の高いものができていても、多分「社会への扉」をあのまましゃべっても、きっと生徒には余り響かないというか、わからないと思うのです。ただ、工夫次第では生かせるのですね。やはり担い手が圧倒的に不足しているように思っています。

参考資料1のアクションプログラムの3ページに、教職課程における消費者教育の内容の充実ということで文部科学省が施策を2つ挙げておられて、大学に対して促すとか、参

考指針の策定等の際に取り扱いを検討するとか、非常に弱いと思います。

その下の3.の現職教員に対する講習のところも、必修領域での成年年齢引き下げのことについても、取り扱うことができることと書いてあって、なぜ、取り扱うというふうにできないのかなという感じがして、担い手を本来なら育成すべき文部科学省が、私はとても弱腰のような気がしておりますので、きょうは文部科学省の方からの発言をぜひお願いしたいと思います。

もう一点なのですけれども、地方消費者行政の財政が削られてきていて、私は高校、それから地方自治体に呼ばれて話をしに行くことがあるのです。それは消費者教育であったり、啓発であったりするのですが、来年度は授業、講座が余りないと思うわよと言われておりまして、財政削減の余波が消費者教育、啓発のところの予算に影響していると思いますので、ぜひ支援、財源の充実をお願いしたいと思います。

以上です。

○東会長 ありがとうございます。

文科の方に一言いただいてもよろしいですか。

○文部科学省 文部科学省でございます。

先ほど原委員から御指摘いただきましたことについてですが、アクションプログラムは去年の2月に4省庁でまとめ、7月に改訂したものですので、まずはそれをしっかりと実現させていくことが重要であると思っております。弱腰だという御指摘もいただきましたけれども、まさに成年年齢引下げ等がある中で、若年者の消費者教育は喫緊の課題であるという認識のもと、これまでの取組から比べればかなり踏み込んだ内容を盛り込んでおります。

一方で、学校で教える教育の個別の内容に対して、国がどこまで踏み込むことができるのかという部分もございまして、消費者教育を進めるという観点からすると、どうしても表現として足りていないと感じられる部分があるかもしれませんが、まずは、これを着実に実施していくことが重要であると思っております。いろいろと御指導もいただきながら、進めてまいりたいと考えております。

○東会長 ありがとうございます。

財源のことは先ほども出ましたが、今後、この先に向けて御検討いただければと思います。

今、中村委員でしたか。

○中村委員 中村です。

本日、何度か啓発と教育というキーワードも出てまいりまして、それと関連するお話かと思うのですが、消費者教育推進法というものは、必ずしも被害防止というだけではなくて、消費者市民社会という大きな枠組をもって消費者教育を進めていくということを推奨していて、その中には環境であったり、持続可能性であったり、そういった大きなものを消費者として学んでいくことになっているわけです。最近、成年年齢引き下げという大き

なトピックに伴ってアクションプログラムというようなものもできて、その一つのトップランナーとして「社会への扉」というものが出ているのです。先ほども私は「社会への扉」以外はどうなっていますかという質問をさせていただきましたが、やはり「社会への扉」の内容自体が若干啓発というか、被害防止といったところにポイントを置いているというふうに私は思っているのです。

一方で、消費者市民社会的な要素というものがどこから入ってくるのかというのが先ほどの質問の背景に若干ございました。そういった意味では、消費者教育推進法というものが基本になりますので、この理念に立ち返って、成年年齢引き下げをきっかけとして、消費者教育というものが今、いろいろなところで活動領域を広げているわけですが、そのときには必ず消費者市民社会というような要素もぜひ入れていっていただきたいと希望しております。

もう一点は、金融教育といえますか、本日、地域での教育という話も出ましたけれども、成年年齢引き下げに伴って私などが考えるには、今までの金融教育とかお金に関する教育というのは、実は学校で習ってきたというよりも、自分でアルバイトをしてお金を稼いでみたり、それを使って、いい買い物だったり、余りよくない買い物だったりということ、小さな失敗を積み重ねる、18歳、19歳のときに、親と話し合いながらいろいろお金の使い方を学んでいくという実地での教育というのが非常に大きかったのではないかと考えています。

そうすると、これをこれから学校なり地域でどのようにやっていくのか。実際にお金を使って失敗したり成功したりして学んでいたものを、机の上で学ぶということに置きかえることは非常に難しいのではないかと考えていますので、私のような意見もあるという点を文科省さんや消費者庁さんには頭の片隅に入れておいていただければなと思っております。

以上です。

○東会長 ありがとうございます。

それでは、済みません。あとお二人で御意見を最後にさせていただきます。

片山委員、吉國委員の順番でお願いいたします。

○片山委員 済みません。短く。消費者教育コーディネーターの採用形態について1つだけ意見と、島根県のことをちょっとだけお話しさせていただきたいと思えます。

見ますと、定数外配置というところが余りたくさんとれていないという現状。島根県を見ていただければわかるのですが、島根県の方は大変専門家でいらっしゃるし、さまざまな研究会との連絡もとやすい立場にあります。結局これもお金のこともかもしれませんが、定数内配置の場合には、学校現場でもさまざまな主任と名がつく、コーディネーターと名がつく者が定数内配置になっております。定数内配置ということは、簡単に言いますと、それが主たる業務ではないということになるので、お金のこともあるかもしれませんが、法律も整ったことですし、各都道府県への働きかけとしては、独立した業務が持

てるような立場、さまざまなOBの方を委託するという形ででも、定数外配置の検討ということが必要なのではないかという感想を持ちました。

もう一つ短く言いますが、学校教育のように公的な教育の場合には、教育というのは非常にやりやすいわけですが、大人の社会教育というのは極めて非公的な場面での教育が多く、私も県の審議会に出たりするときが一番問題になるのは、たくさんものをセットはするのだけれども、そこに来ない人が大抵は被害者になっているという大きな問題があります。島根県などは大変老人県なので、公民館等を通してやる教育というのは非常にセットされているのですけれども、そこに来るメンバーというのはいつも同じ方で、全く顔の見えない人たちを、それこそ消費者教育していかなければいけない対象はそこにある。それは非常に地道なことではありますけれども、地域がだんだん崩壊されてきているとはいいながらも、自治会であるとか、そのあたりの強化みたいなこともあわせてコーディネーターさんに任せるのはなかなか荷が大きいのではないかなど。島根県の現状からして、そのような感想を持ちました。

以上です。

○東会長 ありがとうございます。

では、吉國委員、最後をお願いいたします。

○吉國委員 先ほど中村委員がおっしゃった成年年齢引き下げの問題と義務教育の関連は全く同じような問題意識を持っておりまして、今までだったら大学生になって、二十までに実際にアルバイトなどを通じてなどの機会があったのですが、これからは高校生の段階でまさに契約の知恵を学ばなければならない。

実は私どもの委員会で、12月に「18歳までに学ぶ契約の知恵」というパンフレットをつくりまして、これは私どものホームページにも掲載してございますので、ぜひともごらんになってください。

○東会長 今、情報提供もいただきました。ありがとうございます。

それでは、また御意見がございましたら、個別に事務局のほうにお願いしたいと思います。

ただいまいろいろいただきました御意見、また、お取りまとめを事務局でいただいた上で、地域連携分科会等々に生かしていけたらと思っております。

以上で本日の議事は終了となります。

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たします。

○米山消費者教育推進室長 次回の第25回推進会議につきましては、7月ごろを予定しております。改めまして、委員の皆様には御連絡を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。

それでは、以上で第24回「消費者教育推進会議」を終了いたします。どうもありがとうございました。