

第32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32回消費者教育推進会議

### 議 事 次 第

1 日 時 令和4年7月22日（金）10時00分～11時54分

2 場 所 対面及びオンラインでのハイブリッド開催

### 3 議 題

- 1 「消費者教育の推進に関する基本的な方針」の見直しについて
- 2 若年者等への消費者教育の取組について（報告）

### 4 出席者（敬称略・50音順）

委員：東 珠実、安藤 千晶、色川 卓男、岩本 諭、川野 玲子、坂倉 忠夫、坂本 有芳、生水 裕美、高山 知幾、武井 敏一、楯 美和子、田中 喜陽、永沢 裕美子、長島 淑子、中村 新造、前田 景子、宮木 由貴子、山田 洋子

### 5 配布資料

資料1 「消費者教育の推進に関する基本的な方針」の見直しについて

資料2-1 「成年年齢引下げに伴う消費者教育全力」キャンペーンについて

資料2-2 若年者の消費生活に関する知識と行動についての実態調査報告書の概要について

資料2-3 「成年年齢引下げ後の若年者への消費者教育推進方針－消費者教育の実践・定着プラン－」について

#### （参考資料）

参考資料1 基本方針見直しに関する参考資料集※

参考資料2 第4期消費者教育推進会議取りまとめ（抄）※

参考資料3 「成年年齢引下げに伴う消費者教育全力」キャンペーンの取組状況（2021年度【令和3年度】末時点）

参考資料4 成年年齢引下げ後の若年者への消費者教育推進方針－消費者教育の実践・定着プラン－

※第31回消費者教育推進会議配布資料（参考資料1は時点修正）

○山地課長 それでは、委員の皆様及び関係省庁等の皆様におかれましては、御多用のところ御参集いただきまして誠にありがとうございます。

このたび、消費者庁消費者教育推進課長に着任いたしました、山地と申します。どうぞよろしくお願いいたします。

それでは、開会に先立ちまして、事務連絡をさせていただきたいと存じます。本日の会議はオンライン併用でのハイブリッドの開催とさせていただいているところでございます。

本日、オンラインにて御出席の皆様におかれましては、会議開催中、御自身が発言する場合を除きまして、マイク機能をミュートにさせていただきますよう、どうぞお願い申し上げます。

それでは、ここからは進行を東会長にお願いいたします。

○東会長 皆様、おはようございます。

それでは、ただいまより、第32回「消費者教育推進会議」を開催させていただきます。

皆様におかれましては、御多用のところ御参集いただきまして、ありがとうございます。

オンラインで御参加の委員の皆様におかれましても、大変ありがとうございます。

本日ですけれども、飯泉委員と柿野委員が御欠席と伺っておりますので、お知らせいたします。

では、まず、事務局から御挨拶をいただけるのとのごことでございますので、よろしくお願いいたします。

○山地課長 当庁幹部の人事異動がございまして、7月1日付で、新井長官が新しく着任をいたしましたので、一言御挨拶をさせていただきます。

長官、どうぞよろしくお願いいたします。

○新井長官 皆さん、おはようございます。すみません、マイクの関係で座って御挨拶をさせていただきます。ウェブの方、初めまして、よろしくお願いいたしますと思います。

このような中ですね、まず、会議の開催に足をお運びいただきまして、ありがとうございます。

私、7月1日に消費者庁長官に就任をいたしまして、まだ、なかなか皆様と挨拶もしていないということでございますけれども、これから、来年の3月、年度末に向けて、消費者教育推進法の基本方針を変えるという非常に重要なタームでございます。

そういう中、既に32回ということで、この消費者教育推進法のもとで、この会議を開催したところでございますが、今回はお聞きをいたしますと、消費者基本計画と合わせて7年の計画にするということで、基本方針を見直すということでございますので、これから2020年代後半を担う重要な基本方針になるのではないかと考えております。

私、着任いたしましたときに、消費者基本法を読み直しましてというと変ですけれども、読み直しまして、やはり消費者保護と、それから消費者の自立の支援という、まさに消費者教育を充実することによって、消費者がいろいろな被害を受けないということが、やは

り両輪であると思っております、その中におきまして、実は、消費者基本法の後にできた、消費者教育推進法をどうやって運営していくのかということが、これから非常に重要になるのではないかと考えております。

そういう点でいいますと、1つは、消費者自身が非常に多様化しているということ、年齢もそうですし、高齢の方もそうですし、あと、これから外国の方も日本で消費生活を送るということになります。

そういう意味では、ユニバーサルな消費者にどう対応していくかということ、それから取引関係も、書面というよりは、よりデジタルに移行していくということで、新たな技術の中での契約にどう対応していくか、いろいろな課題があると思います。

もう一つは、SDGsの中で「使う責任」を消費者がどう果たしていくのか、消費者が責任を持って消費をするという視点からの教育というの、これから重要になってくるのではないかと考えております。

過去の10年間の取組を踏まえまして、これから日本の消費者が、この地球市民として、やはり責任を持ってどうやって消費生活を送っていただけるか、消費者というのは、国民全体でございますので、大きな視野に立って皆様から御意見をいただいて、議論をしてまいりたいと思っておりますのでございます。

1つ私、今回の資料ではなかなか反映されていないのですけれども、こういう中にありまして、この消費者教育の中でも、やはり目標、KPIをしっかり設定して進めていくことが必要ではないかと考えております。

KPIというと、なかなか数値で見るとするのは難しくはございますが、やはりそういう目標を掲げて、この政策を推進していくということが必要だと考えておりますので、これからの基本方針の改定に当たりまして、そういう視点も組み入れて、次回の会合からその点についても御議論を賜りたいと思っておりますのでございます。

これから、コロナの感染がだんだん増えてきたということでございますので、今回のような併用という形が続けられるのか、また、オンラインに戻るのとかというのがありますけれども、いずれにせよ、皆様方の多くの知見をいただいて、良い基本方針を作ってまいりたいと思っておりますので、よろしく願いいたします。

○山地課長 新井長官、ありがとうございました。

次に、6月28日付で着任いたしました、黒田次長でございます。

○黒田次長 ただいま御紹介いただきました、黒田と申します。よろしく願いいたします。

○山地課長 新井長官においては、用務の都合により、退席させていただきます。

(新井長官 退室)

○山地課長 報道の方のカメラ撮りは、ここまでいたしますので、どうぞよろしく願いいたします。

事務局からは、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。

それでは、本日の議事に移りたいと思います。

議事次第を御覧ください。本日の議事は、1点目が「『消費者教育の推進に関する基本的な方針』の見直しについて」。

2点目といたしまして「若年者等への消費者教育の取組について」ということで、こちらは御報告ということでございます。

それでは、1つ目の議題から進めさせていただきたいと思います。

事務局から御説明をお願いいたします。

○山地課長 では、まず、事務局から議題1の基本方針の見直しについて御説明させていただきたいと存じます。資料1で御説明させていただきたいと存じます。

おめくりいただきまして、2ページ目でございますけれども、皆様、御案内のとおりでございますけれども、基本方針は、消費者教育推進法に基づき策定する、消費者教育の担い手にとっての指針でございます。

平成25年に策定いたしまして、同法に基づき、おおむね5年ごとに変更を検討することとされていることから、平成30年に1度目の変更をしておるところでございます。

そして、今回、令和4年度中に2回目の変更を行うべく、本年2月から御議論をスタートいただいているところでございます。来年2月頃まで御議論をいただくとともに、消費者委員会での意見聴取、パブリックコメントなども経まして、年度末に諮問答申、閣議決定という流れを想定させていただいております。

3ページ目でございますけれども、今回の変更方針でございますけれども、基本的な構成は維持しつつ、消費者教育の進捗、社会経済情勢の変化等を踏まえまして、内容を充実することと考えておるところでございます。

また、前回会議で合意いただきましたとおり、対象期間は、通常、おおむね5年でありますところを、今回に限って7年とさせていただきたいと考えてございます。

おめくりいただきまして、4ページ目でございますけれども、消費者教育の進捗及び課題についてでございますが、学校、地域社会、職域のそれぞれにつきまして、まず、学校や地域社会では、成年年齢引下げもございまして、消費者教育が提供される体制が整備されまして、一定の進捗があったものと認識しておるところでございます。

課題といたしましては、外部講師の活用ですとか、担い手の育成、関係者の連携、相互の学びの充実を図っていくことが重要であると考えておるところでございます。

一方、職域については、まだまだ緒に就いたところございまして、今年度より新採職員等を対象とした消費者教育事業を開始したいと考えておるところございまして、切れ目のない継続的な学びに向けまして、取組の強化が必要と考えておるところでございます。

次に5ページ目でございますけれども、ここから基本方針の変更案の内容について説明させていただきます。

まず、I 消費者教育の推進の意義ということございまして、前回も御議論いただい

たところでございますけれども、消費者を取り巻く現状と課題につきまして、まず、消費者の多様化を挙げております。

記載させていただいておりますとおり、高齢化の進展、本年4月からの成年年齢の引下げ、単身世帯の増加やコロナ禍での孤独・孤立の顕在化、在留外国人の増加、金融資産の状況や経済回復の差などによる家計の多様化といったことが挙げられるところでございます。こうした消費者の多様化を踏まえ、今後の消費者教育の推進に当たっては、多様な消費者の特性を踏まえました、きめ細やかな対応が求められると考えてございます。

おめくりいただきまして、6ページ目でございますけれども、社会情勢の変化といたしまして、デジタル化の進展、これは、高齢者も含めまして、デジタル取引が拡大し、情報の取得、発信方法にも変化をもたらしておるところでございます。

2点目といたしまして、持続可能な社会実現に向けた機運の高まり、これは、食品ロス削減やカーボンニュートラル等の動きがあるところでございます。

3点目といたしまして、自然災害等の緊急時対応、これは、コロナ禍における不確かな情報の拡散、消費者の行き過ぎた言動等が見られるといったところでございます。

こうしたことが挙げられて、このような社会情勢の変化を踏まえ、消費者教育におきましても、デジタル化への対応でございますとか、消費者自ら及び相互に学び考えることを促進すること、また、消費者市民社会の一員としての行動促進をしていくことが求められると考えておるところでございます。

次のページでございますけれども、こうしたことを踏まえ、7ページから9ページ目にかけて、Ⅱ 消費者教育の推進の基本的な方向ということで、案を記載させていただいております。

なお、赤字の部分は、従前の基本方針の記載から拡充する内容の案とさせていただきます。おるところでございます。

まず、7ページ目でございますけれども、基本的視点といたしまして、まず1点目で、多様な消費者の特性を踏まえたきめ細やかな対応、特に若年者、高齢者等とさせていただきます。

これに対応した取組の方向といたしまして、まず、若年者につきましては、消費者教育に関する学びが充実した改訂学習指導要領の着実な実施。

また、大学、事業者の新人研修等におけます、継続的な教育機会の提供。

それから、若年者が相談しやすいメール等による消費生活相談の推進。

続きまして、高齢者につきましては、多様な高齢者の実態でございますとか、社会のデジタル化を踏まえた消費者教育の一層の工夫。

また、生活の支援が必要な高齢者や障害者等の支援者、具体的には家族でございますとか、介護従事者、民生委員等への働きかけというものを挙げさせていただいております。

おめくりいただきまして、8ページ目でございます。

基本的視点の2点目といたしまして、デジタル化への対応ということで、具体的には、第4期消費者教育推進会議で御議論いただきました、デジタル分科会の取りまとめも踏まえさせていただきまして、具体的には、1番目が、デジタル取引に伴う消費者トラブルから自らを守るための知識、2番目といたしまして、接する大量の情報に対する批判的思考力、3番目といたしまして、適切に情報を収集・発信する力等を身に付けるための取組が重要であると考えてございます。

これに伴う取組の方向といたしまして、デジタル関連の最新のトラブル事例や教材の提供による担い手支援。

消費者教育ポータルサイトでの様々な主体の取組事例や団体情報の発信・提供によりまず、各主体間の連携の促進。

メディアの特性や対象となる年齢層等を踏まえました効果的な情報提供手法の検討。

デジタルを活用した消費者自らの情報収集、相互へ伝え合う活動の促進を掲げさせていただいているところでございます。

次に9ページに参りまして、基本的視点の3点目といたしまして、「教えられる」だけでなく、消費者による自ら及び相互に「学び」「考える」ことを促進すること。

4点目といたしまして、消費者市民社会の一員としての行動を促進することが重要と考えております。

これに対応した取組の方向といたしまして、大学生が主体となって周囲の若年者等への啓発活動を行う等、相互の学びを促進すること。

消費生活が地球環境等に与える影響について考える素材となる情報の提供。

緊急時等における不確かな情報に基づく行動や、適切な意見の伝え方等、消費者としてよりふさわしい行動を考えるきっかけとなる情報の提供。

社会課題解決のため消費者と事業者の共創・協働の促進を挙げさせていただきました。

続きまして、おめくりいただきまして10ページからは、IIまでの方向性を踏まえまして、IIIといたしまして、消費者教育の推進の内容に関する事項ということで、まず、1として様々な場における消費者教育の推進について拡充する案を記載させていただいてございます。

まず、学校におきましては、消費者教育を充実する形で、平成29年、30年に改訂されました、学習指導要領の徹底を図るということとともに、外部講師の活用を図るということとしております。

特に高等学校においては、成年と未成年が混在することとなったことにも留意する必要があると考えてございます。

大学・専門学校におきましては、学生が主体となって、周囲の若者等に啓発活動を実施するような取組も、現在、見られるところでございまして、これらの特色ある取組を促進していくこと。また、コロナ禍にある学生の孤独・孤立化に付け込んだ消費者被害・トラブル等への対応が必要である旨、記載してございます。

次に、地域社会についてでございますけれども、消費生活センター等を拠点といたしまして、情報発信や様々な担い手と連携をコーディネートしていくこと。

PTAや老人クラブ、また、外国人への対応も念頭に、多文化共生支援団体等、消費者の特性に応じたコミュニティの活用を図っていくこと。

高齢者・障害者には、デジタル化に誰一人取り残されないための対応を進めることを記載してございます。

次に、家庭におきましては、子どもは親を信頼できる情報源と認識しているとの調査結果もございまして、保護者が正しい知識を身に付け、家庭内で普段から話し合うことを促進すること。

また、家庭内におきまして、高齢者と情報共有、連携していくことも重要である旨、記載をさせていただいております。

次に、職域におきましては、事業者のニーズも踏まえつつ、消費者教育の意義、メリットを整理し、事業者向けプログラムを開発する等、取組を強化する旨の記載をしております。

続きまして、11ページ目でございますけれども、2の担い手育成・活用につきましては、消費者団体、NPOが力を発揮できるよう、地域で活動する団体の情報を提供していくことや、コーディネーターの配置促進、機能向上に向けた支援を行っていくこと。

また、事業者においても、公正で健全な市場の参加者として、情報提供や出前講座の実施を期待し、働きかけや情報提供を行っていくこと。

また、消費者においても自ら考え、消費者市民社会の担い手となることを期待し、関係者の連携と相互の学びを促進すること等を記載させていただいております。

3の消費者教育の資源等の充実につきましては、デジタル化等経済社会情勢の変化に対応し、担い手が活用しやすい教材を作成すること。

消費者教育ポータルサイトの継続的な改善を図っていくこと。

最新のトラブルについて、デジタル技術を活用して提供していくことを記載させていただいております。

おめくりいただきまして、12ページ目でございますけれども、IV 関連する他の消費者施策との連携については、特に大きな変更はしてございません。

Vの今後の消費者教育の計画的な推進につきましては、基本方針に基づきまして、消費生活に関する教育について、各省庁で政策を推進すると、引き続き計画的に推進に取り組むとともに、達成度の検証につきましては、今期の基本方針の対象期間を7年間とさせていただいていることを踏まえまして、必要に応じて基本方針の変更の必要性を検討すること。

都道府県では、第4期の全世代分科会取りまとめを踏まえまして、内容の充実、PDCAサイクルの確立等、実効性の確保を目指すとともに、広域的視点から管内市町村の取組を支援すること。市町村では、それぞれの状況に応じた形での推進計画の策定を目指すことを



記載させていただいております。

さらに、消費者教育の目指すべき姿と照らしまして、進捗状況や効果を調査する旨、記載しております。

13ページ目は御参考といたしまして、過去10年間の我が国の消費者教育を巡る歴史について整理した資料をつけさせていただいております。

事務局からの御説明は、以上でございます。

どうぞ、よろしくお願い申し上げます。

○東会長 どうもありがとうございました。

ただいまですけれども、こちらの資料1の「消費者教育推進に関する基本的な方針の見直しについて」という資料に基づきまして、最初のところに「はじめに」に当たるような部分として、幾つかの項目が出ておりまして、5ページのところから、Iとして「消費者教育の推進の意義」ということですね。

そして、7ページからがIIといたしまして、「推進の基本的な方向」。

そして、10ページからがIIIということで、「消費者教育の推進の内容に関する事項」。

そして、12ページに、IVとして「関連する他の消費者施策との連携」、ここは、もう変更がないということで、そして、Vですね、「今後の消費者教育の計画的な推進」。

そのほか、13ページからは、参考資料ということでございました。

あと、いろいろな内容もございますけれども、前のほうから順番に少し区切って御意見をいただきたいと思っております。

最初の部分から、IIの基本的方向ぐらいまでの前半部分を先に御意見をいただきまして、そして、III以降のところ、また後ほど仕切り直して御意見をいただきたいと思っております。

それでは、初めの部分からIの意義、そして、IIの基本的方向、何かこの辺りのところで御意見等ございますでしょうか。

オンラインの委員の方も、もし、ございましたら挙手をお願いしたいと思います。いかがでしょうか、前半部分のところでございます。

では、生水委員、お願いいたします。

○生水委員 ありがとうございます。生水です。

では、基本方針のところについて意見を述べさせていただきます。

高齢化の進行等ということで、多様化の中に挙げられているのですが、ここは、高齢化を課題として取り上げられているところではあるのですが、問題は高齢化だけではなくて、単身、いわゆる高齢単身世帯の増加というのも併せてあるだろうと思うのです。次の孤独・孤立の顕在化の中に、単身世帯の問題も挙げられてはいるのですが、特に高齢者の単身化というのは、誰にも相談できない、また、被害は外からは分からず、進行化することも考えられるので、この単身の高齢世帯の課題についても、見守りの観点から消費者教育に落とし込む必要があるのではないかと高齢化の進行とともに、単身高齢

化についても記載することが必要ではないかと考えています。

同じく、その下の孤独・孤立の顕在化についてですが、ここについては、単身とコロナ禍等々が書かれております。

その中で、孤独・孤立の課題が今回挙げられたことは、とても良かったと思っております。

その上で、自殺の増加については、十代の若年層の自殺も増加していて、若い世代の自殺は深刻な状況であることを踏まえますと、若者の行動実態を踏まえたオンラインの活用など、相談しやすい仕組みの構築が重要課題になるのではないかと考えます。

もう一点、家計の多様化についてなのですが、案のほうではコロナ禍について深刻な問題として書かれてあるのですけれども、特例貸付の償還免除というのが、令和5年の1月から始まります。世帯に対して最大200万の貸付金額になっているのですけれども、10年間の返済期間となります。

ほかの債務もあることなど、多重債務問題の急増も危惧されることから、コロナ禍の問題として、特例貸付償還に関する課題を挙げる必要性があるのではないかと考えています。

その下のスライド6のデジタル化の進展についてですけれども、こちらについては、自らを守るための知識だけではなくて、ネット上で誹謗中傷するなど、他者に対する人権侵害をしないよう、自他の権利の尊重、また、行動の責任などの情報モラル教育についても触れる必要性があるのではないかと考えます。

こちらの項目については、以上です。ありがとうございました。

○東会長 御意見ありがとうございました。

今、スライドで言いますと、5と6辺りのところで御意見をいただきましたかね、基本方針変更案Iの推進の意義という辺りのところで。消費者の多様化というところで、後半にも、また同じような内容が出てきますけれども、高齢化が進行していく中で、高齢化の話と、それから孤独・孤立の話が、それぞれ、個々の推進の意義の多様化のポイントとしては挙がっているけれども、高齢者が単身になっていく、孤立していく高齢者の問題を、ここでもらばらではなくて、高齢化の問題の中に位置づけていく、というような御意見があったかと思えます。

それから、この項目に挙がっている内容で家計の話。それから、次の6ページのほうにある、デジタル化のところで、自分のことだけでなく、自他の利益を守るといいますか、モラル教育のような御意見をいただきましたが、何か事務局のほうで、これについてございますでしょうか。

○山地課長 生水委員、御意見ありがとうございました。

社会情勢の変化の部分について、高齢化と孤独も結んでいく部分が重要であるということ。あと、多重債務の問題、新しく特例貸付の特例ということを盛り込んでいくということ。また、ネットに関してモラル教育の必要性等、また、文言を本文に盛り込んでいく際に、充実させていきたいと考えてございます。御意見、頂戴いたしましてありがとうございます。

いました。

○東会長 生水委員、ありがとうございました。

ほかに、ございますでしょうか。

田中委員、お願いいたします。

○田中委員 田中です。

大きく全体を通して2点ありまして、この間、やはり成年年齢の引下げということで、結構18歳、19歳というところに注目されているかなと思うのですけれども、やはり一方で、もともと20代ぐらいのトラブルというのは多くて、そこにも、もう少しフォーカスしてもらえたらいいのかなというのが、まず1点目です。

若者に関してで言いますと、やはり、今、社会情勢というところで、あまり触れられていないのですけれども、やはり円高とかインフレみたいなのが、やはり結構、若者の貧困というところも結構問題になってきているのかなというのを、この間、現場でいろいろ聞いていて感じます。

SDGsとか出てきて、いい商品を選択したいけれども、やはり経済的理由で選択できないというところで、経済的理由から選択肢の幅が狭まるみたいな話であったり、また、障害者というところで言うと、18歳で、今回下がった中には、やはり成年後見等をされていない18歳の養育手帳をお持ちの方とかもいらっしゃるわけで、やはりそういう方たちで、やはりトラブルとかの相談が来たときに、消費生活センターに行ってみてよと言ったら、ふだんの環境と違うところに行くのが、怖くていけないみたいなところで、まだまだ表に出てきていない障害者のトラブルというのは、たくさんあるのではないかなと感じます。

結構高齢者というところにまとめられているので、介護従事者とか、そういったところにフォーカスされているのですけれども、そういう若い障害者というところで、就労支援施設とか、そういったところへの働きかけというの、検討していただけたらいいのではないかと感じました。

以上です。

○東会長 ありがとうございました。

ただいま、若者の貧困の問題あるいは障害者のトラブルのことなど、御意見をいただきました。事務局、いかがでしょうか。

○山地課長 新しい現場の視点をいただきまして、ありがとうございます。こちらについても本文に盛り込む方向で検討させていただきたいと存じます。ありがとうございます。

○東会長 ありがとうございました。

ほかは、いかがでしょうか。

色川委員、どうぞ。

○色川委員 色川です。

スライドでいうと4ページ目です。2点ちょっと気になったというか、もし考えていただけたらと思うのですが、1つは、学校のところで高等学校等における実践的な消費者教

育の実施率というのが書いてあるのですけれども、学習指導要領だと、全員、全部やっているはずですから、これは多分「社会への扉」の話ではないかと思うのです。具体的に書かないと学校で91%しかやっていないのと誤解される可能性もあるので、書き方をちょっと考えていただきたいのが1つです。

2点目は、地域社会のことですが、これは、完全に意見なのですが、都道府県と政令市だけ挙げていらっしゃるんですが、実際、全国的には中核市を含めて、ほかの市町さんも推進計画や協議会を作っているところがあるわけです。

せっかく作っている自治体もあるのですから、取り上げても良いように思いました。確かに地方消費者行政強化作戦2020では、政令市までですけれども。ちょっと手間がかかりますが、その辺も御検討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。

4ページのところでですね、このところで、学校について高等学校の91%という数字について。それから、地域に関して、都市の規模でもう少し小さいところも拾うということですが、いかがでしょうか。

○山地課長 ありがとうございます。

こちらについては、主立ったものをピックアップさせていただきましたけれども、記述について「社会への扉」ということについて、入念的に書かせていただきたいと存じます。

また、中核市、市町村についても、数字を盛り込めるところは盛り込んでいきたいと存じます。ありがとうございます。

○東会長 すみません、今の学校のところの91%なのですけれども、これは「社会への扉」だけではないのではないですか。「等」ですね。多分「社会への扉」等でやっているところが、本当は100%になるはずですが、私学とか、まだ十分に行き渡っていないということもありましたので、多分「社会への扉」だけではないのではないかと思うのですけれども。すみません、事務局のほうで御確認いただけますか。

○山地課長 先生、すみません、今、確認したところ「社会への扉」等、そういった教材は使ってやっておりますかという質問でやっているという答えが91%ということでございます。

○色川委員 学習指導要領には書かれているから、すべての学校で消費者教育は実施されているはずですが、ですからそのような文言を入れて実施率が91%だったという言い方のほうがいいかなと思いました。

○東会長 ありがとうございます。

確かに、ちょっと書き方として注意が必要かもしれませんね。これは、多分、すごく年々実施率が上がってきていて、今、最終の確認をされた数字が91になっているということだと思うのですけれども。学習指導要領からいけば、もう全部がやっているはずなので、この数字を載せるときに、もうちょっと注意深く扱う必要があるということですね。承知い

たしました。よろしくお願いいたします。

永沢委員、よろしくお願いいたします。

○永沢委員 ありがとうございます。まず、7ページ目の、取組の方向のところ、大学、事業者の新人研修等における継続的な教育機会の提供という記載があります。私も喫緊の課題だと思っておるのですが、7年の計画と考えると、新人研修というのは範囲が狭いと思います。資料の他の箇所にも記載があるように、職域におけるとしていただき、括弧して、新人研修等と書いていただいたほうが、よろしいのではないかと思います。

といいますのも、ほかのところ「保護者の」という表現が出てきますし、子供に影響を一番に与えるのは親、保護者です。これから7年という期間を考えますと、はっきりと職域と書いてしまっていないのではないのでしょうか。消費者庁として、職域での消費者教育が必要だが、今のところアプローチできていないと公に宣言していいのではないかと私は思います。もう少し捉え方を広くしていただきたいというのが1点目でございます。

続いて、これは次のセッションになるのかもしれませんが、色川先生の御指摘のところなので、91%という実施率ですが、実施したという割には、実感がありません。実は、都内の国立大学での新入生対象のオリエンテーションのときに、「社会への扉」を知っているかと確認したら、1人も手が挙がりませんでした。申し上げたいことは、実施したことも大事ですが、浸透しているのかということも、やはり課題だと思うということです。例えば、金融庁や金融広報中央委員会は、金融リテラシーテストを定期的に行っています。講座の実施率を100%に持っていくことは、もちろん大切な目標なのですが、これからの7年間のどこかで、浸透度とか定着度を全国的に計測してみるということ、高校生の段階などで実施するという、予算も獲得して実施するようなことが必要なのではないかと思います。

何れにしても、「社会への扉」を使った出前講座の実施だけでは、手応え感が国民にないと思います。テストの成績が公表されると、かなり反応が大きいと思いますので、そうしたことも考えてみてはどうかと思います。

これは、もしかしたら、後ろのほうで発言すべきことだったかもしれませんが、以上です。

○東会長

ありがとうございました。

今、2点いただきまして、1点目が、7ページのところの事業者におけるということでございまして、この新人研修というのは、これまでも、いつも出てきているフレーズでございますので、この際、職域ということで、もう少し大きく捉えていくというのが、今後は必要ではないかという御意見。

2点目が、先ほど91%のところからの関係でもございますけれども、評価といいますか、この消費者教育が、ただやっているだけではなくて、ちゃんと浸透しているとか、効果が上がっているという辺りです。これは、もしかしたら、達成度の検証とか、その辺りに関

わるのかもしれませんが、そういった内容についても、ぜひ御検討いただきたいと思ひます。お願いいたします。

すみません、オンラインのほうの前田委員、ごめんなさい、お待たせしておりました。よろしくお願いいたします。

○前田委員 先ほどからの話と重なってくるところもありますが、5ページの高齢化の進行等(高齢者・障害者の増加)の中で、高齢者と障害者を一括りに挙げていただいておりますが、本文の文章にも関わってくるわけですが、高齢者と障害者の文章が混在していることに対して違和感をもっています。

障害者の40%弱が高齢者であるという現状であるとはいうものの、実際に文部科学省の発表でも、特別支援学校の子どもの在籍者数が昨年度過去最多になっており、少子化が進行する一方で、特別支援学校、さらには学級のニーズが高まっているという現状があります。

学校の記述のところでは、当然特別支援学校のこと、教育の重要性を挙げていただいておりますが、「多様化する消費者の状況」の中で、高齢者と障害者が混在する記述について検討していただきたいと思っております。

実際に、消費者被害の件数も2万件を超えているのが障害者の実態であるということですが、その年齢構成による特徴など、資料で確認できませんでしたので、その現状について教え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。先ほどの御意見ともちょっと重なるところもありますがやはり高齢者と障害者ですね、ここについて、それぞれについてきちんと書き分けていくといいますか、この辺りも、ぜひ今回お願いしたいところでございます。

どうしても今までですと、高齢者等という書きぶりが多かったように思うのですが、この際、御意見も多いですので、ぜひ御検討ください。

ほか、いかがでしょうか、宮木委員、お願いいたします。

○宮木委員 宮木です。

消費者教育の推進の意義というところの整理が、まず、「課題解決対応」、それから「社会変化への対応」(DXを含む)、3つ目に「安全・安心」という整理をされているのですが、本文等の中で、ぜひ消費者が学んでアップグレードすることで、よりよい社会に向けた変化とか、イノベーションにつながる点、個人のウェルビーイングの向上に役に立つという視点を「教育の意義」として入れておく必要があるのではないかと思っています。単に社会課題が解決されて、変化に対応して安心・安全が確保されればいいというところではなく、そのもう一歩先のいい社会、そこに向けて消費者教育というものが重要なのだという視点を、ぜひ入れていただけたらと思っております。

もう一点は、4ページで地域社会と職域と分けられていまして、多分、その後の部分、ちょっと飛んでしまっただけで申し訳ないわけですが、10ページのところに関わってくるの

ではないかと思うのですが、今、企業と自治体の連携が非常に進んでいまして、「地域包括連携協定」みたいなものを多くの企業が自治体を結び、そこで例えば食に関する教育だったり、ライフデザインに関する教育だったりということを、積極的に社会貢献として行っています。そういったところも項目として入れていただきたいです。後ほど出てくる「事業者との連携」といったところで、単に事業者の中での教育ではなくて、事業者が自分たちの知見を、地域社会を通じて消費者に届けていくというところを、視点として入れていただけたら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。2点いただきました。

単に課題を解決するというだけではなくて、よりよい社会を作るとか、ウェルビーイングというキーワードが出てきたかと思いますが、そういった見方での記述の仕方。そして、4ページの職域のところ、また、少し出ましたけれども、企業と自治体との連携などについて、もう少し深めていただくということをお願いしたいと思います。

ほかは、いかがでしょうか。

よろしいでしょうか。

そういたしましたら、また後半を見ていただいて、また前に戻っていただいても結構ですので、少し先へ進めてまいりたいと思います。

前のところから、最初の「はじめに」的な部分と、それからⅠの意義、Ⅱの基本的方向、この辺りについての御意見をいただきましたが、この後、10ページ以降のところにございます、内容に関する事項以下、3、4、5、あるいは、その後の参考資料などもございますが、この辺りの後半部分につきまして御意見をいただければと思います。

既に、今、前の部分の御意見と関わって、消費者教育の評価とか、効果とかこういうところに関する御意見は、幾つか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。

生水委員、お願いいたします。

○生水委員 ありがとうございます。何度も申し訳ございません。

少し戻りまして、8ページのデジタル化のところの消費者教育なのですが、若年者の行動というのは、私たちセンターでもなかなか電話、対面相談をすることが、最近少なくなっています。こうした若年の行動形態に合わせた啓発、相談体制の構築が必要ではないかと考えます。

例えば、消費生活センターは、PIO-NETによって膨大な情報を集約していますので、この情報を人工知能と自然言語処理技術等に活用することによって、精度の高いチャットボットの仕組みができるのではないかと思うので、こうしたチャットボットの仕組みの構築の検討が必要ではないかと考えます。

次、少し本文に関わることですが、消費生活に関連する教育について、本文の中に社会を生き抜く力というのがありますが、例えば消費者被害によって、生活困窮や、自殺企図

に陥ることもあることがありますので、こうした生活支援に関する福祉教育、また自殺対策としての命の教育なども挙げる必要があるのではないかと考えます。

次に、高齢者、障害者等への見守りと消費者教育につきましては、消費者安全確保地域協議会、また、消費生活協力団体及び消費生活協力員の委嘱の仕組み。これを積極的に活用しまして、個人情報守秘義務を担保した見守り活動を、国はもっと推し進めることが必要だと考えますので、こういったことも盛り込んでいただければと思います。

この見守り活動が進まない要因としましては、消費者行政の担当部署だけでは、この見守り活動は絶対にできない仕組みですので、市役所の福祉部局との連携及び地域づくりを視点にした、地域の関係機関との連携、これが構築できるように、消費者行政が地域共生社会の視点を持って取り組めるような仕掛けが必要ではないかと思っておりますので、こうした地域共生社会の文言も盛り込んでいただければと思います。

あと最後に、大学入学のセンター試験等々に、消費者問題を取り込んでいくという工夫があればいいのではないかと考えます。

以上です。

○東会長 ありがとうございます。

幾つか御意見をいただきました。すみません、私の最初の整理が悪くて、何かどこまでが前半か、どこからが後半かが、ちょっと今、分かりづらくなっていて申し訳ございませんが、少しの前のところにも戻りつつ、それぞれの御発言しやすい形で御発言いただければと思います。

チャットボットの話とか、生活支援、見守りなど、先ほどもいただきました。地域共生社会というキーワードもいただきました。

大学の入試に関する御意見もいただいたところでございます。幾つかございましたが、何か今のことについて、事務局のほうでございませぬか。

○片岡審議官 すみません、消費者庁の片岡でございます。

1点目で御指摘いただきました、若者の相談体制ですけれども、チャットボットの仕組みは、実は今、始めてはおりますけれども、実はなかなかFAQの充実が進んでないという問題があって、機能的にまだ稼働していないというところがあるので、そこはしっかりFAQを充実させて、機能をする、稼働するチャットボットの仕組みを作っていきたいと考えておりますので、そういうことも含めて、どこまで書けるか、少し検討しますけれども、基本方針の中にも盛り込む方向で検討をしてみたいと思います。

ありがとうございます。

○東会長 ありがとうございます。

非常に、その部分、これから重要なポイントになってくると思いますので、よろしく願いいたします。それ以外の御意見につきましても、また、適宜御対応いただければと思います。

坂倉委員、申し訳ないのですが、実は先ほどからオンラインで3名、お手が挙がってお



りますので、ちょっとそちらを先にお伺いしてからお願いしたいと思います。

楯委員、坂本委員、田中委員の順番で続けてお願いできますでしょうか。

それでは、楯委員から、お願いいたします。

○楯委員 ありがとうございます。

資料1の10ページの「職域」のところの取組に関して、少し述べさせていただきます。

資料に記載の「消費者教育の意義、メリットを整理し、事業者向けプログラムを開発する等、取組を強化」というのは、非常に大事なところだと認識しています。

基本方針見直し案の7ページにも書いていただいています。消費者と企業側が共創・協働するパートナーとして一緒に進んでいくということで、より消費者教育というものも推進できると思いますし、消費者にとっても良い社会が実現できると思います。

、一方で、社会の変化というようなことがあって、企業側がなかなか、企業単体の力で、消費者教育に積極的に協力していくことが難しくなっていると思うことが、最近すごくあるのです。

例えば、働き方改革のようなところで企業に効率性が求められて、今までは、いろいろな学校などから来ていた教育の依頼などに対し、人員的に対応がしにくくなっているといったことが実態として起きています。

例えば、一社、弊社ローソンに、ある学校から、そうした消費者教育のような依頼があって、SDGsの教育やお仕事体験のようなことを実施すると、次から次へといろいろな学校から、「私も私も」というような形で、消費者教育への協力についてお声掛けをいただくのです。

よくよくお話を聞くと、なかなかそうした消費者教育のようなことを実施してくれる企業が少なくなっている事から、一社実施すると、この企業は協力してくれるのだということで、次々にお声がかかるようなのですが、なかなか、やはり一企業では、全ての依頼をお受けすることが難しいというような歯がゆさがあります。

そうした中で、「事業者向けプログラムを開発」と資料1に書かれていますが、例えば、そうした消費者教育のようなことを積極的に実施している企業を、国のほうでしっかりと公表し、表彰してくださるといったことや、そうした消費者教育のようなところに取り組んでいる事業者に向けては、「消費者教育マーク」のようなものを名刺などに入れてよいというような、より具体的なプログラムを事業者向けに盛り込んでいただけると、企業としても、消費者教育というものを推進しやすいのかと思っております。

○東会長 ありがとうございます。

続けてお願いしたいと思います。坂本委員、お願いいたします。

○坂本委員 坂本です。

私からは、スライド12枚目の達成度の検証のところでは。

スライド4とも関連するのですけれども、12の内容が大変漠然としているなという感じ

で、4ページ目に、消費者教育の進捗と課題とありまして、ここに消費者教育は、だまされない消費者と、自分で考える消費者の育成だと書かれています。

これがアウトカム指標というのでしょうか、いわゆる目指す姿をこれで表現しようということ。これをちゃんとはかるような指標を用意する必要があると思います。

4ページには、でも、それは書かれていなくて全部アウトプット、何をやったかということしか、ここは並んでないわけですね。ですが、しっかりとだまされない消費者というのをいかにはかるかということ、それで、自分で考える消費者というのが、ちゃんと育っているのかどうかというのをちゃんとはかれるように、やはり指標を整理して、消費者意識基本調査も毎年膨大なサンプルでしていますので、やはりその中で使える指標などもあると思いますので、もう少しその辺りをしっかり整理して、今あるものを使いながら、あと、消費者相談の分類の見直しとか、新たな分類を設けるなどをすれば、進捗度というのは、もっとちゃんと表現することができるのではないかと考えております。

もう少し、この達成度の検証というところを、「目指す姿は、こういうことでアウトカム指標は、これ」、「そのために何をするかというアウトプット指標として、こういう整理をしていく」みたいな形で、もう少し具体的に表現していただければなと感じました。

以上です。

○東会長 ありがとうございます。

それでは、田中委員、お願いいたします。

○田中委員 田中です。

先ほどの宮木委員のウェルビーイングの話ともかぶるのですけれども、目指すべき安全で安心で、持続可能な社会というそのイメージが、やはり、つかないのかなというのは思うのです。

それで、9ページのところで消費者市民社会の一員としてのとしての行動促進というのが、キーワードとして出てきているのですけれども、これに対応する部分が少ないのかなという印象を受けています。

どうしても消費者市民社会というと、何かエシカルとか、そっちの方向で捉えているのですけれども、やはり、そこだけでなく、そういう消費者が増えることで、そういう悪質な企業が淘汰されていくみたいな、そういったところから消費者被害をなくしていく社会みたいなイメージが、消費者市民社会かなと思っているので、7年後にどういう社会を目指すのかというのがしっかり書かれるべきではないかなというのを感じています。

それで、その7年後に、こういう社会を目指すために、では、企業とか自治体とか地域社会というのは、それは何をしていくのかというのを考えるみたいな、SDGsがよくバックキャストの考え方で作られているみたいな話を聞いて、それが、SDGsが広がっている一因になるみたいなことをよく聞きますけれども、同じように、7年後、しっかり示した上で、ちょっとバックキャストな視点を入れないと、例えば企業で新人教育をやると言っても、7年を見ても、やはり大企業とかでは、できているかもしれないけれども、

中小企業とかできていないみたいな、そういう誰かが取り残されてしまうというような状況になってしまうのではないかなというところから、消費者市民社会というのをもう少し具体化するようなところがⅡとⅢの間か、どこか分からないですけども、どこかにほしいなというのを感じました。

以上です。

○東会長 田中委員、ありがとうございました。

今、3名の方にいただきました。楯委員のほうからは、職域に関するお話をいただいて、企業単体で、一つ一つの企業が消費者教育をやっていくことというのは、なかなか難しいのではないかという辺りのお話から始まって。最終的には企業の表彰に関することをしていくと良いという御意見だったかと思います。

現状、ここではないですけども、消費者志向経営の表彰などもやっていますので、そういうほかでやっていることと、うまく連携させて御検討いただければと思います。

2つ目の坂本委員のほう、達成度に関する指標をきちんと整備していくということで。先ほど永沢委員などもおっしゃっていたかと思いますが、今回の方針の中で、やはり達成度をはかるための指標といいますか、これは1つの大きな目玉といいますか、長年の懸案事項でもありますし、ぜひこの部分を充実した形にしていいただければと思います。

田中委員のほうからは、消費者市民社会を具体的にイメージするというございませたけれども。バックキャストイング、確かに、7年後というのは、どういう社会を理想の形としてイメージしていくのか。そこに向けてバックキャストイング的な視点で、今、それぞれの時期にやるべきことをどう考えるのか、これも全体に関わる問題として、また、御検討いただきたいと思います。

それでは、お待たせいたしました、坂倉委員、お願いいたします。

○坂倉委員 ACAPの坂倉でございます。

それでは、私から2点、意見を述べさせていただきます。

まず1点目は、資料の10ページの職域のところですが。先ほど楯委員が御発言ございましたが、私も同感でございましたので、ダブるところは省略させていただきますが、この「意義、メリットを整理し、事業者向けプログラム開発する」のところですが。私どもACAP、会員企業は600社ぐらいあるのですが、消費者教育についてヒアリングをすると、課題として2点出てくるのです。

1点目は、消費者教育を社内でやりたくても、人事部の人たちが消費者教育の必要性、重要性をなかなか理解してくれないので実現できないということ。

もう一点は、使える教材がなかなかないということなのです。

1点目のところについては、人事部あるいは会社に対して消費者教育の必要性、重要性が訴求できるようなツールなどがあると助かると思います。

2点目の教材のところは、今、特に大手の企業は、なかなか全員集合しての教育機会というのがなくて、コンプライアンス研修などは、毎年、大手の企業は全部やっていますが、

eラーニングでやっている企業が、年々多くなってきているし、また、特にコロナ禍で在宅勤務が一般的になってきましたので、ますます全員集合の機会で、紙ベースの教育というのは、なかなか難しいと思うのです。

ですから、このプログラムを開発するときは、ぜひ、この教材のところも考慮に入れていただいて、可能であれば、eラーニングの教材も作っていただくと、企業の実施度は上がるということで御検討いただきたいと思います。これが1点目です。

2点目は、これは非常に細かいことなのですが、IVの4の関連する他の消費者との連携のところなのですが、内容はこのままでいいと私は思うのですが、文言のところで、いただいている資料1でいうと、3ページ目に全体の構成というのが書いてあるのですが、全体の構成の、いわゆる目次みたいなところのIVの4、苦情処理、紛争解決とありますが、今、苦情処理という言い方は、私はいかがなものかと思うのですね。何か処理というと、うまくやっておけとか、フタをしろというように取られかねないし、大手の企業は、今は苦情処理と言わずに苦情対応という言い方をしていますので、この苦情処理という言い方は、変えられたほうがよろしいと思います。

以上でございます。

○東会長 ありがとうございます。

では、続けて、永沢委員、お願いいたします。

○永沢委員 ありがとうございます。

私も、この部分に関する意見を2つと、戻りまして1点追加で、全部で3点申し上げたいと思います。

1つ目は、11ページの辺りに関係するのです。この消費者教育推進会議では、連携ということを繰り返し強調して言ってまいりましたが、その点を強調いただくとともに、省庁間の連携に関する記述がほしいところです。そこは前提としてあるのでしょうけれども、そこが見えていないように思います。

というのは、デジタル庁がデジタル推進員を設けるという話がありますし、金融庁も金融広報委員を設けたりしておられます。このように、いろいろな省庁がいろいろとやっていらっしゃるのですが、ばらばらとやっていていいのかという問題意識を持っております。もちろん、各省庁には守備範囲があると思いますが、受ける側は同じですし、こうした教育を担う人は限られており、同じ人が担うことが多いことを考えると、役所間の連携が必要かなと

ほかの委員からも御意見が出ておりましたけれども、消費者庁内の省内連携も必要だと思います。職域のところについては、消費者志向表彰の取り組みが関係してくると思います。社員教育の中でよく取り組んでいる企業があれば、褒めて差し上げるということをしてはどうでしょうか。消費者志向表彰は大変ハードルが高いですけれども、社員教育で消費者教育を実施されているぐらいでも、良い取り組みであると褒める、そういう制度、こちらの部署の担当ではないかもしれませんが、あってもいいのではないかと思います

ということで、消費者庁内の省内連携もお願いしたいと思います。

続いて、冒頭で長官がKPIについてお話されました。このKPIを着実に進めていくことは、大前提として必要ですが、初期の時期とは違ってきていますので、例えば、浸透度の定点観測というのを実施することが必要と考えます。また、聞き方についても、抽象的に消費者教育をやりましたかという問いではなく、消費者教育を分解して、どこがどうなのかというのがもう少し見えるように聞くべきで、消費者教育には安全・安心とか契約とか消費者市民社会とかがあると思いますけれども、その部分部分での成果をもう少し見える形の評価ができることを目指すといいと思います。

最後に全体に関する意見に戻りましてなのですけれども、ほかの委員から出ておりましたウェルビーイングというご指摘には、私も賛同いたします。これまでの消費者教育は、イメージが何となく暗いんですね。まず、被害に遭わないでねと言い、次に、社会のためという話になり、地球のためとか、後世のためとか、人のためというのはもちろん大事なのですが、それ以前に、自らのために、自らの安全・安心だけでなく、豊かに暮らすということ、精神面も含めて豊かに暮らすというウェルビーイングという考え方が、もっと消費者教育にあってもいいのではと私も思いました。

7年後のビジョンが本当はほしいところですが、消費者庁は企業とは違いますので、難しいとは思いますが、この会議体の中では、少し7年後のビジョンというのも踏まえてということをしておくと、今後、いろいろと検討していく際に具体化しやすいのではないかなど、私としては思いました。

以上でございます。

○東会長 ありがとうございます。

ただいま坂倉委員のほうからは、先ほども出ていました10ページですか、職域に関するお話として、ACAPさんのほうで、いろいろ既に取り組んでいただいているところがございますが、消費者教育が推進しないのは、人事部の理解が難しいということ。そういうところにもうまく理解をいただけるような何かツールであったりとか、あるいは教材がないということで。これもeラーニング教材などを開発していくというような方向性ですね。

あと、文言の内容になりますけれども、IVの「関連する他の消費者施策との連携」のところでしたかね、苦情処理という言葉のことについても御指摘をいただきました。

永沢委員からは、省庁間の連携、省内連携、そしてKPIの話なども出ましたが。先ほどから出ている浸透度というか、達成度といいますか、新しい御意見として、消費者教育のどこがどうと、部分部分で評価するというのは確かに重要ですね。消費者教育というくくりで評価がされる場合が多いので、確かにそういった視点も重要かと思えます。

ウェルビーイングの話とか、7年後のビジョン、これも先ほど来出ている御意見につきまして、また、同様の御意見をいただいたところです。ありがとうございます。

ほか、いかがでしょうか。ちょっと待ってください、順番が難しく、多分、宮木委員、高山委員、岩本委員、色川委員、よろしいですか、では、順番に、すみません。

実は、オンラインも手を挙げていらっしゃると思いますが、まず、こちらのリアルな4名の委員にお願いいたしたいと思います。

では、宮木委員から、お願いいたします。

○宮木委員 すみません、では、手短に。

デジタルのところなのですけれども、御説明いただいているデジタル化の進展のところ、事例として「インターネット利用者の割合」とか、「スマートフォン利用がパソコン利用を上回っている」という記述があるのですけれども、先ほどの7年というところを考えますと、ちょっと記載が古いと感じております。

もはや、インターネットを利用しているかどうかということではなく、デバイスとして何が使われているかでもなくて、「何に使っているか」というところを中心に書いておくのが妥当だと思います。

具体的に全て「デジタル取引」といったように、「デジタルでの」という形で丸っとされているのですが、例えばキャッシュレスとか仮想通貨とか、そういう言葉というのは、今の段階で要らないのかとか、ここの記載をもうちょっと丁寧にしたほうがいいのではないかと感じております。

とりあえず、以上です。

○東会長 ありがとうございます。

では、高山委員、お願いいたします。

○高山委員 10ページの消費者教育の推進の内容に関する事項①のところ、家庭、この赤字のところ、保護者が正しい知識を身につけ、家庭内というところがあるのですが、恐らく、保護者の、これから成年を迎える子供たちへのという視点かなと思われま。

それで、ここに、いわゆる小学生、中学生のような未成年消費者に対する保護者の管理監督の注意喚起というのが必要かなと思いました。

どうしても成人年齢18歳ということで、18歳、20歳代の若い消費者に視点が行きがちなのですが、未成年消費者に対する保護者の管理監督義務、注意喚起、そういった視点が、この10ページの家庭のところにあってもいいのかなと。

あわせて、4ページの消費者教育の進捗と課題のところ、今、お話ししたような、いわゆる未成年消費者に対する課題、これは学校教育での取組課題であろうかと思いますが、同時に、この課題に、やはり未成年消費者に対する家庭の管理、注意喚起、そういった視点が、この4ページのところのどこか盛り込まれるといいの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。

では、岩本委員、お願いいたします。

○岩本委員 岩本でございます。ありがとうございます。

パワーポイントでは、関連するところで言いますと、7 ~~9~~ ページ、それから、再掲となっている8ページの多様な高齢者の実態や社会のデジタル化を踏まえた消費者教育の一層

の工夫、またデジタルの活用に関する記述は8ページと9頁にございます。これらは重要な点だと思いますが、関連してもう少し記述で何か加えることができないかという提案です。特に社会のデジタル化ということで申し上げますと、現在、御案内のとおり、デジタルプラットフォーム事業者に対する、経産省が所管しています透明化法、それから公正取引委員会が所管しています独占禁止法の運用を中心とする法制度の整備が進んでおります。

また、あわせて個人情報保護法が4月に改正されたということで、そして消費者の個人情報の取り扱いに際しての情報教育の部分というのも非常に手厚く整備されている途中でございますが、今回案のほうでも、パワーポイントのほうでも、デジタルプラットフォームという言葉が全く出ておりません。入れてくださいということではありませんけれども、デジタルプラットフォームビジネスに関する、あるいはそうした新たな法的スキームを学ぶという機会と、消費者教育の教育内容としてどこかに反映していただければいいのかなということで、パワーポイントに盛り込む必要はありませんけれども、もし案の中で何らかの言葉を入れる可能性がありましたら、その御配慮をいただければと思います。

それに関連しますと、その他の関連する教育との関係で、(6)のその他の関連する教育の中に落とし込める余裕があるか、ないかということかもしれませんけれども、やはり情報教育という1つの教育カテゴリーは、今後必要となってくるのではなかろうかということで、余裕がありましたら、その辺に関連する教育の中に情報教育を盛り込んでいただくと、よろしいのかなという感じがいたします。

それから、コーディネーターの記述がございましたけれども、ちょっと現場の感じで申し上げますと、自治体におけるコーディネーターの皆さんも、新たに着任されると、大変不安を覚えておられます。

それで、コーディネーター会議があるのですよということは、こちらからアナウンスしたのですけれども、やはりその学びの機会というところが、どうしても彼らにとっては必要であろうということで、こちらのほうでも、11ページのほうにございますけれども、コーディネーターの配置促進、機能向上、これは、多分全部言い表せているのだと思いますけれども、この資料見る限りで、恐らく当のコーディネーターの方は、機能向上がそのコーディネーター会議なのだろうということが分かっていたかどうかということで、もし余裕がありましたら、コーディネーター会議等というような言葉を入れていただければ幸いです。

あと、同じ11ページ、これは恐らく文言の問題、一番最後です。最新の情報トラブルについて、デジタル技術を活用して提供とありますが、トラブルを提供してはいけないので、情報提供だろうと思いますので、そこは用語を補っていただきたいと思います。

あと、委員の皆様もおっしゃられていますけれども、7年間というのは、非常に期間が長いです。国立大学も6年の取組に対する評価を受けていますけれども、大体暫定評価ということで4年ぐらいで何らかの見直しをする機会があって、今日、長官も言われましたように、KPIを設定した上で、残りの期間をどうやっていこうかという取組の見直しの機会

があればいいと思います。この案の中に明文として盛り込んでいただく必要はありませんけれども、運用上御配慮いただければと思います。

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。

では、色川委員、お願いいたします。

○色川委員 では、簡単にお話しします。3つほどお願いします。

1つは、10番のスライドで学校のところなのですが、大学・専門学校においては、学生主体の啓発活動等と書いてあるのは分かるのですが、一方、今、成年年齢引下げもあり、消費者教育関連の授業を大学の共通科目等で組み込んでいることが増えてきているので、むしろ大学・専門学校の科目に、そういう形で組み込んでもらうということも入れていただくといいかなと思いました。

もちろんそれは基本方針の文章には出ているのですが、概要にこうやって書かれていると、こちらがメインのように読まれてしまうので、大学等の授業のほうでも科目を入れてほしいというのを書いていただくといいかなと思います。

それと、11ページなのですが、担い手の育成・活用の2番目なのですが、地方にいとよく分かるのですが、やはり消費者団体は大変厳しい状態にあって、もう7年後は、まずいという状況にあると思います。

ですから、やはり消費者団体の育成も含めて消費者教育を考えないと、地方は大変厳しい状態になるかなと思います。

ですから、団体の活用だけではなく、団体の育成も、消費者行政は仕事にしていたので、その辺も含めてちょっと考えていただければなと思いました。

最後ですが、これは技術的な問題と思いますが、13ページに参考で消費者教育をめぐる歴史が出ていたのですが、これは、もちろん御存じだと思いますが、消費者教育の歴史は、もっと古いので、こういう書き方ではなくて、近年の消費者教育の歴史とか、書き方をちょっと考えていただきたいなと思いました。

以上です。

○東会長 ありがとうございました。

宮木委員のほうからは、デジタル化のお話などと含めて、キャッシュレス、仮想通貨、今どんなふうになっているかとか、そういうことを少し具体的に丁寧に示していただきたい。

デジタル化に関しては、本当に皆さんから非常にたくさん御意見いただいているところです。

そして、7年というのが、デジタル化のスピードを考えると、本当に、どうなっているのかというのを、なかなか的確に判断するのが難しいというところでもございますので、ここは、具体的に、慎重に示していくということが必要だと。

○宮木委員 一方で、あまり書かないという手もあるかもしれないですね。中途半端にイ



ンターネットの普及とか、スマホがどうと書かないで、もう本当にさらっと書くだけという手もあると思います。

○東会長 そうですね、ちょっとそこは、また全体的な状況の中で工夫していただくということになるかと思えます。

高山委員のほうからは、未成年消費者ということについての御意見です。保護者に対して、そういう未成年消費者に対する注意喚起というような視点の内容を、もう少し入れ込んでいく。

岩本委員からも、やはりデジタル化の話が出ましたね、社会のデジタル化、デジタルプラットフォームということも、明示的に書いていただくというのでも必要なのかもしれませんが。あるいは関連する教育に情報教育をちゃんと位置づけていく。

また、コーディネーター会議の話も出ましたね。このコーディネーターも、ちょっと今、中途半端という言葉が適切ではないかもしれませんが、一応は、各自治体に位置づけたけれども、人数も非常に限られている。コーディネーター会議が実際にどういうふう運用されているかということについての理解とか定着も、まだまだという気がしますので、この辺りは、やはり少ししっかりと書き込んでいく必要があるかなということ、私も思ったところがございます。

最近の情報トラブルについての、情報提供とかというときにも、やはり7年という長さについては、皆さんから御意見いただいています。

色川委員のほうからは、学校における消費者教育、肝心の授業の中でしっかりとそれを取り込んでいくというところは、もっと書き込んでいただきたいと思います。

それから、私も今、なるほどと思って伺いました、担い手のところの消費者団体。実感として、7年後に消費者団体がどういう状況になっているかということは、本当に危惧される部分もありますので、ぜひ、そういった団体を育成して、そして、それを消費者教育に活用していくというようなこと。育成という部分も、ぜひ書き込んでいただきたいと思います。思いました。

以下、年表の見出しのつけ方などについても御意見をいただきました。ありがとうございます。

それでは、オンラインのほうで、お二方ですか、川野委員、お願いいたします。

○川野委員 ありがとうございます。

全国消費生活相談員協会の川野です。

私のほうから、ちょっと1点気になりましたことがありまして、御意見させていただきたいのですが、7ページ、8ページの消費者教育の推進の基本的な方向というところで、やはり若年者が相談しやすいメール等による消費生活相談の推進というところで、このメール等によるというところなのですが、もう何年も前から全国の一部の自治体ではメールによる消費生活相談を受けています。

それで、メールでの相談というのが、やはり若年者の方が多いのですが、私も実際、消

費生活相談を受けている立場として、このメールでの相談について、例えば、ネットで、副業でAIが投資するソフトを購入したが、解決できるか、もう本当に一行で、メールで出してきて、匿名で年齢も入れていないというような事例もあります。確かに、相談のきっかけとしては、メールだけでなく、先ほどおっしゃったとかSNSというものもきっかけになると思います。

ただ、アドバイスだけなら、例えば、AIが投資するソフトを購入したが、こんなものを買って大丈夫だろうかという御相談であれば、当然、このメールでの相談というのは生きてくると思うのですね、アドバイスさせていただきますので、慎重にしてくださいと、被害もありますというお話ができるのですけれども、やはり若年者の方々というのは、もう既に被害に遭ってから、それからの相談というのが非常に多いわけなのです。

それで、あくまで、ここはやはりメールとかSNSというのもきっかけであって、やはり解決のためには、本当に相談状況を、もう本当に細かく聞き取っていかなければ、やはり解決に至りませんので、このメール等によると端的に書いていますが、やはり、きっかけとしてのメール、SNS、そして、あと解決のためのコミュニケーションツール、何かコミュニケーションができる、やはりツールとして、チャットボットもそうだと思いますし、それからオンライン等もありますので、そういったものをすべて含めてインターネット等WEBを活用した消費生活相談の推進というふうに入れていただきたいなと思いましたので、すみません、よろしく願いいたします。

○東会長 ありがとうございます。

もう一方、安藤委員、お願いいたします。

○安藤委員 よろしく願いいたします。

日本社会福祉士会の安藤と申します。よろしく願いします。

私からは2点、今、川野委員がおっしゃっていただきました同じページの7ページです。

実際には、もうだまされてしまってから相談されるというケースがすごく多いということだったので、障害者、それから高齢者もそうですね、先ほどの4ページのところにも、だまされやすい消費者という、だまされない消費者、自分で考える消費者を育成するというのも、すごく大切なのですけれども、だまされてしまったときのSOSが出せるという、そこの教育というのも、とても必要ではないかなと思います。

ですので、そこの教育と、それから、7ページの一番下のところに、高齢者や障害者等の支援者、家族、介護従事者とありますけれども、介護が必要ではない障害者という方たちもたくさんいます。支援は必要なのですけれども、介護が必要ではない方という方もいらっしゃると思います。ですので、この介護従事者のところを、福祉全般の従事者とするのか、福祉の総合相談窓口の従事者と表記していただくのか、この介護従事者と表記されると、国の資料でそういうなりますと、本当にその人たち、介護の従事者だけの問題と捉えてしまいがちな場面もありますので、ぜひ、福祉の総合相談窓口の従事者もきちんと、そういったことを意識してもらえるようにという、何かそうした表記も、ちょっと入れていただ

けたらありがたいなと思います。

だまされたときのSOSと、それから、こちらの表記の部分ですね、それだけお願いしたいと思いますので、よろしく願いいたします。

○東会長 ありがとうございます。

川野委員のほうは、若年者の相談に関して、メールというのは、あくまでもきっかけということで。その後、きちんとそれを解決に向けていくために必要なコミュニケーションツール、こちらについても、きちんと書き込んでいくということ。

安藤委員のほうからは、もし、だまされてしまったときにSOSが出せるような教育。そして、文言ですね、介護従事者、もっと福祉従事者全般というような広い理解をしていくということをお願いいたします。

それでは、ちょっとあと2名で一旦…。もう一つ、まだ議題が残っておりますので、あと2名いただきたいと思います。

長島委員、永沢委員、順番をお願いいたします。

○長島委員 10ページのところで、学校現場のところにおきまして、小中高等学校において改訂された学習指導要領の徹底と、外部講師の活用ということを挙げていただいているのですが、もちろん外部講師の方に来ていただければ、とてもいいことだと思うのですが、全国小中高に対して、どの程度の外部講師の方においでいただけるのか、足りるのか、順番を待っていなければならないのかみたいなことを考えますと、やはりかなり時間がかかることだなと思ひまして、これだけいろいろな情報が出回っている中で、学校の教材として安心して活用できるような動画みたいなものを、国として、これは大丈夫だと、外部講師の方がお話しするような内容のようなものが、これだけデジタル化が進んでいる中でできると、非常に同じレベルで全国に浸透しやすくなるのではないかなと思います。御一考をお願いできればと思います。

○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 7ページの川野委員が御指摘されたところなのですが、おっしゃるとおりですし、先ほど省内連携が重要だということをお願いしたばかりなのですが、消費者教育の中に、消費者相談の推進が入っているのは違和感があります。むしろ、相談することの大切さとか、消費者相談の窓口の周知とか、そういうところになるのではないかと思います。この書き方を工夫していただく必要があるのではないかと思います。気になりましたので、発言させていただきました。よろしく願いいたします。

○東会長 ありがとうございます。

長島委員のほうからは、外部講師が行き渡るといのが難しい場合もあるので、国のほうで安心して活用できる動画というものをきちんと明示していただきたいと。

ある程度、これまでも工夫されたものもあるのかなと思いますが、また、どんどん時代が移り変わって、7年後もありますので、その辺り改めてお願いいたします。

そして、ただいまの永沢委員の御指摘、本当にそのとおりだなと思いました。適切な方法で相談ができる、みたいな、そういう力を育てる。その場合にメールでもできるけれども、ちゃんと、それ以外のコミュニケーションツールも使って、自分の相談をきちんと適切に解決できるというような、例えばですね、書きぶりとか。要は消費者としてどういう力を身につけるのか、その相談という場面で必要な力、そんな書きぶりを、ぜひ工夫していただけたらと思います。

それでは、まだ本当は御意見があろうかと思えますけれども、この後の議題もございまずので、一旦、今いただいた御意見をもちまして議題1のほうを終了させていただきます。

とにかく共通して言えることは、7年後ということ、そのビジョンとか、あるべき社会をどう描くのかという辺り、それから、KPIの設定とか、ウェルビーイング的な視点であるとか、繰り返し委員から出た言葉もございましたので、その辺を中心に、また内容を御検討いただければと思います。

あと、キーワードのようなものも幾つかいただいたり、あるいは適切でない表記のところの御指摘などもいろいろいただきました。今日の御意見、それから、もし、まだ追加の御意見がありましたら、事務局のほうにお寄せいただければと思いますので、それらを含めまして、また、次回までに、さらに原案といたしますか、内容の御提案を改めて深めていただければと思います。よろしく願いいたします。

それでは、次の議題に進みたいと思います。

議題の2でございます。「若年者等への消費者教育の取組について」。こちらは報告ということでございますが、事務局から御説明をお願いいたします。

○山地課長 議題2の若年者等への消費者教育の取組について、資料2-1、2-2、2-3で御説明させていただきたいと存じます。

まず、資料2-1を御覧ください。

1ページ目でございますが、前回も御報告申し上げているところでございますけれども、令和3年度は、成年年齢引下げ前の最後の1年ということで、全力キャンペーンということで、関係4省庁である消費者庁、法務省、文部科学省、金融庁が連携いたしまして、地方公共団体、大学、関係団体、メディア等も巻き込んだ重層的な取組ということで実施させていただきました。

おめくりいただきまして、2ページ目でございますけれども、実施結果について、簡単でございますが、報告させていただきたいと存じます。

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という全力キャンペーンの前のプログラムの内容も取り込んで実施したところでございまして、地方公共団体に対しまして消費者教育教材「社会への扉」等を活用した実践的な消費者教育の実施に向けて働きかけを行った全国の高等学校等での実施状況ということで取りまとめさせていただいております。

先ほど、色川委員からも御指摘があったのですけれども、この調査の仕方について確認

したところ、実践的な教育ということで、学校の教科書、教科書付属の資料集以外のものを使って、例えば、出前講座とか「社会への扉」とか、そういった実践的な内容を含む資料等を活用して行った学校ということで調査をさせていただいたところ、現在91%まで到達したという結果になっておるといところでございます。

また、その下の都道府県数で見た実績でございますけれども、2021年度は全校で実施した県が5つ、新潟県、石川県、島根県、鳥取県、徳島県の5県が全高等学校等で実施いただいたと報告いただいております。

また、全県におきまして、域内の70%以上の高等学校等で実施されているという結果となっております。

今後の対応方針といたしまして、後ほど御説明申し上げますが、成年年齢引下げ後の若年者への消費者教育推進方針、消費者教育の実践定着プランに基づきまして、私立高等学校、特別支援学校等向けに、外部講師を活用した出前講座を実施する等の実践的な消費者教育等の推進を引き続き図って参ることとしてございます。

次に、3ページでございますけれども、消費者教育コーディネーターにつきまして、実は、今月の6日にも2回目となる消費者教育コーディネーター会議をオンラインで開催させていただいたところでございます。私も参加したのでございますけれども、元教員の方や、現職の教員の方、行政職員や元PTAの方と、現在、コーディネーターとして御活躍いただいている方々に御登壇いただきまして、それらの特性を生かしたコーディネートを取組状況を発表いただきまして、各県から質疑応答も活発にさせていただいたところございました。

2021年4月現在でございますけれども、40都道府県において配置されているということで、先ほど来、御議論いただいておりますとおり、消費者教育の推進には、消費者教育を担う多様な関係者や、場をつなぐコーディネーターが重要な役割を果たすことになることと認識してございまして、消費者教育コーディネーター会議を開催するなど、配置促進、活動の底上げを引き続き進めてまいりたいと考えてございます。

おめくりいただきまして、活動の御報告を簡単にさせていただきたいと存じますけれども、キャンペーンの実施内容といたしまして、若年者の参加型イベントとして「18歳から大人！ゆりやんとつくるラップ動画チャレンジ」を実施したほか、若年者向けイベントであるTGC teenを活用した成年年齢引下げに関する啓発ステージの実施、LINE公式アカウント「消費者庁 若者ナビ！」や消費者相談ダイヤル等の周知を行ったところでございます。

5ページ目でございますけれども、政府広報と関係4省庁が連携して、人気アニメ「東京リベンジャーズ」とタイアップした大規模キャンペーンを実施し、テレビCMやWeb動画等を活用して成年年齢引下げと若年者の消費者被害防止に関する情報発信を実施いたしました。

続きまして、資料2-2を御覧いただきたいと思います。

これは、「若年者の消費生活に関する知識と行動についての実態調査報告書の概要につ

いて」ということで、1枚おめくりいただきまして、調査の概要についてでございますけれども、こちらの調査は、2018年度から全国の高等学校等で実践的な消費者教育の働きかけを実施した時期に高校生等であった方々で、令和4年4月から新たに成人となった18～19歳の方を対象にしております。また、そことの対比のために25～29歳の方々、それぞれを対象に実施させていただいたものでございます。

「社会への扉」で扱っている設問をはじめといたしまして、消費生活に関わる知識や意識、行動等の実態について、インターネットでアンケート調査を実施させていただきました。

結果の概要について、次の2ページから5点挙げさせていただいてございます。

まず、1つ目として、高校等で消費生活や消費者問題に関する授業等を受けたと認識している割合についてお伺いしたところ、18～19歳（74%）の方が25～29歳（40%）ということで、18～19歳の方々が上がったという結果となっております。

また、2つ目といたしまして「社会への扉」で取り扱った内容について、概ね18～19歳の方が、25～29歳よりも正答率が高く、契約の成立時期、未成年者取消権、クーリング・オフ、消費生活相談窓口、それぞれにつきまして、18～19歳の方が、正答率が高いという結果となっております。

3点目といたしまして、クレジットカードについての理解に関して、こちらは25～29歳のほうが、正答率が高いという結果となっております、社会経験が影響していると考えるところでございます。

おめくりいただきまして、4点目でございますけれども、ネット通販利用時に発生した問題の解消に向けて積極的な行動をとる人の割合、こちらが18～19歳で52.1%、25～29歳の39.6%ということで、18～19歳の方のほうが行動をとる方の割合が多いという結果となっております。

5点目といたしまして、商品やサービス選択時に、エシカル消費につながる行動をとっている方の割合ということも調査させていただいたのですけれども、18～19歳で58.2%、25～29歳で44.8%ということで、高い割合で行動をとっている方がいらっしゃるという結果となっております。

こうした調査結果から、若年者に向けた実践的な消費者教育の効果も見られるところでして、引き続き取組を進めていきたいと、また、この調査についても引き続き実施していきたいと考えておるところでございます。

次に、資料2-3でございますけれども、本年度は、成年年齢引下げ後の取組といたしまして、関係4省庁と「消費者教育の実践・定着プラン」を策定いたしまして、今後3年間、消費者被害防止のための普及啓発の取組を推進することといたしておるところでございます。

こちらにつきましては、高等学校段階のみならず、社会人も含めた若年者への切れ目のない消費者教育へと進展させ、消費者被害の状況等も踏まえつつ、成年年齢引下げ後の消

費者教育の実践・定着を図るため、引き続き、関係4省庁と連携して取組を推進してまいりたいと考えてございます。

おめくりいただきまして、具体的な取組でございますけれども、ピンクの囲みのところにございますが、Iの実践的な取組の推進・環境整備といたしまして、例えば、1の最後の(3)に書いてございますが、事業者等における新人研修等を活用した消費者教育の促進、2点目といたしまして、若年者に対する広報・啓発、3点目といたしまして、若年者を支える社会的な環境整備といたしまして、若年者が相談しやすい相談体制整備及び周知、また、親世代も含めた若年者周辺の人への啓発・情報発信等を盛り込んでいるところでございます。

今年度は、中学生や高校生等の若年者向けに実施する出前講座事業につきまして、全国消費生活相談員協会様に委託・協力をいただいておりますところでございますが、御参考までに、御案内資料を机上配付させていただいておりますので、御覧いただければと存じます。

以上、御報告をいたします。

○東会長 ありがとうございます。

ただいま、資料2-1、2-2、2-3に基づきまして、2-1のほうで、全力キャンペーンのお話、そして2-2は実態調査の結果、2-3が実践・定着プランについてということで順番にお話しいただきました。実態調査の報告などで、効果も見られるかということですが、効果は継続させるのが難しく、時間が一定経つと、また、理解度が下がるというようなことも、坂本委員などもやっていらっしゃるかと思います。こういった数字をきちんと追っていきつつ、長期的に安定した消費者の力を身につけさせていくということについて、やはり考えていく必要があるのかなと思いつつ伺いました。

何かこれにつきまして、御報告ということですが、御感想なり、御質問なりがあれば、お願いしたいと思います。いかがでしょうか。

坂本委員、お願いいたします。

○坂本委員 すみません、ちょっとお願いなのですが、昨年、徳島オフィスでは高校生向けの消費者教育教材、デジタル化に対応した消費者教育教材を作っています。家庭科向けに特化した教材なのですが、まだ、全面的に公開されていないというのがあるのですが、ぜひもう少し宣伝していただいて、せっかく先ほども動画などないでしょうかという意見もありましたけれども、すごくお金をかけて作った動画もございまして、ぜひ徳島オフィスでやっている調査研究とか、作った教材とか、もう少し消費者庁のほうでもどんどん活用いただければと思います。若年者向けのeラーニング教材というのも作っておりますので、ぜひとも活用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。

ぜひ本当に、徳島県のほうで、すごく先進的な取組をたくさんしていただいているので、

それらにつきましても、よろしくお願ひしたいと思ひます。ありがとうございます。

どうぞ、では、お願ひいたします。

○片岡審議官 すみません、消費者庁の片岡でございます。

今、お話しいただきましたデジタル教材、坂本委員に、有識者会議の座長として、本当に御尽力いただいて非常にいいものができたと、担当よりも聞いております。

他方で、これも本当に消費者庁の不手際というか、あれなのですけれども、アプリケーションの使用がうちのソフトと合わないということで、今、掲載できないという状況になっておりますけれども、今、どういう形で掲載、公表できるかということを含めて、様々な機関と打ち合わせ、検討をさせていただいておりますので、できるだけ早期に公表に至るようにしたいと思っておりますので、引き続き、よろしくお願ひしたいと思ひます。

それから、eラーニング講座につきましても、消費者教育のポータルサイトの中でも様々な教材を公表させていただいておりますので、先ほど御指摘、御質問がございましたけれども、それも含めて御活用いただくよう、周知徹底を図っていきたくと思ひますので、引き続き、どうぞ、よろしくお願ひ申し上げます。

○東会長 ありがとうございます。

では、田中委員、お願ひいたします。

○田中委員 田中です。

ちょっと感想のような意見のような感じなのですが、まず、18歳の成年年齢引下げに向けて、いろいろな取組をたくさんされているということで、実際に4月に成年年齢が下がって、そこから3か月間で、18歳、19歳の消費者トラブルの現状というのが、今どんな感じのかなというのが、ちょっと、その効果として、もちろんアンケートとかを取って、それを理解しているというのも1つの指標かもしれないのですが、やはりその被害をなくしていくという面での指標もどうなのかなというのが、ちょっと知りたいなという感想と、あと4省庁が連携してというところで、これは、2つ目になりますけれども、話があったのですが、今日いろいろな話の中で、福祉関係であったりとか、企業も巻き込むといったときに、この4省庁だけでいいのかというところが、少しちょっと気になるところです。

以上です。

○東会長 ありがとうございます。

確かに、4月以降の被害状況というのは、意外にあまり、まだ、大きく報道されていないというところもございますので、これから夏休みということもございますので、その辺り、よろしくお願ひしたいと思ひます。

4省庁連携に関して、福祉関係だったり、企業だったり、連携といいますと、本当にいろいろなところの連携ということがございますので、先ほどの7年後ということも、ちょっと見据えつつ、これから、こちらの見直しのほうにも、もしかしたら、そういった視点も入れ込めるのかもしれない。



では、事務局からお願いいたします。

○山地課長 御意見ありがとうございます。

田中委員の18歳、19歳のトラブルの現状についてお尋ねがあったかと存じます。

現在の消費生活相談の件数というのがデータとして手元にございまして、4月1日から6月30日までの18、19歳の消費生活相談の件数は、集計中のものもございすけれども、現時点で把握している数字といたしましては、1,833件ということで、昨年度及び一昨年度の同じ期間と比較すると下回っていると、昨年度は、同じ期間で2,660件、一昨年度は3,486件、今年度は1,833件ということで、数字としては、非常に大きなものとして上がってきているものではないと承知しておるところでございすけれども、内容といたしました、脱毛エステが1位だったりとか、賃貸アパート、商品一般等、御相談いただいておりますので、引き続き、取組を進めていきたいと考えてございす。

それから、関係省庁との連携につきましては、4省庁以外も含めた関係省庁会議もございすので、そういったものも活用しながら、引き続き、一層連携を進めていきたいと考えてございす。ありがとうございます。

○田中委員 ありがとうございます。

○東会長 ありがとうございます。

中村委員、お願いいたします。

○中村委員 ありがとうございます。中村です。

いろいろ報告いただきまして、拝聴させていただきました。

いろいろ消費者庁さんのほうでも、ほかの省庁と連携をして、動画など若い人に向けたメッセージを積極的に送ろうということを工夫されているということで、こういったものが、どれぐらい効果があるかというのは分かりませんが、若者の関心を引くような形でやっておられるのだなということにはよく分かりました。

一方、やはり大人が用意したプログラムを子供に見せるというのは、いかに人気アニメなどを使ったとしても届きにくい部分があるかもしれないなと思っています。

若い人に説得力を持たせる内容として、1つのアイデアなのですが、実際に、この4月以降、18歳、19歳、もしくは17歳、16歳でもいいですし、20歳でも21歳でもいいのですが、若い人が実際に遭遇した消費者トラブルを題材とした、ドラマでも動画でもいいですし、漫画でもいいですし、「これは実際にあった話だよ」というシリーズをやってみたら、これはかなり見るのではないかなと思います。

実際に、私もいろいろなところに成年年齢引下げの講演などに行くと、「4月とか5月になって消費者トラブルは実際増えているのですか」という質問をよく受けるのですが、4月1日に引下げになったばかりで、4月2日に消費者トラブルが増えるということはないので、「まだまだそれはすぐには分かりませんよ」とお答えしていますし、先ほどの消費者庁さんからの説明だと、昨年度、一昨年度に比べて、件数は低いということなので、今、成年年齢引下げというのが、良くも悪くもすごく注目をされているというこ

とと、消費者庁さんを中心として、私たちのほうで消費者教育は重要だと、消費者被害拡大のおそれがあるよと、非常に警報を鳴らしてきた効果でもあると思うのですが、これからは、やはり、長期的に見れば、逆にこの関心事項となっている時期が落ち着いた後に、消費者トラブルが出てくるかなとも思います。また、先ほどもお話があったように、先行して出ているのが、美容医療に関するものは、やはり、もう4月から結構出ているよという話は複数出ているところですので、やはり業態、業界ごとの特徴などもあるかなと思います。

最初の話に戻りますけれども、“実際にこういう相談があった” “実際にこういう話があった” というところをリアルな体験談としてお伝えするツールをどんどん作っていただくと、物すごく効果が大きいのではないかなと思いました。

一応現場で、いろいろお話をしている立場から発言をさせていただきました。

以上です。

○東会長 ありがとうございます。

リアルな、そういったトラブルを題材にした教材のシリーズのような御提案もございましたが、事務局のほうは、いかがでしょうか。

○山地課長 検討させていただきたいと存じます。ありがとうございます。

○東会長 ありがとうございます。

そういたしましたら、お時間が、もう本当に残りわずかなのですが、もし、どなたか、お一人でしたらお受けしたいと思いますのですが、よろしいでしょうか。

ありがとうございます。それでは、こちらの議題2につきましても、終了をさせていただきたいと思います。

本日は、委員の皆様には非常に多くの御意見をいただきまして、ありがとうございます。

議題の1に関しましても、それから、この2の議題につきましても、まさに今、これからの未来を思い描きながら消費者教育に必要なことは何かということ、本当に考えていく。今、そのタイミングなのだということを実感した次第でございます。引き続き、何か御意見がございましたら、事務局にお寄せいただければと思います。

以上で、本日の議題のほうを終了させていただきます。

それでは、事務局に司会をお返ししたいと思います。ありがとうございました。

○山地課長 会長、ありがとうございました。

本日は、基本方針等について、活発な御議論いただきまして、本当にありがとうございました。

次回以降の推進会議の開催等につきましては、会長とも御相談の上、後日、事務局から御連絡申し上げたいと存じます。

では、以上で第32回「消費者教育推進会議」を終了させていただきます。本日は誠にありがとうございました。