

第27回
消費者教育推進会議
議 事 録

消費者庁消費者教育推進課

第27回消費者教育推進会議 議 事 次 第

- 1 日 時 令和元年11月11日（月）10：00～11：32
- 2 場 所 中央合同庁舎第4号館全省庁共用1208特別会議室
- 3 議 題
 - (1) 消費者教育推進計画の策定及びPDCAサイクルの確立等
 - (2) 消費者教育ポータルサイトの見直しにあたって検討すべき事項
- 4 出席者（敬称略・50音順）

委員：東 珠実、岩本 諭、川野 玲子、坂倉 忠夫、坂本 有芳、高岡 麻美、武井 敏一、
永沢 裕美子、萩原 康秋、原 早苗、藤脇 智恵子、俣倉 朋美、山崎 智美

幹事：内閣府大臣官房企画調整課：尾原課長
金融庁総合政策局総合政策課：安野総合政策調整官【代理出席】
総務省大臣官房企画課：藤野課長
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
厚生労働省社会・援護局地域福祉課：岡河課長
農林水産省消費・安全局消費者行政・食育課：西山課長補佐【代理出席】
経済産業省商務情報政策局
商務・サービスグループ消費経済企画室：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】
環境省大臣官房総合政策課環境教育推進室：三木室長
消費者庁：高島審議官、宮原消費者教育推進課長、米山企画官
- 5 配付資料
 - 資料1 消費者教育推進計画の策定、PDCAサイクルの確立及び検証、推進のための消費者教育推進地域協議会の体制強化等（案）
 - 資料2 消費者教育ポータルサイトの見直しにあたって検討すべき事項（案）

参考資料

 - 参考資料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取りまとめ
 - 参考資料2 都道府県及び政令市における消費者教育推進地域協議会の設置状況及び概要（第三期推進会議資料）
 - 参考資料3 若年者の消費者教育分科会取りまとめ（消費者教育教材の在り方）
 - 参考資料4 第3期消費者教育推進会議における審議の概要等及び今後の消費者教育推進会議における検討課題について

○東会長 それでは、ただいまより第27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、お集まりいただきまして、ありがとうございます。

本日は、青木委員、飯泉委員、石川委員、色川委員、清水委員、中村委員は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2点ございます。1点目が「消費者教育推進計画の策定及びPDCAサイクルの確立等」について、2点目が「消費者教育ポータルサイトの見直しにあたって検討すべき事項」についてでございます。

それでは、報道の方のカメラ撮りはここまでといたします。

(報道関係者退室)

○東会長 では、議事を進めてまいります。初めに、本日の終了時刻ですが、議事次第に書いております11時30分を目安としたいと思っておりますので、御了承のほどお願いいたします。

1つ目の議題から審議してまいります。「消費者教育推進計画の策定及びPDCAサイクルの確立等」についてでございます。先日の推進会議で立ち上げの議決を行いました分科会での議論を進めるにあたって、推進会議の委員の皆様にご意見をいただきたい事項があるということでございます。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課企画官 それでは、資料1を御準備いただけますでしょうか。本日の資料としまして、第3期の取りまとめ関係のものを後ろにつけております。「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」の取りまとめと、関係資料等もでございます。

既に第3期の地域連携分科会で消費者教育コーディネーターによるコーディネート機能の発揮にあたって必要な環境・条件の整備に関する提言をしていただいております。

具体的には、消費者教育コーディネーターということだけではなくて、地域における消費者教育の総合的な調整を行うということは地方公共団体に期待される大きな部分なので、地方に頑張っていただくということではあります。全国で普遍的に取り組みが進められるように国として環境を整備することが求められています。

その中で、国としては、消費者教育推進地域協議会の実効性の確保や、地域における結節点として協議会の機能の強化、地域の実情に応じた消費者教育推進計画の策定、既にしているところではあります。さらにその策定だけではなく、PDCAサイクルの確立等に関する提案を行うべきというふうになっておりました。

実は、資料1の下のほうに書いてありますが、平成30年度末に地方公共団体に対して消費者教育推進地域協議会の現状調査の簡単な分析をさせていただきました。都道府県の地域協議会の年間の開催数に応じてグループ分けを行って、会議体の種類や開催頻度、地域協議会委員へ他の部局の行政職員が参加しているかどうか、他の部局というのは教育委員会や学校関係者ということですが、それと消費者教育コーディネーターの配置があるかど

うか、それぞれの割合がどんな形になっているか、見てみました。

結果としましては、地域協議会の委員に、行政職員ではあるけれども、ほかの部局の方が参加している場合や消費者教育コーディネーターを配置している場合には、他部局との連携が図られていることや、地方公共団体の中での消費者教育に関する意識が高いということも想定されるのですが、安定的に地域協議会が開催されている傾向にありました。ただ、これは何が何%でどうのというそこまで細かい分析に至っておりませんが、ざっくりとそういう傾向が見られると事務局では把握しております。

今後は、地域における消費者教育の推進のために、消費者教育推進計画の策定、PDCAサイクルの確立及びその検証、消費者教育推進地域協議会の体制強化等のための支援方策の検討が必要であるということから、前回行った地域協議会の実態調査に加えて、消費者教育推進計画の評価指標の有無、進捗管理の状況についても調査したいと考えております。あわせて地方公共団体に対してヒアリングさせていただいて、計画策定時の評価指標の設定方法などの現状把握を行いたいと考えております。これらの調査を踏まえまして、消費者教育推進計画の評価指標の設定に関する支援のあり方や、PDCAサイクルの確立とそれに密接に関連する地域協議会の体制強化のモデルケースを検討したいと考えております。

これらの結果につきましては、分科会で報告の上、議論の基礎とさせていただいて、推進会議において進捗を含めて御報告させていただくというふうに考えています。委員の皆様方からは、今、申し上げた検討の進め方も含めまして、消費者教育推進計画の指標の設定、地域協議会の体制強化等のヒアリング先についてのアドバイス、これらに関する御意見等を広く頂戴できれば幸いです。

以上です。

○東会長 ありがとうございます。

消費者教育推進計画の策定及びPDCAサイクルの確立等に向けてということでございます。地方公共団体の実態のヒアリングを行いたいということですので、その点についてのアドバイス、あるいは先ほどの事務局の御説明に対しての御意見等ございましたら、挙手していただいて御発言をお願いしたいと思います。いかがでしょうか。

今、御説明いただいたとおり、前期の推進会議の中で地域連携分科会の取りまとめということで、四角の枠組みで囲っている内容が提言ということで既にまとめられております。これをもとにしながら、各自治体の消費者教育推進計画の策定、PDCAサイクルの確立等、一層の地域での消費者教育推進に向けての課題を今回取りまとめ、また分科会も設置するということにつきまして、前回も御承認いただいたところでございます。何かございますか。いかがでしょうか。では、永沢委員、お願いいたします。

○永沢委員 私は、前期のこの分科会に出席させていただいておりますので、この取りまとめの提言のように進めていただきたいということもあり、一言補足させていただきたいと思います。

全国には、消費者教育や啓発にかかわりたいという方々がたくさんいらっしゃるのです

が、その方々が十分な機会を得られていないということも、一方の事実としてございます。マッチングしていくためにも人材バンク的なものをつくっていくことが必要だと思います。特に地方でこの分野で活躍されている方々に光を当てて、地方での消費者教育を盛り上げていくためにマッチングは必要だと思いますので、この点は是非ともお願いいたします。

前半部分につきまして、前回からコアコンテンツの開発の必要性を申し上げておりますが、ポータルサイトを通じて多くの方々や使える共通教材を提供することが、支援という意味では必要ではないでしょうか。一人の力では消費者教育を一からつくることはできませんので、消費者庁のような中央あるいは信頼できる団体でつくられたものを自由に使えることができたらと思います。全国各地で行われる消費者教育のクオリティのコントロールも必要とも思いますし、ぜひこれもお願いしたいと思っております。

2点目の現状調査分析についても、ありがとうございました。有意性は認められないけれども、それなりの意識の差はあるということがわかりました。他部局の行政職員に参加いただくことで、地方自治体の中での消費者教育の理解が進むと思いますので、これはもっと継続して支援していくことが重要と思います。

最後に、後半の評価指標についてです。組織の性（さが）といいますか、よそはどうやっているかということは気になるものです。他県はどのようにやっているかという情報をお互いに知り合うことによって、よそがこうやっているなら自分のところも、ということで励みになります。特に消費者教育は少ない人数で役所の中で担当されていると思いますので、よそはどうだという情報が首長などに伝わることでご支援につなげることができるのではないかと思います。評価指標の作成の方向性については賛成したいと思っております。

以上です。

○東会長 ありがとうございました。

まず1つ目の点については、マッチング、人材バンクという言葉が出てまいりました。皆さんもよく御存じのとおり、確かに今、消費者教育を支援しようという志を持っているんな人材の養成もしています。しかしながら、そういう思いを持っている方たちがうまく活用されていないという実態があるのが現実でございます。したがって、その点について、ただいまの御指摘と、そういった視点での今後の検討ということで重要な御意見をいただいたかと思えます。

2点目でも、評価指標をつくっていくということ、それへの支援をするということについての方向性に御賛同をいただきました。

ほか、何かございますか。原委員、お願いいたします。

○原委員 前期に引き続いて参加させていただいております。この地域連携分科会は、私も傍聴ということで参加させていただきました。たくさんの資料も前期の段階では用意されましたので、各自治体の状況もわかりました。

感じとしては、すごくばらつきがある。熱心にやっているところは熱心にやっている。

そうでないところはほとんど動きがない。それから、熱心にやっているところもそれぞれ御自分たちで苦勞なさっているというか、努力されて今のスタイルをつくっておられるというところがあって、形にしても定型的なものがあるわけではなくて、その地域での取り組みの成果という感じがありましたので、これも結構でこぼこ感がある。そういう感じがいたしました。消費者教育推進地域協議会を核にしてきちんとつくっていくというところをもうちょっと丁寧に支援していくことがまだまだ必要ではないかという感じがします。

話がちょっとそれますが、11月は自治体で消費生活展が開かれているところが多いのですが、私、地元は目黒ですけれども、つい先週の土曜日に開かれました。各消費者団体が展示することに努力して、いろんなバラエティーがあるものを毎年見せていただいています。一番熱心にやっている消費者団体が来年度は解散するというので、ことしで展示は最後とおっしゃっています。いろんなところの自治体での消費者団体が同じような感じで幕をおろしていく、そんな状況ではないかと思っています。

これまでの消費者教育推進地域協議会づくりでは地元の消費者団体頼みというところがあったと思いますが、これからは、ここに出ている消費者教育コーディネーター、消費者教育を熱心にやりたいという人材は、確実にいらっしゃるの、こういう方たちを中心にこの協議会をうまく組み立てて、評価指標やPDCAサイクルを中に入れていくということが大切ではないかと思っております。先の検討や進め方というのはいろいろあるかと思いますが、根幹の地域協議会の設立というところをあわせて進めていっていただきたいと思っております。

以上です。

○東会長 ありがとうございます。

確かに前回のこの分科会の全体を通して、ばらつきもあります。そのばらつきというのが推進の程度のばらつきもあれば、手法もかなりばらついている。手法といいますか、コーディネーターを中心にこの前はお話ししましたが、担い手がどういう立場にある方かというところでもかなり多様性があるということでした。そのあたりも踏まえつつ、しかしながら、先ほど永沢委員もおっしゃっていましたように、普遍的な仕組み、そういうものを今後つくっていく必要があるかなど。地域のそれぞれの資源を生かしつつではあります、一定の普遍的なコントロールという言葉がございましたけれども、そのあたりは意識しながら、今後の地域協議会のまずは設置を推進することを検討していくべきかと感じながら、お伺いしたところでございます。

ほかに何かございますか。御意見いかがでしょうか。俣倉委員、お願いいたします。

○俣倉委員 私、新潟県の高校で家庭科の教員をやっております。こちらの立場からお話しさせていただきたいと思っております。

人材バンクの構築というところに関しまして、前回いただきました第3期の取りまとめの資料の中の提言3のところ、外部人材等の活用及び育成のところの方策、②の24ページに「消費者行政部局と教育委員会との人事交流を行うなどして、行政組織内にコーディネ

ネーターを活用できる者を育成するとともに、専門職としてのコーディネーターを育成することが期待される」と書いてあります。学校現場としては、少子化に伴いまして、家庭科の教員につきましても、他の行政職等に配置されるような実態が出てきております。この点につきましても、家庭科に関しましては大学入試の科目から外れているという点もありますが、教員の活用というところもぜひ期待したいと思っております。

以上です。

○東会長 ありがとうございます。

学校の教育現場というところから教員の活用、このあたりについて具体的なお話をいただいたところでございます。

ほかにいかがでしょうか。坂本委員、どうぞ。

○坂本委員 私自身も徳島県の消費者教育推進計画の策定に携わりましたので、そのことも踏まえて、調査の内容など気づいた点ですが、評価指標の設定方法など事例を収集するというのもとてもいいと思いますけれども、具体的にそれぞれの地域が社会教育の場と学校教育の場とそれぞれで、社会教育の場であればどのようなコーディネーターがどのような内容の消費者教育を実施しているのかなど具体例が挙がってくると、ほかの自治体がお互い参考にし合う内容が集まるのではないかと感じます。

また、学校教育の場では家庭科を中心に学習指導要領にのっとって消費者教育をやるとするのが基本だと思いますが、それに外部の人材がかかわってくることも非常に求められています。やはり新しい情報は外部の現場の方が持っているということですので、外部の人材と学校教育の場がどのようにかかわっていて、誰がそういうコーディネートしているのかみたいな具体例、いろんな地方の事例が聞けると、徳島県としてもどんどん参考にし発展させていけると思ったりしたところです。

以上です。

○東会長 ありがとうございます。

具体例ということでお話がございました。前回、コーディネーターという切り口ではありましたが、いろんな仕組みのパターン、そういうものについては伺ったところではございますけれども、さらに各地の具体的な事例を収集し共有していくことはやはり必要かと思えます。

社会教育の場と学校教育の場というふうに言っていただきましたように、このところしばらく、どちらかというところ若年者のところに焦点が当たったような検討が多かったわけですが、学校の教育現場に対して外部の人材がどうかかわるかということももちろんございますし、また一方で社会教育の場というあたりで新たにもう少し掘り下げて仕組みについて考えていく必要があるのかということも思うわけでございます。

ほか、いかがでしょうか。先ほど事務局からの説明のところヒアリング先などについて何か御意見があればということもございましたが、そのあたりいかがでしょうか。萩原委員、お願いいたします。

○萩原委員 ヒアリング先の前段に戻りますが1点お願いいたします。消費者教育推進地域協議会のあり方は、事前の都道府県の調査にもあるように、消費生活審議会と消費者教育推進地域協議会とを兼ねている自治体と個別に設置している自治体があることで差があるものと思います。

消費者教育推進地域協議会は、各自治体によってその構成メンバーのあり方も違うと思います。審議の場合や協議等の場合で構成委員の選出方法も変わるのではないかと考えます。かといって消費者教育推進地域協議会にどのようなメンバー構成がいいかといった場合に、実際に消費者教育コーディネーターがいればその方が入っていただくのが良いのかもしれませんが、団体の代表者がいたり、他の職と重複する方も多くおられ、非常に負担になる方もおられる場合が自治体によってはあるわけです。大きな自治体であれば人材が多くいることが想定できますが、小さくなればなるほど人が重なってしまう可能性があります。その中で会議の進行内容の重複等、実態は一つではくくれない可能性もありますので、例えば今後、支援のあり方を検討するとしましても、行政側としますと、グループ別にするとか、一つの支援のあり方というのは難しいという感じは現状としてあります。類型があったほうが支援の仕方は充たしやしいのではないかと考えます。

続けてもう少しお時間をいただきますと、今のヒアリングにつきましても、今の点からみますと、特徴的な成功事例をピックアップすることは非常に素晴らしいと思いますし、ほかの自治体でも、ああ、こうできるのだというのは参考になると思っております。また、ヒアリングに際しましては、困難を感じている自治体についてもぜひしていただきたいです。できれば、時間的な制約もあるかもしれませんが、自治体の大きさも考慮していただくと現状が見えるのではないかという気がいたします。

以上でございます。

○東会長 ありがとうございます。

今、2つお話があったかと思えます。

1つは地域協議会のことで、各自治体の消費生活審議会などと重なっている場合がありますが、今後の方向性としてそこをどういうふうと考えていくのが一番適切な選択になっていくのかというあたりは議論しなければいけないかなとも思えます。

それから、類型とかパターンがあったほうが良いということも確かにそのとおりですね。多様性を評価しつつ、いかに一定のレベルでどこの地域でもきちんと回っていく仕組みをつくるか、そのあたりを考えていくのが多分、課題ですね。

ヒアリング先につきましては、特徴的な成功事例だけではなく、困難を感じているところ、あるいは自治体の規模別ということも御意見いただきました。

ほか、いかがでしょうか。岩本先生、いかがですか。

○岩本会長代理 おっしゃるとおりだろうと思います。実態調査は、都道府県全て、政令指定都市あるいは県庁所在都市が入るのだろうと推測しますが、その結果を踏まえて、ある種の類型や、この調査の目的に沿った形でヒアリングする必要があるだろうと思います。

今回、この調査を行うときに一番重要なのは、原委員がおっしゃいましたように、自治体によって結構温度差があつてばらばらな状況、これは皆さんも経験され、肌で感じている部分だろうと思います。自治体の行政を縛るわけではありませんが、ある種の教育の質を向上させるということの一定の底上げ、均一化を図る必要があるだろうと思います。温度差があり、自治体によってばらばらであるというのは、消費者教育に関する自治体の関心の低さが恐らくあります。これは言いかえますと、ある種、危機的な状況でもあるわけです。それを克服するための一つの手段として今回の実態調査を位置づける必要があるだろうと思います。

その危機意識の薄さというのが、おそらく自治体における消費者行政の、いわばプレゼンスの低さと密接な関係があるわけです。そのプレゼンスを高めていくためには、消費者教育や地域協議会の調査に加えて、いわゆるSDGsの観点から今こういう取組が必要である、成年年齢の引き下げに対応した取組が必要であるが、それをやっているかどうかを把握するということと、エシカル消費も含めたSDGsの問題について自治体がどう取り組んでいるか、それをどう教育に活かしているかということ把握する上での一つの重要な点だろうと思います。

もう一つは、きょうの先ほどの御説明にありましたように、単にやっているかやっていないかというだけではなくて、これも第3期の取りまとめにありましたように、PDCAのサイクルをちゃんと持っているかどうか。PDCAをちゃんとやっているかどうかということが質の向上につながっていくものでありますから、その実態を把握する。

PDCAが入りますと、当然、政策設定期間が決められてきます。自治体においては、これまで、消費者教育の計画を立てましても期間を設けていないところが散見されますので、PDCAの実態把握をすることによって必然的に取組や計画の期間を定めて実施することと評価検証することが自治体に対して義務づけることにつながっていくことになるであろうと思われま。

もう一つは、これは検証結果についてですが、今回、何らかの形で公表されていくだろうと思います。先ほどの永沢委員が言われましたように、他の自治体がどうなのかというところを見る機会、以前から言われていたように「見える化」あるいは「見せる化」という努力が必要で、この点は別の言い方をしますと、いわゆる影響機能ということでもあります。これはやはりやっているとまずい、うちもやらなければならない、隣の県はこんなにやっているぞという、そうした影響機能が内部の質の保証や向上にはね返ってくるという効果もありますので、ぜひこの調査結果をうまく活用するということを念頭に置いてヒアリング調査をやっていただきたい。自治体の危機意識の薄さ、言いかえると消費者教育に対する動機づけを高める上でも、例えばSDGsの観点も含めて、国家的な取り組みとして位置づけるような前文の記載、あるいは説明を行った上でこの調査に臨んでいただければありがたいというのが私の意見でございます。

○東会長 ありがとうございます。

いろいろな御意見、大事な御指摘をいただきました。自治体がばらばらといいますか、温度差がある中で、一定の底上げをする、教育の質の均一化をしていくということ、PDCAサイクルのことについてもきちんと実態を把握して質の向上につなげていくということ、あるいは検証結果を活用することを念頭に置きながら、その上での調査を企画していくということですね。結果が出てからどう活用しようかではなくて、最初からこういうことに調査結果を活用するというを前提としながら調査について検討していく。影響機能という言葉も出てまいりました。

もう一つ、成年年齢引き下げやSDGsの話が出てまいりました。要は、単に消費者教育をこれからどうするかを考えていくという個別のテーマということでこの調査を受けとめることにならないようにとといいますか。国家的な位置づけ、マインドという言葉をおっしゃっていましたが、これからの消費生活の向上や、国家的な取り組みとして私たちにどういうことができるのかということにもつながるような、そういうことにかかわる調査をやっていくことをきちんと説明するというのでしょうか。ありがとうございました。

ほか、いかがでしょうか。どうぞ。

○原委員 ちょっと不案内なままで質問なのですが、消費者教育条例を自治体でつくっているところがあると思います。一時期、各自治体でつくられて、その後、全くとまってしまって、ただ、2004年に消費者保護基本法を消費者基本法に改正した時点で全国的に消費者教育条例の見直しが行われました。私の住む目黒区でも条例改正をするということで、私も座長をつとめ、1年ぐらいかけて商工会の方や学校の先生にも入っていただいて大変おもしろく改正作業を進めて、区長に成果を手渡しに行きました。

その後、展示や広報とか結構変わって、区民の目にだんだん消費者問題が触れるようになってきました。せっかく消費者庁ができたので、もう一回、消費者教育条例を見直してはどうかと担当には話をしています。この消費者教育条例を持っているところがどれくらいあるのか、これはうまく活用できるのではないかと思っているのですが、何らか取り組みはされていると思います。条例改正を契機に変えることができるところもあります。参考として、条例を持っているところ、持っていないところで見ただけだったらと思います。

○東会長 ありがとうございました。

ただいまの消費者教育条例のことで事務局は何か情報をお持ちでしょうか。

○米山消費者教育推進課企画官 特に消費者教育条例という形での調査はしておりません。申しわけございません。むしろ推進計画を立てるといふことのほうに我々はフォーカスしておりますので、先生が御指摘の件については内部でも勉強したいと思います。

○東会長 ありがとうございました。

どうぞ。

○岩本会長代理 今、原委員の御指摘ですが、私、少し前ですけれども、都道府県の各条例は調べたことがあります。御指摘のとおり、2004年の消費者基本法の改正・制定のときに合わせて大体が改正していて、ほぼ漏れなく消費者教育、消費者啓発の項目は持ってい

ます。恐らく御関心は、消費者教育推進法が制定された2012年以降、それに対応して条例を制定した、あるいは改正した自治体があるかというところで、これは私も大変関心がありますので、もし質問の項目の中に入れていただくことができれば貴重なデータになると思うところでございます。

○東会長 ありがとうございます。

消費者教育条例につきましても、何らかの形で事務局のほうで御検討いただけるとありがたいと思います。

あとはいかがでしょうか。高岡委員、お願いいたします。

○高岡委員 先ほどのヒアリングは結末を考えてつくったほうがいいというのはとても賛成です。今回は消費者教育・啓発、活発化するためにどのような手だてが必要かというためのヒアリングだと思います。ぱっと考えて3つあったのですが、1つ目は人材バンクが活用されているか、2つ目はコーディネーター機能が強化されているかどうか、特に学校の立場からすれば教育部局との連携ができているか、3つ目は成年年齢の引き下げに伴う全校種で行う消費者教育システムづくりができているかどうか、その3点が必要と思っています。

学校の立場からすると、文部科学省からの通知文が一本あるだけで重みが大分違うので、消費者庁だけだと結構スルーされる場合がありますが、ぜひ文部科学省との連携をヒアリングのときにつけていただければ大変ありがたいと思います。

もう一つ、各都道府県には各教科の教育研究会があります。社会科、技術家庭科とか、各校種でもそういう教育研究会がありますので、そちらに一度お声をかけていただいて、ヒアリングに協力してくれないかという話をすると結構有益な情報が集まるのではないかと思います。参考までにお話をしました。

以上です。

○東会長 ありがとうございます。

ヒアリングするときの調査結果の活用を踏まえてという点につきまして、具体的な3つの視点を御紹介いただきました。また、学校教育の実態を把握する上では文部科学省との連携も一つ大事なポイントということでもございました。今回は地域ということになりますので、もちろん学校も入ってきますし、それ以外の社会教育全般も含めて考えていくことでもございます。

よろしいでしょうか。

それでは、いろいろな御意見をいただいたところでございます。冒頭の事務局の説明では、検討の進め方、指標の設定、ヒアリング先についてというようなことでもございましたが、全体として調査をこれからどういうふうに進めていくかということへの御意見、まさにこれからの進め方についての一つの方向性としての御意見と受けとめてたと思われました。指標の設定という考え方につきましては、御賛同いただけるということでもよろしいですかね。そして、ヒアリング先というよりはどちらかというと先ほど申しましたヒアリングの

仕方というところの御意見がたくさん出たところでございます。

繰り返しませんが、幾つかの重要な御指摘をいただきました。とにかく各地域は温度差もありますけれども、そういう中での一定の底上げ、今後の教育の質の均一化とか、さらなる向上につながるような視点を持って、結果の活用という視点を持って、この後、進めていくということであったかと思います。

よろしいでしょうか。ありがとうございました。

次の議題に移る前に、ただいま御意見をいただきました議題の1に関しましてですが、今後、御意見を踏まえて事務局でヒアリングを行っていただくことになるかと思えます。ヒアリングの結果などにつきましては、分科会のほうで報告をいただいて議論の基礎とさせていただくということになるかと思えます。また、分科会を立ち上げてから具体的な進め方についてももう少し事務局との間で詰めていく必要もあろうかと思えますが、その点、今後の進め方についても御了承いただきたいと思えます。

続いての議題でございます。2点目は「消費者教育ポータルサイトの見直しにあたって検討すべき事項」についてでございます。こちらは何度か推進会議でも検討課題というところに出てまいりましたが、いよいよ見直しを具体的に検討していくという段階でございます。こちらにつきまして、まず事務局から御説明をお願いしたいと思えます。

○米山消費者教育推進課企画官 では、事務局から御説明させていただきます。

資料2をお手元に御用意ください。それと、最初に申しあげました参考資料の一番後ろのほうに、前回、第3期のときの分科会の取りまとめのポンチ絵と本文をつけております。

まず、資料2をごらんいただいて、別紙2がついております。事前にお目通しいただいているかと思えますが、平成17年からポータルサイトをつくるという話がありまして、19年にポータルサイトの基本方針を策定したという歴史的な背景がございます。実際には消費者庁ができるころに運用を開始して、その後、機能の拡充といったことも進めておりました。24年以降にいろいろな修正等はして現在に至ります。別紙2の一番下にありますように、28年にはポータルサイトの掲載情報を評価するといった事業も試みとして行った、そういう経緯がございました。

資料2の最初のほうにお戻りください。ポータルサイトの見直しといいますか、抜本的な見直しという言葉が前回ありましたが、ポータルサイトの意義としては、今、御紹介しましたように、平成20年にポータルサイトの基本方針が示されていまして、それがここに記載しているとおりでございます。

消費者教育の教材は、当時も既にいろいろ作成されていたけれども、教員や担い手の皆さんが実際に使いたいと思ったときにどこにあるかわからないといった声や、すぐれた教材が共有されていないといったことの御指摘がございました。消費者教育の基盤整備の一つとして最新の情報を広く共有できるインターネットの活用、このころはまだまだインターネットのはしりの時代ですが、消費者教育のポータルサイトが構築されたということで。その後、御承知のように、時代の流れ、開発時の想定外のいろんな出来事が起こりま

して、今までの推進会議でさまざま御指摘をいただいたところでもございました。

御指摘の内容として、ポータルサイトの問題点、先ほどちょっと申しました若年者の消費者教育分科会での取りまとめにもこの辺を記載していただいているところですが、検索しようとしてもキーワードが多岐にわたっているなど、多くの教材が検索結果として出まわって絞り込みが難しい。そのほかにも、登録されている教材を見ようと思ってもリンク切れになっているという問題、改定された教材のリンクが張られていない。掲載されている教材そのものについての利用者の評価や使いやすさの声が情報として欲しいけれども、そういったものが載っていない。

特に顕著なのが全体のアクセス数です。「社会への扉」を例に挙げると、全体のアクセス数は300万件もあったのに、そのうち消費者教育ポータルサイトを經由したアクセスは同じ時期に300件というような結果も出ておりました。利用者の皆さんは、ポータルサイトよりも一般的な検索エンジンで「社会への扉」の教材を検索して目当てのサイトに直結する。「社会への扉」に限らず、そういった活用のされ方、インターネットの利用のされ方をしていくといったことがわかってまいりました。

第3期の分科会では、これらの問題点を踏まえて、ここに掲げているように3つの提言をしていただいております。

1点目として、消費者教育の教材の活用事例、教材そのものがあるかないかというだけではなくて、具体的にどんなふうに使われているのかといった講座の内容、取り組みなどの発信も積極的に行うべきではないかということ。

2点目としましては、消費者教育教材だけではなくて、消費者問題の動向とか幅広い社会的な課題などについて消費者教育の観点から解説を加えたような情報発信が定期的かつ機動的に行われるべきであるということ。

3点目として、利用者目線に立ったウェブサイトの構成ということです。利用者の立場に応じて、実は今のポータルサイトも自分で使う方へとか、学校へとか、いろいろ形はあるのですが、実際には担い手の立場に応じての実践事例や教材が閲覧できるかということ、そうでもなく全部出てくるという実態があります。例えば、閲覧履歴から推測される類似の実践例や教材の表示を行うみたいな、いわゆる普通のサイトのようなサービスはできないか。あとは、リンク切れのところにもありますように、一定頻度できちっと更新して常に見やすい情報量にしておくべきであるというようなサイト自体の構成についての御意見もいただいたところであります。

今後としましては、これまでの問題点の分析、分科会での御提言を踏まえて、教材の活用例や外部講師の活用例、先ほどの御議論の中でもありましたように、実際にどんなものをどんなふうに使っているのかということがほかの地域でもわかるとういことにつながるのですが、情報発信の具体的なあり方や発信すべき内容が課題となっているわけです。

事務局としましては、これは分科会で今後引き続き検討ということではなくて、事務局

で引き続き、例えば詳細なシステムの仕様を考慮するという必要になりますので、まずは利用者のニーズを把握するという事で、地方公共団体の担当者や関係学会、関係団体の皆様方にニーズ把握のための質問票を送るなどして調査に取り組みかかっております。

そのほか、そこでこちらから発信して、どんな方がどういうふうに思っているかという調査だけではなくて、利用者層などの把握といったことも整理していきたいということ、それから、取り組みの支援となるようなコンテンツ情報、どんなコンテンツが使われて有効なのかといったことの検討、これはシステムの中身というよりも掲載内容の事です。そういったものの検討も進めなければならないと考えております。

また、一回見直して、きれいにできたということで終わりではなくて、継続して運用できるようなシステムということも視野に入れなければならないと考えております。

委員の皆様方からは、活用例などの情報発信のあり方や、どのような情報を発信すべきかといった事項、例えばそういったもののコンテンツの整理の仕方、そういったことについての御意見やアドバイスをいただければ幸いです。きょういただいた御意見を中心に、それも反映しつつ、事務局案を3月ぐらまでをめぐりまとめまして、再度この推進会議、本会議で御報告させていただきたいと思っております。

事務局の説明は以上ですが、きょう御欠席の先生からコメントを頂戴していますので、そちらを先に御紹介させていただきます。

前回、今回と御欠席ですが、清水委員、PTAの関係の先生からの御意見としましては、検討すべき事項(案)の2の(3)にもあるように、掲載教材の評価として利用者からの教材に対する直接の意見を載せるなどとしてはどうか、そういったことが有効ではないですかという御意見です。

それから、情報の新鮮度が高いということも必要なので、情報提供する教材作成者側へも定期的に教材の検証・改善について促すといったことまでするのも有効かもしれない。教材制作者側も含めた掲示板、Q&Aといったコンテンツ、双方向のやりとりができるコンテンツの検討の余地もあるのではないかと。それは、利用者、消費者目線での情報提供という点からも意味がある。消費者庁で管理する消費者教育ポータルサイトでしか入手できない教材情報を掲載することができれば、キラーコンテンツとして成長することも期待できるのではないかと。教材の情報と外部講師とをひもづける情報を構成できれば利用者にとっては有益ではないかというコメントをいただきました。

また、石川委員は教育委員会で御担当されております。そちらからも幾つかコメントをメールでいただいています。例えばということで、サイトで紹介されている教材などについて、実施時間、授業の位置づけなどもわかると学校の現場では授業に取り入れやすくなるのではないかとといったこと、今、使っているイメージマップについては小・中・高というライフステージごとの学習内容がわかりやすくよいという学校教育のお立場からのコメントを頂戴しております。

以上、事務局からの説明は終わります。

○東会長 どうもありがとうございました。

消費者教育ポータルサイトの見直しにつきましては、資料2の問題点に挙がっているような状況がございまして、今期の推進会議でこれらの問題点に対する対応としての見直しということでございます。

2ページ目の3で、前期は分科会で取り扱っております。今期は分科会を設置するという予定はございませんが、事務局のほうで見直しをしていただくに当たっての御意見を本日、委員の皆様からいただきたいということでございます。

いかがでしょうか。ポータルサイトを実際に使用しておられる皆さん、早速、お手が挙がりました。原委員、お願いいたします。

○原委員 多分、数少ない利用者の一人だと思います。まず、消費者庁のホームページのトップページ、そこから手をつけていただきたいと思っています。それから全体の構成ですね。

消費者庁のホームページのトップを見ると、消費者教育のポータルサイトというのは下のほうにちょっと出ていますが、余り目立つわけではない。ポータルサイトという言葉を使っているのは消費者教育だけで、ほかに例えば製品安全や消費者契約とかあるわけではないので、このポータルサイトは何かなと思ってクリックをすると、情報をとる場面と入力する場面の2つに分かれる。これだけなのかと一瞬思ってしまうところが間違いで、いろんな情報があるはずなのに、それが最初に見えてこない。ポータルサイトという名前の使用が、平成17年からということではありますが、ホームページでもっと見やすいアレンジの仕方、それをクリックしたときに出てくる一番最初のページがもうちょっと工夫されなければいけないのではないかと思います。

情報がすごくたくさんありますが、それがうまく見えてこない。一つ大きな情報としては教材ですね。こんな教材がありますという情報が大きくあります。もう一つ、消費者教育は推進法ができてからいろんな動きがあるわけで、その動き自体も知りたいと思いますが、そこにたどり着くのがなかなか難しいのですね。

今回も「トピックス」というところで、消費者市民社会のページをつくりましたというのが9月何日か出ていたので、そこをクリックするとものすごくたくさんの情報が出てきます。「トピックス」をクリックするとこんなに情報があるということはわかったのですが、その「トピックス」にたどり着くのにものすごく時間がかかります。それはもうちょっと上のほうにある話ではないか、もっと最初のほうで目立つ話にすべきではないかと思いました。

消費者庁ホームページ全体のトップページの扱い、1回目をクリックしたときの扱い、「トピックス」みたいな情報がもうちょっとうまく見えないかということです。

もう一つ、来週、私、美容専門学校で話をすることを頼まれているのですが、そういう人たち向けに何を話せばいいのか、自分では決めているけれども、「担い手向けナビ」と

いうところをクリックしました。自分は消費者団体ということで、教えるのは大学・専門学校等、そうしたら3つの枠しか出てこなくて、経済、社会を知ろう、公正な社会に向けて役立つようになろう、それだけしか出てこなかったのです。そんなはずはないと思いますが、中でも何かうまくリンクされていないと思いました。全体の構成をもうちょっと考えていただければと思っています。

以上です。

○東会長 ありがとうございます。

原委員がおっしゃるとおりだと思います。消費者庁のトップページからの案内の仕方といえますか、そこはこちらで変えられる範囲は限界もあるのでしょうかけれども、確かに、ここを見てみよう、そうするとこんなことがわかるというような情報が初めの段階でわかるといいですね。

川野委員、お願いします。

○川野委員 全国消費生活相談員協会の川野です。私も消費生活相談員なのですが、消費生活相談員として消費者教育ポータルサイトについて御意見を差し上げたいと思います。

消費生活相談員は日々、消費者からの相談を受け、消費者被害防止のための助言やあっせん、また啓発業務も行っておりまして、まさに消費者教育の担い手です。現場にいますので、最新の事例と情報は持っているのですが、レジュメ等資料の作成は限られた時間ということで、すぐに活用できる教材を求めています。

その中でポータルサイトの存在というのは本当に貴重なもので、活用できればと思っていますが、実は福岡県のほうでただいま若年者消費者教育を「社会への扉」を使って行っているところがございます。全県下の160校近くの高校に出向しているところですが、高校生の皆さんは受験中心で、受験科目でないとなかなか興味を持っていただけない。講座を50分ほど行って、これが将来の消費生活で重要ということで真剣に聞いていただければいいのですが、その中で、若年者の身近なトラブルを挙げることによって非常に大きな反応と実際に効果も出ているということがありました。その身近なトラブルというのが、通信販売の健康食品の定期購入トラブルです。一般の消費者も今、トラブルに遭っておりまして、未成年者の方も相談が多いのです。

定期購入で、御存じの方もいらっしゃると思いますが、スマートフォンでお試し1回無料という健康食品を見て、そこをクリックして申し込む。ところが、お試しの無料だけを申し込んだつもりが、2回目、3回目と商品が届いて通常の数千円から数万円の商品の請求を受けるということです。この通信販売の表示で1回の無料御利用の場合は4回の定期購入の条件があるところをしっかりと見ていない、または事業者のほうがわかりにくくしているという問題もあるのですが、このトラブルについて、例えばポータルサイトでキーワードとして定期購入という言葉を入れてもゼロ件なのです。出てこない。

ポータルサイトの基本方針は「消費者教育の担い手や一般消費者は、緊要な消費者トラブルに対して適切な対処方法、その根拠となる法令について、常に新しい情報を入手でき

る仕組みが必要」ということですので、いわゆる緊要な情報、最新の情報の項目のサイトと、優秀な過去の教材の項目のサイトを分けて構築していただけないか。それから、最新の情報のサイトでは、レジュメ、教材などがうまくつくられるようにパワーポイントなどが直接ダウンロードできて編集できるようにしていただきたいというのがあります。

定期購入の情報というのは、実は消費生活ポータルサイトの中にあるのです。高校生向けの消費者教育資料で神奈川県が出されている「JUMP UP消費者」というところにきちんと定期購入について情報があるのですが、このサイトは、ファイルがPDFのために、定期購入トラブル、定期購入というキーワードを入れて検索しても多分出ないのだと思います。そういう物理的などころも改善していただきたい。

それと、どういったサイトがいいかという参考で、鹿児島大学の教育学部の石橋先生が出された「だれでもカルタ〜うそ電話サギ版」というのが消費生活ポータルサイトにあります。この教材は消費者教育支援センターの優秀賞をとられているものですが、石橋先生のホームページを見ますと、先生は、どなたでも消費者教育にかかわる方は御利用できますよということで、非常にわかりやすいパワーポイントの作成ができるような、文章だけでもつくれるようなサイトをつくられておりますので、こういったものもぜひ参考にして改善していただければと思います。

以上です。

○東会長 ありがとうございます。

最新の事例の定期購入の健康食品の話が出ておりました。あれも多分、内容に入っているものは幾つかあるのだらうと思いますが、今の仕組みですと、検索自体が、登録するときその人がキーワードを設定するのでしたね。そこにひっかかってこないヒットしないのだと思います。いろんな内容が入っている中でそういう個々の小さなテーマまでキーワードに登録されないと思われますので、今、言ったようなことに対応するためには仕組みを変えていく必要がありますね。最新のすぐに対応が必要な課題や情報をとれるような、そういうところと、もうちょっと違う広く教材がとれるところ。

○川野委員 よろしくお願ひします。

○東会長 ありがとうございます。

ほか、いかがでしょうか。たくさん手が挙がりました。坂倉委員からお願いします。

○坂倉委員 ACAPの坂倉でございます。今回のポータルサイトの見直しについて意見を3点述べさせていただきますと思います。

まず、1点目はユーザビリティの向上ということで、使用者が使いやすい構成にしたいということです。現在のトップページのヘッダーのメニューが内容別だけになってしまっているのですが、それに加えて使用者別のメニュー、例えば学校のタイプ別に分けた教育関係者、自治体の人、事業者の人というように使用する人別のメニューも加える。こういったつくり方は大学のホームページでもよく使っていらっしやいます。内容別に加えて使用者別のメニューを加えていただきたい。

また、教材を探すときに、細かい話ですけれども、有料か無料かというのは結構重要な問題でもありまして、無料だけ探したい時になかなか抽出できないということもあります。

それから、今、レストランや居酒屋のどこに行くかというときに「食ベログ」を見て、そこに行った人の声を聞いてお店を探すようなことを私もするのですが、「食ベログ」のように教材ごとに使った人の声載っていると、選択しやすくなると思います。これが1点目のユーザビリティの向上ということです。

2点目は内容の充実ということです。全体的に教材やツールの紹介が中心になっているのですが、それだけではなくて理念や考え方、そういったものをもう少し充実した方がいいと思います。さらには、SDGsのような最新のテーマのものが少なく、ワード検索をかけても1個も出てこなかった。実際は載っていたのですが、検索してもうまく出てこなかったので、そういう最新の情報をもう少し加えていく必要があると思います。以上が内容の充実ということです。

3点目が親しみやすさということです。行政のページですから、どうしても文字ばかりになりがちで、これは仕方がないのですが、トップページをもう少し温かいイメージにしていきたいです。今、トップページの一番上が「アンケートにお答えください」となっていますね。情報を取りにいくためページに入るのに「この資料を何に使いますか」と、いきなり情報を取られてしまうということになっています。

また、お問い合わせのページも、メールでお問い合わせのところが意見しか受けつけていなくて、問い合わせが受けつけられるような仕組みになっていない。もう少し親しみやすさも加えていただければと思います。

以上、ユーザビリティの向上、内容の充実、親しみやすさ、3点を検討いただければと思います。

○東会長 ありがとうございます。

お手がたくさん挙がっていました。順番でよろしいですか。永沢委員、まずお願いします。

○永沢委員 坂倉委員と重なる部分については、全く坂倉委員のおっしゃるとおりだと思いますので、それ以外の点について私も3点、申し上げさせていただきたいと思います。

私自身、福島瑞穂さんが大臣をされていた時に、消費者庁ポータルサイトができたということをお話しされた際に、その時に、これは大きく変わる起爆剤になるとわくわくしたのを覚えています。しかし、残念ながら、その当時はインターネットがまだ十分普及していなかったからでしょうか、そういうこともあって仕方がなかったのかなと思うのですが、利用状況が今ひとつの結果となってしまっております。

ポータルサイトがスタートした当時、開発者に公平に機会を与えるという意識が関係者には強かったように感じております。一方、他の委員の方からもご提言があった利用者目線となると、いいものがサイト上の上に掲載されるというようなことが必要なのではないかと思います。そのためには市場原理を働かざるを得ないようなものも思いますが、教材

開発の分野で市場原理を働かせていいのかどうかというところは、いろいろなご意見があるだろうと思います。

2点目につきまして、利用者という言葉が出てきておりますが、誰に使っていただくのかという点については、全ての方にとというのはなかなか難しいと思いますので、自治体、消費者団体、学校などと定義した上で、ある程度ターゲットを絞ってヒアリングをかけることが大事ではないかと思っております。

また、ポータルサイトを再構築した後は、例えば国民生活センターなどの研修のように関係者が集まる機会やその他関係者が集まる何かのイベントのときに、ポータルサイトをどう使うのかといったデモンストレーションなどをしてはどうでしょうか。私もポータルサイトを時々使わせていただいておりますが、操作方法がよくわからず、途中で諦めるということが多いものですから、利便性を高めるためには、そうした使い方ということも併せて行っていく必要があると思います。

3点目です。私どもではNACSメールニュースを配信しております関係で、毎月、消費者庁の新着情報を確認させていただいておりますが、その中に消費者教育教材関係の情報が比較して少ないように感じております。恐らく消費者教育の教材の多くは民間がつくっているものなので、公平性という見地から消費者庁が取り上げて紹介することは難しいのかもしれない。その関連では、消費者教育支援センターが毎年、消費者教育の教材の表彰をされていますが、表彰とまでは言いませんが、それに類似した「これいいね」みたいな機会がもっと設定され、そうした表彰などが行われたというような情報を消費者庁の新着情報などに入れていただければ、ポータルサイトのほうにも導けるのではないかと思います。

消費者庁からは注意喚起のパンフレットができましたという情報発信はたくさんしていただいておりますが、それ以外の消費者教育・啓発関係の教材の紹介がまだまだ少なく、民間の取り組みにポータルサイトを通じてもっとつなげることができたら、ポータルサイトに載せていただいている教材へのアクセスもふえるのではないかと感じております。

以上です。

○東会長 ありがとうございます。

それでは、藤脇委員、俣倉委員の順番でお願いいたします。

○藤脇委員 今、トップページの「トピックス」というところにアクセス数ランキングがトップテンまで載っていると思います。アクセス数が多いイコールいい教材とは限らないと思うので、議題にも出ておりました掲載教材の評価ということは私もすごくいいと思っております。そのランキングをいずれ載せるとか、例えば消費者教育支援センターの表彰を受けたとか、そういった教材がこういうものというのが載っていると検索しやすいというのが1点目です。

私の所属企業の教材も載せていただいておりますが、その中で、この教材について御意見をお聞かせください、お寄せくださいというところがあります。現状で言うと、こういっ

たところにどのぐらいの意見が寄せられているかということと、寄せられた意見を掲載している団体にフィードバックしているのかという質問です。あと、内容の充実ももちろんだと思いますが、私、いろんところで教員研修や消費生活相談員向けの研修をやらせていただいていますけれども、そういったところでもポータルサイト自体の知名度が低いというのをすごく感じています。内容が充実して、それをどうやって知らせていくか、PRしていくかということも大切と思いました。

以上です。

○東会長 ありがとうございます。

では、俣倉委員、お願いします。

○俣倉委員 現場感の観点からお話しさせていただきたいと思います。ポータルサイトの見直しということで、私のほうでは3つの視点があると思いました。「見やすさ・探しやすさ」、「内容」、「情報の共有化」があるといいと思いました。

学校の現状としては教育界もどんどんICT化が進みまして、電子黒板やパワーポイントでの授業が急速に浸透している現状にあります。また、私たち教員は授業だけでなく、いろいろな業務がありますので、教材研究に多くの時間をとれないという実態があります。短時間で見やすく探せるものを求めています。

まずは、「内容」につきまして、私たち教員は授業の一部として素材や資料を見つけられるような仕組みがあるといいと思います。動画なども何十分もある動画よりは長くても15分くらいのを授業のポイントとして使うということで、アクティブ・ラーニング型の授業というふうな、座学ではなくてそれを活用して子供たちがどうやって考えるかという、素材として使えるようなものが探せるといいと思いました。

それから、他の委員もおっしゃっていますが、新鮮で新しい情報、キャッシュレス化や18歳成年に伴うもの、消費者市民社会や批判的思考、SDGsなど、探すときは新しいものが欲しいから探すわけですから、そういうものが見つかるような形がいいと思います。

また、消費者庁や国民生活センターの統計資料を教材としてコピー・アンド・ペーストしてパワーポイントに使えるように、新しい統計資料が手に入りやすいといいと思います。また、それが更新されていくものもいいと思います。20歳の成人になると急にトラブルがこんなに多くなるというグラフなどが国民生活センターのホームページでは見つけられるのですが、そういうものもポータルサイトで入手できるといいと思いました。

また、指導案やワークシートのコーナーがあるといいと思います。しかも加工が可能だと活用しやすいですし、取り組み事例を探すという点では、例えば各都道府県の教育庁から推薦してもらったものを消費者庁で一括して厳選して何例か掲載するなどは、可能ではないかと思います。私が事務局をしている研究委員会は、3年前より新潟県の消費者行政課（今、県民生活課に名前が変わっていますけれども、）行政と連携して調査研究委員の助成金をいただいて研究しています。それを冊子にしたり、今年度末にはホームページに15授業実践例を指導案、ワークシート、パワーポイント資料とあわせて載せたりする取り

組みをしています。そういう形で行政や外部機関と連携した取り組みをすくい上げる仕組みをポータルサイトの中でできるといいと思いました。

「情報の共有化」という点では、意見が反映されるといいと思いました。閲覧者だけでなく、先ほどお話がありました、「いいね」のようなカウントがあったり、現在、アクセスランキングがPDF化になっていますけれども、「いいね」というふうにすぐわかるような情報があるといいと思いました。

また、私たち指導する側の欲しいものリスト、こういうもののページがあると、そこに書き込むことで、意見の反映として消費者庁のほうで現場の指導者側はどんなものを求めているのかがわかっていいと思いました。

また、先ほどちょっとお話があったのですが、情報交換コーナー、掲示板のような、そういうところもあるといいと思いました。消費者庁のポータルサイトにはないけれども、消費者教育に使う動画としてこれはいいとか、投票に関する短い動画、こんなのがあるみたいな、ツイッターではないのですが、情報交換の場所があるといいと思いました。また、この企業のこの商品はホームページに消費者の声をこういう商品に生かしているという情報もそういうところから得られると思いました。

「見やすさ、検索のしやすさ」ということでは、「消費者教育ポータルサイト」という名前について、私もスルーしがちななと思いました。例えば「消費者教育実践サポートサイト」など、消費者教育を実践する側の人がよく見るサイトなんだと分かる名称でも良いと思いました。現在、「消費者教育」と検索するとポータルサイトが出てきますが、そこに説明文として、「消費者教育専門家に関する情報を入手することができます」と出ています。そうすると学校の先生方は見落としがちななと思います。ですので、国土交通省の防災教育ポータルサイトがそうなのですけれども、「学校で授業を行う先生方をはじめ」という文言を一つ入れてもらうだけで、学校の現場の先生方がサイトを開く機会が格段に増えるのではないかと思います。

また、条件の絞り込みのところですが、先ほどあったのですが、前のほうに持ってきていただいて、「教材や素材を探す」、「取り組みを探す」というこの大きく2つの窓を設けるなどして分けた形で、それぞれその中で検索していくような形ができたらいいと思いました。現在、「教材を探す」のところでは、利用者の立場、領域、ライフステージ、教材の種類というふうにあります。先ほど申し上げましたようにICT化がどんどん進んでおりますので、短い教材をいただきたいというところで「動画」というコーナーも新しくつくってもらって、動画配信のコーナーができるといいと思いました。政府インターネットテレビでは、旬の話題について短い動画を上げていますが、画像も並んでいて見やすいです。その他の教材についても、画像一覧のような形で、動画の一部や、紙教材であっても表紙の一部が画像として「見える化」していると探しやすいと思いました。

今の検索ですと、URLを3回くらいクリックしないと奥まで探していけなかったり、開いてみると紙ベースであったり、ダウンロードできなかったり、有料であったり、問い合わせ

せをしてからでないというところがあり、手間がかかる印象があります。必要性もあるのですが、すぐもらえるような無料の配信型のコーナー、そういうところもあるといいと思いました。

済みません。長かったです。失礼いたしました。

○東会長 ありがとうございます。

いろんな委員の方々からたくさんの御意見いただきましたので、全部を私のほうで整理できないのですが、要は、探しやすい、必要な情報にすぐたどり着ける、新しい、そして評価がわかる、さらに発展して表彰の仕組みのようなものにつながるような可能性についてもお話がございました。

また、教材をどこかで使う、国センの例えば講座でこんなふうに使えるというように。要は、指導案が必要だとか、教材は単独であっても活用できないということだと思います。実際にそれがどういうふうに使われているのかというところのレベルで探しやすいものが求められているということかなと思いました。

今、個別にいただいた御意見の中では、既にポータルサイトでやっているかなと思うようなところもあると私は感じたのですが、多分それが十分でないので、いろんな御指摘をいただいていると思ったところが何か所かありました。いずれにいたしましても、今いただいた御意見は検討すべき内容と思っております。

大きな点として、それぞれの教材の評価とか、いいと思ったのが上に来る仕組みをつくるのに当たって、今までもそうなのですが、永沢委員から市場原理という言葉が出ましたけれども、国として提供していく中で、評価をどこで誰がどういうふうにしてそれを見せしていくかというあたりについてはこれまでも議論がたくさんあったところでございます。一応アクセス数ぐらいのところまでは実際の数字ですので客観的な評価ができるのですが、そこら辺は、今回は踏み込んで検討していく必要があると思われました。

もう一つ、私のほうで思いましたのが、いろんな御意見をいただいて、一つ一つはなるほどということなのですが、全てをポータルサイトだけで完結するというのは難しいと思います。いろんなところですみ分けをしていくというか、もちろん窓口が一つになっているというのはとても大事だと思いますが、これだけで全部ができるのではなくて、ここをきっかけにスムーズにいろんな情報がとれるというような仕組みをつくるというイメージで。もしかしたらほかのところ任せ、そこで深くやってもらったほうがいいという内容もあるのかなと思いつつ、お話を伺ったところでございます。

当初、終了の予定時刻ということで御案内した時間が近づいていますが、ほかに何か御意見があったら承りたいと思います。いかがでしょうか。では、高岡委員、先ほどもお手を挙げられていましたが、済みません。

○高岡委員 1つだけ。このイメージマップは、多分、ポータルサイトの目玉かなと思いますが、この下に「学習指導要領との対応関係を示すものではありません」と一言書いてあります。私は、やはり新学習指導要領に位置づけたものが欲しいと思っています。社会

科や家庭科でやるとしたらなど、SDGsの関係を示していただく等現場としては非常に使いやすいと思っています。また、新しい教科書や副教材はQRコードがついているものが一般的になってきて、そこをぱっとやるとここに飛ぶようになると思うので、このポータルサイトの充実はとても大事と思っています。必要な人に有効な情報をどのように与えるかというのがポイントだと思います。どうぞ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。

御指摘のとおりであると思います。もともとポータルサイトの出発点としては、いろんなところでいろんな教材ができていて、知らないものでいいものもたくさんあるから、教材を調べられるようにということだったと思います。もちろん教材の調べやすさだったり、その教材に付随してこういう情報も欲しい、実践例も欲しいということで今のような形になっていると思います。

根本的に、ポータルサイトという名前というのもありましたが、今回の新しいポータルサイトのリニューアル版といいますか、見直し版というものが誰に対して何を目的にするのかをある程度絞り込まないと、やはり効果的な新たな仕組みになっていかないと思います。今いただいた御意見は非常に重要な御指摘ばかりでしたので、それを踏まえて、事務局としてどんな方向性でこれらを整理して考えていくかということをお検討いただくとありがたいと思います。

今、事務局のほうでお手が挙がっていましたので、お願いいたします。

○米山消費者教育推進課企画官 済みません。先ほどの藤脇委員のお話の中で質問という形で言われたことに対してでございます。御意見をお聞かせください、お寄せくださいというコーナーがありますが、残念ながらほとんど活用されておりません。わざわざ追加して発言するほどのことでもないのですが、もし、あった場合は、おっしゃるとおり、作成者に情報提供ということは十分あり得ると考えておりますが、そういう状況でございます。

○東会長 ありがとうございます。たくさん伺って失念しておりまして、失礼いたしました。

では、岩本会長代理、お願いいたします。

○岩本会長代理 今、いろいろ御意見がありました。とにかく当初のサイトをつくるという目的は果たしたので、それをどう活用するかという方向で、そうなるとう当然、消費者教育推進法の理念に基づいてということだろうと思います。

今頂きました、御意見のそれぞれに反対ではございませんけれども、ただ、例えばランキングや「いいね」とかいう機能を入れるということが、ある意味、別の言い方をしますと、消費者教育テキスト作成に対して萎縮効果に働く可能性は当然あるわけですから、そうしたリスクを踏まえた上で御検討いただきたいということ、もうひとつは自由に加工できるようなことになりますと、例えば著作権の侵害の問題もありますから、そこへの配慮も必要で、そういうことを踏まえながら工夫いただきたいということでございます。

今、会長のお話がありましたように、ステークホルダーに対する消費者教育のテキスト

のあり方ということが重要でありまして、何よりも生徒向けに「社会への扉」があるわけですが、これ以外にも市民向けの「社会への扉」があってもいいですし、職域向けの「社会への扉」があってもいいわけであって、やはりステークホルダーごとにモデル的な教材があっても良いのではないかと。そして、高岡委員が言われましたように、学校の新学習指導要領向けの対応も必要である。そうしたまさに抜本的な改革が必要であるということだろうと思います。事務局の御苦勞がふえるかもしれませんが、御検討いただければと思います。

○東会長 ありがとうございます。

きょうはたくさんの御意見をいただきましたので、それらの御意見を踏まえまして、利用者のニーズに沿ったポータルサイトの見直しにつきまして、事務局で御検討いただきたいと思っております。

本日の議題は以上です。

次回ですけれども、年明け、令和2年3月ごろを予定していると伺っています。多分、その間にいろいろと調べたり、分科会のことなども詰めていったりということになるかと思っております。次回の開催案内につきましては、事務局から御連絡させていただきますので、どうぞよろしくお願いいたします。

それでは、以上をもちまして、第27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。