

第3回

「消費者力」育成・強化ワーキングチーム

議 事 録

消費者庁消費者教育推進課

第3回「消費者力」育成・強化ワーキングチーム
議 事 次 第

1. 日時：令和5年8月15日（火）16:00～18:00

2. 場所：中央合同庁舎第4号館 1212会議室

3. 議 題

1 事務局からの説明

2 「『消費者力』育成・強化のための実践的な教材開発及び普及促進に関する業務」
について

3 「消費者力」育成・強化ワーキングチーム取りまとめ（案）について

4 意見交換

4. 出席者（敬称略、50音順）

委員：東 珠実、柿野 成美、中村 新造

凸版印刷株式会社：佐々木 駿佑、矢崎 いずみ

5. 配付資料

資料1 第1回及び第2回ワーキングチームでの主な議論

資料2 「『消費者力』育成・強化のための実践的な教材開発及び普及促進に関する業務」
業務内容説明書

資料3 「消費者力」育成・強化ワーキングチーム取りまとめ（案）

(参考資料)

参考資料1 「消費者力」育成・強化ワーキングチームについて

参考資料2 靈感商法等に関する資料

○山地課長 定刻になりましたので、ただ今より、「第3回「消費者力」育成・強化ワーキングチーム」を開催いたします。皆様御多用のところ御参加いただきまして、誠にありがとうございます。

本日は、東委員、柿野委員、中村委員の3名と、凸版印刷株式会社の佐々木様、矢崎様に参加いただいております。また、オブザーバーとして、文部科学省、法務省、金融庁の皆様にも御参加いただいております。ありがとうございます。

それでは、この後の議事進行を東座長にお願いいたします。

よろしくお願いいたします。

○東座長 東でございます。本日もよろしくお願いいたします。

それでは、議事次第に従って進めてまいりたいと思います。

早速ですが、議題1「事務局からの説明」という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 ありがとうございます。

それでは、資料1に基づきまして、これまでの議論につきましてざっと振り返らせていただければと存じます。

まず、第1回ワーキング、随分前の昨年12月でございますけれども、現場での悪質商法等の傾向と、また、今後どういった「消費者力」が求められるか、どういった教材が必要かということについてヒアリングさせていただきました。

まず、全国消費生活相談員協会におかれましては、例えば消費者トラブルの傾向については、10代、20代でSNSを利用したトラブルが多いけれども、中高年もないわけではないとありますとか、求められる「消費者力」につきましては、知識として学んだことを自らの消費生活の実際に生かす力が必要であるということ。また、クリティカルシンキングに基づいて判断していくということ。それから、自らの判断だけでは被害を避けられないということで、相談することも重要だというお話をいただきました。

また、教材につきましては、具体的なトラブル事例を入れることがインパクトを強くしますし、身近なこととして消費者自身が実感できるではないかということ。また、トラブルの傾向はその時々に移り変わっていくけれども、それを継続して伝えていくことが必要であるということ。また、いつでも必要なのは契約の基本的な知識であるということについてヒアリングさせていただきました。

また、東京都消費生活総合センターにもお話を伺いました。

この中では、教材開発をどのようにされていらっしゃるか。ビジュアル化をされているということ。また、先生が使いやすいような解説書やワークシートも御用意されているということ。

また、普及につきましては、作りっ放しにせずに、組織的に使っていただくよう継続的に働きかけ、また、具体的な使い方の御提案もされているというお話がございました。

また、その他といたしまして、硬い話については、導入部分の伝え方を軟らかくするこ

とで伝わりやすくなる。東京都では、落語のボランティアの方に演じてもらう等の取組をされているといったお話をいただきました。

このヒアリングを踏まえまして、ワーキングチームでの主な議論といたしましては、まず、論点1の必要とされる「消費者力」につきましては、知識をどう消費生活に生かすかという実践的な力をつけることが必要だということ。そのためにはクリティカルシンキングが必要であるということがございました。

また、論点2の上・中・初級、またセグメントについてどうするかということにつきましては、体系ありきではなく、個々の消費者の関心等に刺さっていくようなトピックを用意するという事で、消費者が見たいと思うような徹底したユーザー視点に立って配置や構成を検討するということを優先順位を高くすべきだというお話をいただきました。

それから、論点4、効果的な教材等の在り方でございますけれども、基礎的な内容と、日々変わっていくような常にブラッシュアップしていく必要がある内容をそれぞれ役割分担で用意するということがあるのではないかという御意見をいただきました。また、シミュレーションやVRといったものが入ってくると、ゲーム感覚で参加できる。行動経済学や心理学もうまく活用した教材をつくれるのは画期的であるということ。それから、トラブルの入り口で断れるかどうかというところに今回注力すべきではないか、深く入り込んでしまった段階においてはマインドコントロール下にあるということ、消費者教育だけでなく専門家によるサポートが必要になってくるということ、繰り返しになりますが、今回は入り口で断れる力について注力すべきではないかという御意見をいただきました。また、どのコンテンツにも、最後には消費者市民社会につながっていくようなコンテンツが入ると良いという御意見も頂戴しました。

続きまして、資料の5ページ、第2回ワーキングを2月9日に開催させていただきました。こちらでは有識者お二人にヒアリングをさせていただきまして、1人目が西田先生、心理学の有識者の方でございました。

西田先生には、まず教材について、脱カルト協会のメンバーでもいらっしゃる先生におかれては、DVDを作成された際、シミュレーションやロールプレイを使っていることが特徴であるということ。また、頭に入りやすいようにドラマ仕立てとして作成されたということ。制作に当たってはゼミの学生の意見も取り入れられたということ。

それから、ゲーミングによる教育の考え方で悪質商法対策カルタを作成されたということ。こちらについては、バージョンやテーマなどを設定して、幼児期から高齢期まで生涯にわたって使えるようなものにされたということ。それから、関心のない方を巻き込むためには、インセンティブを与えて、いつの間にか身についていくというような仕掛けも必要ではないかということ。個人特性よりも場面特性を意識した教材が大切という話もございました。

それから、年齢層に応じたロールプレイやシミュレーションを応用することが大事であるということ。また、具体的イメージとして、予算次第だけれども、謎解き型ゲーム、メ

タバース、VR、ARなども良いというお話をいただきました。

その他、心理学の観点からは、気づくべき怪しいサインが8つあるということで、これらについては通常のセールスの面でも当たり前に使われていることであって、そうした相手の手口を知った上で、賢い消費者として意識決定ができることが大事というお話をいただきました。

最後の部分ですけれども、最初の異変に気づくのは学校ではなく家族が多いので、被害に遭う当事者だけではなくその家族にとっても教育は大事だというお話をいただきました。

続きまして、6ページ目、藤川千葉大学教授にも、実際に現場で教材作成をされているお立場から様々な御知見をいただいたところでございました。

まず、教材についてでございますけれども、教員が負担なく取り組みやすいこと、現場で使えるものが必要である。また、短い動画を見て、子供たちが自分自身で問題を発見し、話し合うことができることを意識されたというお話がございました。

また、個人の学習用に、スマホのアプリゲームの開発もされたということで、声優の音声を入れたり、エンターテインメント性のあるものにされましたけれども、本家のゲーム等も選択肢にある中で普及させる、当たるというのはプロでも難しい中で、なかなか難しかったというような現場のお声を頂戴しました。

また、子供の立場からは、主体性ある人物の立場に立って自分でシミュレートする教材が適しているということ、また、消費者教育で現実のサービスを前提に教材を作るならば、リアリティーのある実写ドラマのほうが適しているというお話をいただきました。

また、大人対象であっても、基本的に子供向けと作り方を大きく変える必要はなくて、大人でもグループで映像を見て問題意識を持って話し合うと楽しく学べるという意見を頂戴しました。

このヒアリングを踏まえまして、ワーキングチームでの主な御議論といたしまして、どういう教材を作るのかだけではなく、どういう場を設定するかをセットに考える必要があるということ。また、学校で普及してもらおうという観点が必要であるということ。

また、実写ドラマを作成して、見てもらって、ケーススタディ的にその後考える教材は実際の授業でも使いやすいのではないかとということ。

あと、ロールプレイングのようなインタラクティブに話し合うことが効果的だという話を受けて、シンプルだが自分事化でき、使い勝手も良いような従来型のものも活用できたらいのではないかとのお話もいただいたかと存じます。

一方で、「消費者力」という言葉の定義については、専門家の間でも様々な御議論がありますので、引き続きタイトルについては検討していくという御意見を頂戴しました。

あとは資料の方になりますけれども、御議論を踏まえて取りまとめた体系が続いてつけたものでございまして、「消費者力」の体系的整理のイメージとしては、必要な力として、自身が実践する力として気づく力、相談する力、断る力、周囲からサポートする力として異変に気づく力、また御本人に相談を勧めるように働きかける力、そして下支えするもの

として社会へ働きかける力による市民社会の構築を目指していくというようなそれぞれの力に、今回求められる「消費者力」としては整理できるのではないかとまとめさせていただいているところがございます。

それから、具体的な構成のイメージでございますけれども、一番上の四角囲いに書いてございますが、今般、発端が悪質商法等の未然防止ということでございますので、そのためには、様々な幅広い世代でそういった被害が発生していることを踏まえたと、幅広い世代において気づく、断る、相談する、働きかける等の被害防止に必要な実践的な消費者力を育成・強化する。そして、消費者市民社会の構築を図ることを目的とすると提示させていただいております。

そして、各世代の消費者それぞれに訴求するトピックを用意し、また、シミュレーション等を自分事化できる実践的かつ効果的な教材を開発するというを目的として掲げております。

また、原則的な内容と更新が必要になってくる内容、それぞれ作成する。また、行動経済学や心理学も活用したいということで、具体的には左側でございます総論、右側の各論、それぞれ用意したいということで、総論については、一読すると、基礎的な今回身につけたい力について入ってくるような内容にしたい。それから、各論については、それぞれ身につけるために必要になってくる知識も含めて展開できるような内容にしたいというものにしております。

また、具体的な教材としては、各世代の消費者に訴求するような動画と、やはり被害実例が刺さってくるということで、再現VTRや当事者の方のインタビュー、そしてこちらについて解決策や解説等がセットになったようなものを用意する。

また、自分事とするために、体験型教材についても用意していきたい。また、網羅的な内容を有するような冊子についても用意したいというまとめにしたところがございます。

最後のページ、具体的な教材イメージとしては、セグメントとして若年層、こちらについては大学生もそうですけれども、さらに早期化も進んでいるということで、中高生も視野に入れての若年層に刺さるものにしたいということ。

それから、保護者の観点、一般の観点として、社会人については、若年層、それから高齢者にも目配りできるような保護者の立場、自分自身一般の社会人としての立場がセグメントとして考えられる。それから、高齢者、そしてそれを見守る層の確立ということで、高齢者層を対象とするセグメントを考えております。

それぞれトラブル事例としては、特徴的なもの、またその背景となる脆弱性についても消費者トラブルが発生しているので、それぞれを踏まえたような教材作成をしたいとしております。

それぞれに必要な要素・観点としては、自身が実践する力、サポートする力、消費者市民社会の構築に寄与するものということで、自身が実践する力の中では、気づく力として、おかしいなという違和感、なぜ自分だけが特別扱いされるかという点についての整理と、

なぜ相談する余地を与えないのか。借入金をしてまで支払いさせるというのはおかしいのではないか。無料だからといって飛びついてはいけないというような、違和感を覚えさせるということを盛り込みたいといったことであるとか、御自身の心理的傾向を把握して、誰でも脆弱性を持ち得るといような認識、また、不安や悩みにつけ込んでくるので、自分はどういうところに脆弱性があるのかという自覚が必要であるとか、具体的な悪質商法の手口であるとか、マインドコントロールはこういうふうにしていくという知識もつけられたら良いですか、また、断る力、相談する力につきましては、具体的な断り方、きっぱりと「お断りします」「興味がありません」というやり方、コツみたいなものが入っていると良い。また、疑似体験ができるものが望ましい。

気づく力、働きかける力につきましては、被害者の視点に立つてありますとか、声かけの仕方、相談先の知識も身につけられると良いのではないかと。

社会に働きかける力については、被害回復を実践する。それから、発信・共有の重要性について身につけられれば良いのではないかと。

手法につきましては、自学、講座の担い手を継続的に用意したいということ、また各世代の消費者に訴求できるものになること、また体験型を用意したいということで、非常に盛りだくさんになっておるのですけれども、こういった教材を作りたいということでまとめさせていただいたものでございました。

以上でございます。

○東座長 どうもありがとうございました。

今、中村委員もお見えになりました。よろしく願いいたします。

ただいま事務局から第1回、第2回のワーキングチームでの議論の骨子について御説明いただきました。これらを踏まえて今日この後、教材についての検討をしていくことになろうかと思えます。もしこれに関する御質問がありましたら、この後の議題の中でその都度、御質問いただければと思えます。よろしく願いいたします。

それでは、議題2に入ってまいりたいと思えます。議題2は「『消費者力』育成・強化のための実践的な教材開発及び普及促進に関する業務について」ということで、こちらは本件の業務を受託されました凸版印刷株式会社の佐々木様、矢崎様から教材開発の内容と普及促進に向けた実施内容について御説明いただきたいと思えます。

よろしく願いいたします。

○佐々木氏 それではこれより、ただいま御紹介にあずかりました凸版印刷の私、営業担当佐々木と企画制作担当の矢崎より、当社から御提案をしております業務内容、教材の開発内容について御説明をさせていただきます。

まず、資料をめくっていただいて2ページ目です。事業の全体像について御説明をさせていただきます。

本ワーキングチームで提言されております消費者市民社会の構築の実現をすることが最終的なゴールと捉えまして、そのためには消費者力の育成・強化が必要とされていく中で、

消費者が自発的に学習をすることに寄与するコンテンツ制作と学習機会の創出を目指していくことを全体像としております。

今のページでは本教材と周知・広報の2つに大きく分けておりますが、まず1弾目としては教材の制作をさせていただいて、その後に周知・広報施策を設けて、目に触れる機会、学習できる機会を創出していくという順立てを想定しております。

具体的な教材制作といたしましては、各年代層向けに適当なテーマを設定しつつ、若年層と一般社会層向けにつきましましては、没入感のある一人称動画を通じて、被害に遭遇する場面をシミュレートしていただけるようなコンテンツを制作いたします。

一方で、高齢者層向けにつきましましては、活用場面、具体的には介助者の方や同居人の方が講師役として一緒に学んでいけるというような場面を想定しておりますが、そういったところを踏まえてというところと、あと媒体の親近感みたいなところも鑑みて、ペーパーの教材を設えるという内容としております。

また、これらの教材を公開するプラットフォームといたしまして、特設ウェブサイト構築させていただきまして、適切に情報を集約した能動的な学習プラットフォームとして構築していくことを考えております。

全体像の中で、若年層と一般層向けにつきましましては、先ほど申し上げました動画に加えて補助教材という形で、これらをセットとした上で、動画を見た後に特設ウェブサイトに掲載されている教材で併せて学習をしてもらう流れを想定しております。その流れみたいなところは動画内の最後等々で誘導していくことを想定しております。

次のページをめくっていただきまして、スケジュールに関して、コンテンツの制作等々が走り出すというところを踏まえて、記載のとおりと想定をしております。その中で、コンテンツ制作を進めていく上で、テーマが策定した後となると、その後の試行・検証のフェーズですとか、その後、いろいろとそこのフィードバックを落とし込んで本番公開までというところがかなりタイトなスケジュール感となっておりますので、特にこの後、言及します教材検討会の構成メンバーの方々ですとか、あと、先ほど第2回のワーキングチームの中でありましたが、今回、千葉大学の藤川教授に監修者として立っていただく内諾をいただいておりますので、その方々とは密に連携させていただきまして進めていければと考えております。

4 ページ目以降から、具体的な各教材の制作について詳細の御説明をさせていただきます。

5 ページ目、まず若年層と一般社会層向けの動画コンテンツについて御説明させていただきます。

こちらの動画では、いかにリアルな被害場面を訴求し、その場面に折り込まれた加害者の意図ですとか、被害者をどう陥れようとするかというところの片鱗（へんりん）に気づくことができるようになることを学習効果として制作することを目指しております。

ページをめくっていただきまして、演出のポイントについて、先ほども申し上げたとお

り一人称視点の撮影を基本とします。一人称視点の撮影を基本とすることで、登場人物の目線やその立場において、場面ごとの内容を視聴者が考えることができるような演出を大前提としてまず組み立てております。

また、登場人物について、キャスティングは当事者意識をいかに醸成するかというところで、何か固有のイメージのついている著名人とかではなくて、あえてターゲットに近い等身大の出演者を起用すること。このターゲットに近い等身大の出演者というところが、よくテレビのドキュメンタリーとか、バラエティーとかでも度々あると思うのですが、再現ドラマとかに出演されている演者の方、そういった方が多く所属されている事務所と提携をしまして、そこで演技力の実績はありつつも、固有のイメージにとらわれない方というところをキャスティングする上では意識をして構成をしていくというところを想定しております。

また、学習者の学習環境ですとか、嗜好性だったり、あと聴覚などに不自由がある場合の配慮といたしましては、テロップなどの工夫ですとか、ユニバーサルデザインカラーを基本とするというところの工夫も動画内には落とし込んでいこうと考えております。

次のページをお願いいたします。テーマにつきましては、教材検討会などを通して最終確定をしていくというところを想定しておりますが、基本的にはこちらに記載をさせていただいておりますこれまでのワーキングチームの中で議論がされてきたテーマかなと考えておりますが、この中のものがベースになってくるのかなと今のところでは考えております。

この中で、靈感商法と偽装サークルをテーマにしまして、次のページ以降でサンプルの脚本も書かせていただいておりますので、こちらはお時間のあるときに、動画が進行するイメージがつかめるかと思っておりますので、御覧いただければと思います。

○矢崎氏 続きまして、13ページ以降、教材全体について説明させていただきます。

14ページになります。本件のターゲットは、生徒や学生、企業などの団体に所属している方のほか、アルバイトや個人事業主、主婦、独居高齢者など、生活スタイルも属性も大きく異なる方々になります。より幅広い層が教材へのアクセス機会を得られるように、特設ウェブサイトを構築し、そこで教材を掲載することを想定しております。

この教材サイトでは、幅広い方々に悪質商法にまつわるトラブルを自分事化でき、より身近な物事として関心を持って知識を得られるようなサイトを目指していきます。

15ページになります。ウェブサイトの全体像についてです。前述のとおり、本事業では、若年層・一般社会人向けには動画をメインとした発信を、高齢者向けにはペーパーで配布することを想定した教材制作を行う計画です。若年層・一般社会人向けには、シミュレーション動画を核としつつ、動画に紐づけながら事例解説や対処法を説明するコンテンツ、ここでは補助教材と呼ばさせていただきます。それを用意し、動画と併せてサイトに掲載いたします。

一方で、高齢者向けには、被害者事例やその解説、対処法を読み物として制作し、ウエ

ブにPDFなどの形式で掲載、そしてそれをダウンロード、プリントアウトして活用できるように仕立てます。

なお、これらの教材は、ウェブ上で閲覧してもらうほか、学校授業やイベント、出前講座などでの活用も想定し、教材のダウンロード用データを用意したり、授業でのワークを想定したコメント記入欄やチェックシートなどを追加したバージョン、あと先生用のスクリプトなども用意する想定しております。

こちらの特設サイトへの誘引方法につきましては、後に御説明いたします。

続きまして、16ページ、特設ウェブサイトのイメージについて御説明いたします。今回の資料は、あくまで仮のイメージとして画像を掲載しております。

ウェブサイトや教材のテイストとして大事にしたいのは、過度な勉強感を抑えるということになります。学習に前向きな層以上に、学習に対して抵抗感のある層にこそ、本件のような情報をインプットすることが重要であると考えております。サイトトップの構成としましては、若年層・一般社会人向けに動画で紹介する3つの事例のサムネイルをキャッチコピーと共に見せていきます。6つの事例ごとにメインターゲットは異なりますが、ターゲットごとにページ分けはせず、世代を問わず気になる題材にアクセスしやすくすると同時に、自分の周りの人がターゲットになり得る事例も認識させ、その御本人だけでなく周りの人々への注意喚起へとつなげていく考えです。

一方で、高齢者向け教材は、本人がウェブサイトにアクセスするというよりも、見守りネットワークなどの方がこのサイトにアクセスし、教材を取得することを想定しております。高齢者向け教材は、トップページから遷移する別の1ページとして構成いたします。

次に、17ページになります。若年層・一般社会人向けの教材について、少し詳しく御説明いたします。

ここでは靈感商法などのトラブルの名称ではなく、具体的な状況や心境をイメージさせるようなキャッチコピーで訴求することで、日常生活にリンクさせながら、自分事化や気づきにつなげていきます。また、動画のサムネイルと併せてメインターゲットを示唆するイラストなどを掲載いたします。このサムネイルをクリックすると、各事例の詳細ページに遷移するという流れになります。

続きまして、18ページをお願いいたします。詳細ページに遷移しますと、まずは動画コンテンツが表示され、その後、クリックで補助教材が表示される仕立てを想定しております。臨場感のあるシミュレーション動画を通じて、どうすればよかったのかという問題意識を抱かせた後に、補助教材によって気づく力や対応力、知識を身につけてもらうことを目的としています。

続きまして、19ページになります。補助教材では、勉強として情報を伝えるのではなく、気軽に興味を持って見てもらいやすいデザイン、レイアウトを心がけて作成してまいります。今回の資料では、例として事件捜査ファイルのような仕立てとしております。補助教材では、事例の解説と共に、よくある手口やその際の会話、人々のどのような心理

が利用されているのかなどについて、ポイントを立てて盛り込んでいきます。そのほか違和感への気づき方や断り方など、いざというときの実践力を養う情報でまとめてまいります。

続きまして、20ページになります。次に、高齢者向け教材ページについての御説明です。

ウェブ上のコンテンツへのアクセスが困難な方々へ配慮しまして、プリントアウトしての使用を想定した教材を設計いたします。当人の閲覧のみならず、様々な人が教材を身近な高齢者に配布したり、講座、イベントなどで活用できるようにいたします。3つの事例を事例ごとに、トラブルの特徴などの簡単な紹介文と併せて、教材のPDFを掲載いたします。一括ダウンロードで冊子としても成立するように構成いたします。

ここで扱う3つの事例のテーマは、ワーキングチームでの資料を参考にさせていただきながら、教材検討会にて決定していく予定です。高齢者がよりターゲットとなりやすい事例として、靈感商法、訪問販売、催眠商法などを取り扱うことを想定しております。

続きまして、21ページになります。高齢者向け教材の具体的な構成イメージです。

前述のサイトで一括ダウンロードし、冊子形式で活用した場合の台割です。3つの事例紹介とその解説や対処法、そしてお役立ちシートなどとして活用してもらうページでの構成となります。お役立ちシートページでは、相談先の記入欄や断り方、注意するシチュエーション、ポイントとなる情報などを端的に掲載し、自宅の電話近くなどに置いてもらったり、ポスター的に活用してもらえそうな仕立てにすることを検討しております。

続きまして、22ページになります。各事例は、被害者事例を漫画仕立てや雑誌風のデザインなど、読者にとってなじみやすく興味を持ってもらいやすい表現、自分事化しやすい表現で訴求し、だます側の言葉や手口と共に解説するほか、どのような心理状況が利用されているのか、断り方、違和感への気づき方など、ポイントをまとめて紹介していきます。

こちらの資料のこれ以降のページでは、教材の授業や出前講座での活用のイメージを御紹介しております。

○佐々木氏 続きまして、27ページに飛びまして、これら今まで申しあげました教材の開発、あとは試行・検証というところについて簡単に御説明をさせていただきます。

28ページにポイントとして記載をしておりますが、基本的には前段の教材を実際に利用していただいて、その後に対象の方々にアンケートなどを通して実際の意見の収集を行うという形を想定しております。検証の項目ですとか具体的な方法、方針については、教材検討会及び監修者の皆さんと議論させていただいた上で決定をできればと思っておりますが、そこで出てきた意見から教材に落とし込みというところは可能な限りさせていただいた上で、本番公開前のブラッシュアップをそこでしていくというような想定しております。

30ページに記載をしております教材検討会及び被害者等のヒアリングの実施に関してということも、こちらの中で得られた御意見ですとか内容につきましては、弊社側のほうで情報整理をした上で、教材制作のほうに反映をしていくという想定しております。

試行・検証というところと被害者等ヒアリングの実施というところにつきましても、教

材検討会の皆様と、その場ですとか、タイミング、対象者の方々というところは一緒に検討させていただいた上で決定をさせていただいて、適切なテーマを絞り出せるように実施をしていこうと考えております。

続いて33ページから、最後、周知・広報に関して御説明させていただきます。

これまで御説明をさしあげた本教材に関して、最も活用していただきたい、学習をしてもらいたいターゲットとして、自発的に知識修得に動く関心層ではなくて、自分は関係ない、大丈夫でしょうと思っているような当事者意識がない人ごと層と我々が定義しているのですけれども、これらをメインターゲットとして周知・広報の中では設定しております。

34ページ、35ページのところにかかるのですけれども、各年代層のターゲットを整理させていただいた上で、それぞれの年代層が教材を知る機会を創出するために、生活動線上で訴求をさせる具体的なプロモーション施策を検討していくところを考えております。

ターゲット設定につきましては、各年代層においてメインターゲットを設定しまして、そこに注力してアプローチができる施策をまず検討させていただいて、その施策による波及効果みたいなのところも視野に入れながら具体的な絞り込みを行っていき、最終的に策の打ち出しをどんどんしていこうというような順立てで考えております。

36ページです。現時点で周知・広報施策の具体的な想定としましては、若年層・一般社会人層に向けましては、SNS上でショート動画を用いた広告展開を実施しまして、そこをトリガーに前段申し上げた特設ウェブサイトへ誘引、そして学習を促すところを想定しております。

高齢者層向けに関しましては、見守りネットワークから各団体や施設などにプロモーションツールなどを基に認知促進を図っていくところを想定しております。

こちらのページに記載をさせていただいております施策③、④、⑤のところ、モニターマーケティングですとか就活セミナーへの出展というところにつきましては、もちろん御提案をさせていただいている中で検討はさせていただいているのですけれども、現時点で施策内容につきまして確定事項が少ないので詳細の御説明は省略させていただきますが、今後、実際に実施をしていくフェーズとなった段階では、内容の検討、策定と進めさせていただければと思っております。

37ページは先ほど申し上げたショート動画につきまして、具体的な展開について御説明をさせていただきます。

若年層や一般社会層向けの周知・広報施策の一つとして、ショート動画というところ、これが今、その年代層においてはかなりいろいろな媒体、インスタのリールですとかYoutubeショートだとかTikTokだとかでかなりはやっているというところで、こういった媒体、ショート動画というツールを用いまして、無関心層への興味喚起を目指すこととしていきます。

配信媒体としましては、消費者庁さんのほうでYoutubeアカウントをお持ちになってい

と思うので、そこでYoutubeショートなどを今時点では想定をしておりますが、そこで不特定多数の閲覧者に動画閲覧の機会をまず創出いたします。

そこでは今、かなりはやりがあつて、数としてもあふれているので、そのショート動画をいかに見てもらうかというところは意識して演出をしようと考えておまして、一般的に言われております最初の3秒間でいかに閲覧者の興味を引くかというところに意識をした構成と演出をさせていただきます。

そこで物語の触りだけを見せるのか、最初にトリッキーな文言を置いて、そこでその後気になるような演出をするのかというところは、詳細を検討させていただければと思っておりますが、最終的には特設ウェブサイトまで誘引をしたいというところなので、その誘引率を上げるための広報ツールとして、ショート動画の役割は明確化させていこうかなと考えております。

また、ここで作成したショート動画につきましては、今申し上げたSNS上での広告のばらまきみたいなのところのみならず、先ほど申し上げた特設ウェブサイトにも本教材が掲載される前は、一応ティザーサイトというような運用フェーズとして定義をしまして、その中で、本教材が掲載されるまでの間に、ショート動画だけを掲載して、この先どういう教材がここに載るのだらうというような機運の醸成をするというところの副産物的な目的も考えているところではございます。

ショート動画につきましても、38ページ以降にサンプルの脚本を幾つか記載しておりますので、こちらについてもお時間のあるときに御覧をいただければと思います。

以上が当社から本事業における御提案内容の全てとなります。

後に当社の類似実績を記載しておりますので、こちらも御確認いただきまして、もし気になるような内容があれば御質問いただいて、この場なのか、後日確認をさせていただいた上での御回答となるのかというところですが、いろいろと御質問等々いただければと思います。

当社からは以上となります。

○東座長 どうも御説明ありがとうございました。

ただいま資料2に基づきまして、今回の業務内容の説明をしていただいたところでございます。ただいまの説明につきまして何か御質問なり御意見なりがありましたらお願いしたいと思いますが、いかがでしょうか。

柿野委員、お願いいたします。

○柿野委員 御説明ありがとうございました。

今お話を聞いて一番気になった部分が、高齢者層向けのペーパー教材についてです。高齢者をどういう設定で捉えているのかという点ですが、先ほどのご説明で、介助者や同居人を通じてとか、見守りネットワークを通じてというお話も出てきたので、恐らく要支援とか非常に高齢な方というような想定だとすると、アクティブシニアと呼ばれている層が抜けてしまっているのではないかということが一番感じたことです。

また、紙の媒体は、今まで山のようにと言ったら失礼ですけれども、すごくたくさんあって、今回御提案いただいている内容も探せばどこかにあるのでは、というぐらいです。今回新たに「消費者力」強化、ということで提示する教材がこれでいいのかなという印象をまず持ちました。

以上です。

○東座長 まず、今の御質問の件ですけれども、高齢者層に対するペーパー教材が対象としている高齢者イメージがどこにあるのかということと、紙の媒体ということについて、お考えがあれば教えていただきたいと思います。

○佐々木氏 ありがとうございます。

まず、対象と想定する高齢者像みたいなのところになるのですけれども、我々が御提案をつくっていく中で考えていたところとしては、ざっくりなのですが、消費活動をする上での決定を自分自身でされている方々というところを想定していたのですが、そういう方々に対してどういうふうにアプローチをかけていくかというときに想定されたのが、先ほど申し上げた広報のところにも関わってくるのですけれども、生活動線上でアプローチをする、もしくは、ある団体だとか、極端な話、地方自治体とか町内会みたいなのところでも、半強制的にそこに触れられる場を創出しなければいけない、この2択だろうなというところを考えていまして、具体的により効果的にアプローチができるというところを考えると、後者のほうに考えが寄ってしまったというところで、見守りネットワークだとか、周りの方々というところを包括して、学習をさせる、学習してもらい、強制的に触れてもらうというところがいいのではないかと考えて想定をしていた次第でございます。

なので、アクティブシニアのところは抜けているとなると、確かにそのとおりだなという面もあるので、仮にそこで今、一般層と若年層向けには動画を制作するという話にはなっているのですけれども、そこで全体のバランスであったりとか、高齢者の方も動画を見ていただいたほうがより効果的、そこである意味、自主的に見ていただける高齢者層へのアプローチ手法というところが、何か確立したのが見えるようであれば、高齢者向けのテーマとその内容を策定して、動画をそこに組み替えて作り込んでいくというところも想定しているところでございます。

○柿野委員 御説明ありがとうございます。

見守りする人たちもアクティブシニアであることが多いので、見守りネットワークの辺りをターゲットにしていくことで、ある程度の地域の層はカバーできないこともないのですが、自治会とか地域の活動に参加していない方もたくさんおられる中で、より広く市民を含めた地域の高齢者層の方々にどうやってアプローチしていくのか。「消費者力」で今回特に注力している内容が、靈感商法であったり、マルチ商法であったり、入ってしまうとなかなか抜けにくいというようなことを、スタート時点でしっかりと被害を食い止めていこうという趣旨でもし全体を通していくとしたら、高齢者にも動画があった方がより効果的ではないかなという印象を持ちました。

○東座長 ありがとうございます。

今、意見がありましたとおりで、私どもも当初から高齢者もぜひ動画をということを考えておりましたので、御検討いただければと思います。

○柿野委員 もう一点、若年者とか一般社会人層向けの没入感がある一人称動画というのはすごくいいなと思ってお話をお聞きしていました。

これを見ていると、ストーリーがずっと流れていって、最後に、どうして彼はこんなことになってしまったのでしょうか、詳しく解説しますという構成になっています。これですと、これまでもなかったわけではないというか、すみません、この業界に長いので、こういう教材をたくさん見てきているのですが、動画を長く見て考えましようという構成だと、それでいいのかという感じがしました。多面的、多角的に考えていくための仕掛けが動画の中に盛り込んでいけないのかという印象を感じた次第です。

○東座長 ありがとうございます。

今の点、いかがでしょうか。これを見ただけのことですけれども、動画を通して見て、最後に「じゃあ」ということで考えるという形になっているのですが、プロセスのところで何か立ち止まって考える、クリティカルシンキングという言葉がありましたけれども、そのような展開上の工夫はありますか。ストーリーはストーリーとしてあるのでしょうかけれども、考える場面の工夫とか、それ以外の方法でもいいのですけれども、多面的、多角的と今、柿野委員が言われましたが、そういった物の見方とか考え方についても工夫があるといいなと私も思いました。その辺りはいかがですか。

○佐々木氏 ありがとうございます。

基本的には一人称動画というところで、登場人物の目線に立って見るというところを原則として考えているのですけれども、資料の中には書かせていただいているのですが、要所所で例えば登場人物の心の声を用いたりとか、その状況を俯瞰的に見て分かりやすくするような演出は随所に入れようと考えています。もちろん動画を見る方がこの動画を進めていくに当たって、要所所で、何でその判断をしたのだとか、何でこういう状況に陥ったのだみたいなところを考えていけるような、場面の把握をしていってもらおうという段取り構えにはしていこうと考えています。

あと、我々の中で話している内容としては、動画の中では、動画を見終わったタイミングではすごく気持ち悪さが残るというか、何でこんなことになってしまったのだろう、何か歯がゆいみたいところで終わって、その後、ウェブサイトにある教材を見たら、一つずつそれがクリアになっていくみたいな意識の変化というところを想定して、動画を見て、何だこれ、もやもやする、すっきりしないなを教材でクリアしていただいて、例えばその辺り、もう一回動画を見ていただいたら正しい判断をしていけるような、状況を把握しながら、そのような意識の変化を誘導させるように目指すことができるとは考えています。

○柿野委員 動画の見せ方というよりも、その後の部分、補助教材として紙で見てくださ

いという見せ方を、人ごと層の人たちが見てくれるのかどうかというところにつながるのですが、動画を交えながら人ごと層の人たちに伝える時には、文字ではない伝え方もあるのかなと思いました。

○東座長 ありがとうございます。

またそういった点もフォローしていただければと思います。ありがとうございます。

中村委員、何かございますでしょうか。

○中村委員 ありがとうございます。

興味深く拝見させていただきました。どちらかというところ、「どんな素材を扱うのか」という点は私たちも普段から考えているところなのですけれども、「どう見せるか」といったところでいろいろ工夫されているのだなと思って、私にはないアイデアもいろいろ含まれていたと思います。

幾つか気がついたところを申し上げますと、スライドの2ページ、本事業の全体像というところで、1行目に「『消費者市民社会の構築』を実現するための『消費者力の育成・強化』」となっています。これまでも、消費者市民社会と消費者力という2つの言葉をつなげるのは難しい面もあるという話や、「消費者力」という言葉をどう使うかというのは、最初に山地課長からあったように、特に法律家からすると新しい言葉なので悩ましいという話をしていっている中で、1行目からすごく難しい問題が明記されていて、これをどうするのだろうと思ったら二度と出てこなかった。例えば靈感商法の被害に気をつけようという気づきの教材だったら、消費者市民社会とはちょっと距離があるという立場での教材の作り方になるだろうし、やはりそこは関連づけてやっていくのだということであれば、そこは意識しなければいけない。このスライドの中では一番見えなかったものが、この“両者の関係をどう整理するのか”です。

各論的な話は、柿野委員が御指摘したように、高齢者だけ動画を外す必要もないのではないか、動画が年齢にかかわらずみんな見るのではないか、と思いました。私も高齢者向けの講義をやっていますけれども、例えばACP（アドバンス・ケア・プランニング）—これは遺言書ではないのですが、生きていながら自分がどう生きたいみたいなのを残すものです—とか、相続に関しても高齢者を支援する法律制度がいくつかできているのですけれども、結構動画教材が多いのです。だから、高齢者は動画を見ないということは全然なくて、高齢者も動画で良いのではないかと思います。

あとは柿野委員が言っていることと結構かぶるところもあるのだけれども、16ページ、これも言葉の問題です。「消費賢者」という言葉についてです。これも造語なのか、どこから引っ張ってこられたのか、いずれにしてもすごく分かりやすくしようという工夫なのだろうけれども、新しくこういう言葉をつくる時には、結構いろいろな人がいろいろな思いを言葉に持っているので、私などは、大丈夫かな？と反応してしまいます。また、「消費賢者」みたいな言葉を使うのであれば、同じ意味にとれるものとして、「消費者市民」であれば法律にある言葉なのでよいのではないかと、そんなふうに思ったりもしました。

そうすると消費者市民社会のところは差し替わるかもしれない。

直感的に分かるというのは、重要な視点です。すごく良いなと思ったけれども、ここに使われている説明画面のスライドが、直感的でよく分かるスムーズな学習環境といえるか疑問に思いました。これは東さんがおっしゃったようにかなり読まないと分からないのではないかと。これはスマホですか。

○矢崎氏 PCでもスマホでもどちらでも閲覧できるように。

○中村委員 そうですね。スマホだと、これが全部映ると小さくなってしまいうし、スクロールする過程でどう見やすくするのかというのはなかなか難しい。これがスマホの一面だとするととても小さいなという辺りが気になりました。見やすさですね。

それと、24ページ以下のところの組み立ても、動画と補助教材との関係は東さんも指摘されたとおりに思うのだけれども、全部並べると30分ぐらいですか。イメージとしては、授業の組立てと書いてあるのだけれども、どこで使うことを想定しているのか。学校の授業で使うという想定だと、この時間繰りで正しいと思うのですがけれども、スマホでも見られて、動画で直感的に分かりやすいということになると、家で暇なときに見ることもあるので、プログラムとしてかっちりし過ぎて、長過ぎてしまうと思うなと思いました。

恐らくそこから来ているのでしょうけれども、ウェブ施策、広告のところでは急に3秒で勝負するみたいな話が出てきます。広告は3秒でインパクトを与えるけれども、実際に見たら40分、というのでは、入り口と出口の差が大きい。出口のところももうちょっとライクに、5分ぐらい見れば一つ分かるみたいにするのが良いのかなと思いました。

あと、31ページのヒアリングの対象はどうやって決めたのかなと思いました。特に②被害者の会へのアプローチ、この辺はいろいろ検討した方が良い、幅広く見た方が良いと思います。ここの2つは何か事前情報があったのですか。

○佐々木氏 全くここはなくて、あくまで想定として。

○中村委員 ウェブか何かで見て、こういうところがあるなということですね。

以上、どっちかという質問というよりも感想や意見だったかと思います。

○東座長 ありがとうございます。

いろいろありましたけれども、消費者市民社会のところは、イメージとしては何かここにどのようにというのはお持ちなのですか。それとも、仕様書とかにかなり書き込まれていたのかなと。

○中村委員 二度と出てこないですね。

○佐々木氏 後者の方の意味合いが強いので、ここの表現はいま一度内容を検討させていただきたいと思います。

○東座長 私たち自身も実際にこういう被害の救済とか、被害に遭わない問題と、本来の消費者市民社会の構築をどう結びつけていくかというのは、ちょっと考えないといけないなということもあつつつ、最後はそこにつなげていきたいという思いはあります。また検討会などもあると思います。

高齢者の動画は、先ほどもありましたようにぜひ取り入れていただいて、「消費賢者」という言葉の使い方については…。

○矢崎氏 現状、こちらの資料に載せているこのサイト名もあくまで仮のものになりますので、ここは正式にウェブサイトの構成とかを考える上で検討していきたいと考えております。

分かりやすさに考慮しつつ、一方で、既存のウェブサイトや、既に商標が取られているようなキーワードに重ならないような言葉を考えていく。あとは、もう少し具体的で分かりやすい一般的な言葉で表現するという御教示がありました。どちらの方向性にするかも含めて検討が必要かなと思います。キャッチーな言葉とするか、分かりやすさを優先するか、検討していきたいと思います。

○東座長 言葉の使い方はまた丁寧に考えていただきたいと思います。

あと、直感的に分かるスムーズな学習動線をつくる、18ページでしたか。

○中村委員 このイメージだけだと、直感的かなというのがよく分からなくて、もっと言うと24、25ページに時間繰りも書いてあるので、実際に見てみないとどう直感的なのかは今、即断はできませんけれども、長いといえば長いかなど。

○矢崎氏 いろいろな要素は盛り込みたいという気持ちもありつつも、おっしゃるように読み飽きてしまうとか、全部読んでいただけないということは注意しながら、アイコンとかピクトグラムのものを活用しつつ、あとはキーワードみたいなものを端的に言葉として並べるなどとして、文章を読むことに抵抗がある人々にもぱっと見てどのような情報が伝わりやすいような構成にしたいなと思います。

○東座長 放置されてしまうことも多いイメージがありますので。いかに事例の動画がうまく作り込まれているかにもよると思います。

あとは、先生が先ほどおっしゃったスマホなのかパソコンなのかによっても見え方とか使い方が大分変わってくるので、その辺りも御検討いただきたいと思います。

あと、3秒が最初のつかみだということがありましたね。

○中村委員 37ページは宣伝なのでいいと思うのですがけれども、ここでぱっと見たときに、授業の40分教材みたいなものだとつながりがあるといえるのかなと。基本的には授業でやるのが前提となっているけれども、そうではない見方が多々あるはずですよ。

○矢崎氏 自学で使うことも授業で使うことも想定しております。動画自体は8分程度の長さで、動画視聴後に、動画に紐づいた補助教材を読み知識を得るという流れになります。

授業でこれらを使う場合には、この教材のうち2つの事例の動画・補助教材を扱ったり、あとは途中でディスカッションやワークをするような時間も含めて60分を想定しております。

○中村委員 そうすると、実際に家で一気にばーっと見る人は8分しか見ないということですね。

○矢崎氏 そうですね。動画自体は8分です。

○中村委員 人によっては、動画の前後は何も見ない可能性があるのです。

○東座長 何となく動画を見ただけでもある程度の学びがあるというか、これであとはどうなるかだけではなくて、動画を見ただけでも見た人にとって意義があるような工夫があると良いのかなと思いました。

さっきの3秒は、ショート動画の15秒とか30秒の最初の3秒が大事という話ですね。ただ、両方あり得とおっしゃったのかな。ショート動画は実際の8分の動画の一部かもしれないし、見たいなということにつながる別のコンテンツかもしれないということですか。

○佐々木氏 ショート動画自体は、キャストとか内容というところは、8分のメイン動画の方に準拠させるのですけれども、撮影自体はショート動画用に撮影をして、編集もそれ用にするという事です。

○東座長 中村先生も最後に言われたヒアリング先の話は、先ほど議論したので、また御検討いただければと思います。

少しだけ私の方からも。もうほとんど出ているのですが、例えば体験型とかシミュレーションという部分について、動画を見ることだけが疑似体験なのかという辺りです。最初に私たちがまとめたものにもあったりしたかもしれないのですけれども、例えばロールプレイ的なものであったりとか、実際にシミュレーションして、自分で答えを入れながら進んでいくようなものとか。何か体験的ということにもう一工夫といいますか、見ることの疑似体験だけではない、そのようなものもあっても良いのかなという気がしたというのが一つ。この辺は意見です。

2つ目に7番目のスライドで、若年層を対象として、大学・専門学生ということで、実際に中高生も最初の設定の中では入っていたと思うのですが、動画には中高生向けのもの、ありますか。動画1つについて幾つ作るとおっしゃっていましたか。

○佐々木氏 世代ごと3本のイメージです。

○東座長 3本以上ですね。その中には例えば中高生向けのものも2個ぐらいは入ることになるのですか。

○佐々木氏 もちろんそこは想定をしております、ここで大学・専門学生と書かせていただいているのは本当に一案というか、ここは最終の御協議の上で決定をさせていただきたいなとは思っていますので、もちろん高校生も含めてというところは想定しております。

○東座長 メインは大学生とかそれ以降だとは思いますが、より若年の被害とかもあるという御意見がございますので。ありがとうございます。

あとは出たので大丈夫ですね。自学、自分でちょっと見るという要素がもう少しあってもいいのかなと。授業だったり講座だったり、そういう機会に使うということはもちろんなのですが、広く広めていくということを考えると、自分でスマホをいじっていて、たまたまそれを見てしまって、このようなことがあるのだと自分事化できたりというようなことを今回狙いたいというか、そういう部分があると思うので、そこを御検討いただきたいということがあります。

それに関連して言いますと、先ほど動画のキャストを身近な人ということで、特に著名人とかは使わないということだったのですが、著名人であったり、インフルエンサーであったり、そういう人たちの力も今、かなり活用できるのではないかなとも思っております。その点はいかがでしょう。

○佐々木氏 ありがとうございます。

インフルエンサーとのタイアップですとか、キャラクターとのコラボというところも、幾つか要因があるかなと思っていまして、1つは契約に関してというところだと、キャラクターや著名人の方との契約となると、単年ごとの契約となってしまうと、そこが切れると一切その先使えなくなるとかいうところが発生し得る。今回我々はあくまで今年度、初めてのテーマでの本教材というところの作り込みをしっかりとしていかなければいけないという認識を持っているので、そこは今年度だけで終わるような、かつ単発的、一過性のあるもので終わらせたくないという気持ちがあったので、そういったところは見送ったという背景がございます。

あと、これは我々の努力次第ではあるかなというところなのですが、テーマがテーマというところもあり、その交渉が非常に難航化するところが見えていたので、今回の事業年度までに作り上げる、一つコンテンツ制作を完了させるというところとのスケジュール感みたいなところも考えると、そこはこれまでもここに書かせていただいているような事務所とはやり取りをしていて、その辺りは柔軟に対応できるというところがあったので、そっちで行こうかなというところで判断をさせていただいた次第です。

○東座長 ありがとうございます。

私もいろいろと話してしまいましたが、時間的には、もし続きがあればまた最後のところだと思っておりますが、山地課長から何かありますか。

○山地課長 2点だけ。

今回、自分事化だということでは共有させていただいていると思うのですが、体験型、シミュレーションということで、きっぱり断るということを一回やってみるとか、電話したりとか、一回やってみて、ああやれば良いのだみたいなことを蓄積しておいてもらうという経験をしてもらうというのは大事ではないかなと思ったところでして、それこそ実際にやってみるとか、インタラクティブなやり取りの中で落とし込んでいくみたいなところが大事だというのがあったものですから、体験型という部分を創出いただけないかなというのが1点。

もう一つ、自分事化といったときに、事務局でいろいろ話していたときに、被害事例、当事者の方にアプローチしていただくというものを盛り込んだのは、再現VTRは大事なのですが、当事者の方々のインタビューみたいなものをインサートできると刺さる。それが一番、担当者が動画で見えてもバズっているのはそれだねという話もあったところでして、せっかく被害者の方にアプローチいただくのであれば、当事者としての所感、インタビューみたいなもの、その中にどうしてこうなってしまったのかというところみた

いな関係を後半部分でぜひ使っていただけないかなということも思っていたところなのですけれども、その点は今のところどういったお考えがあるかということをお聞かせいただけますか。

○佐々木氏 ありがとうございます。

現時点ではインタビューというところは想定していなかったのですが、どういったことができるかというところは検討させていただきたいなとは思っております。動画で見たら完結というところも前々から議論になっていると思うのですが、そこ自体も、我々も動画の構成を考えていく中で、最後にそういう解説を入れた方がいいのではないのかというところがあって、でも、それだと動画だけで終わってしまうと逆に思ってしまったので、そこでウェブに誘引して、確実な知識を与えるというところまでを誘引するのが大事なのではないかというような結論の末でこういった構成になっているので、その辺りもどの程度組替えをして、全体的な構成を検討できるかというところは確認をさせていただきたいなと思います。

○東座長 ありがとうございます。

あとは、きっぱり断るというところ。まさに小さな体験をすることによって、本当に自分事化できるようになると思います。

被害者の声は、ここで議論したときにも、そういうものをうまく生かしていくというか、内容に生かすというよりは、その被害者の声自体を何らかの形で教材の中に落とし込めると、臨場感が違うというか、迫ってくるものが違うので、今回そういうものをできないかということでもともと企画をしております。ぜひ御検討いただければと思います。

それでは、ありがとうございます。もしかしたら後半でまた出てくるかもしれませんが、この辺りで議題2については一旦質疑を終了させていただきます。凸版印刷の佐々木様、矢崎様、どうもありがとうございました。

それでは、議題3の「『消費者力』育成・強化ワーキングチーム取りまとめ（案）について」、まずは山地課長から御説明をお願いいたします。

○山地課長 ありがとうございます。

それでは、資料3を御覧いただきたいと思います。

「消費者力」育成・強化ワーキングチームについては、取りまとめをこちらでさせていただいて、9月に開催予定の第5期の推進会議で報告したいと考えております。

取りまとめ（案）につきましては、先ほど資料1でも御説明させていただいたようなヒアリングでいただいた御意見、そしてワーキングチームでいただいた御意見を取りまとめたものを文字化したものとして作成したものでございます。

まず、「はじめに」についてですけれども、今回の発端が「旧統一教会」の問題に端を発してございまして、関係省庁会議のほか検討会で被害の未然防止のための消費者教育の取組強化が必要だと御指摘されたことを踏まえまして、幅広い世代を対象に、気づく・断る・相談する・働きかけるというような、今回は実践的な「消費者力」の育成・強化を目

的とする教材開発をすることにしたという経緯を書いております。

「第2. 『消費者力』の整理」でございますけれども、推進法第3条におきまして、「消費者教育は、消費生活に関する知識を修得し、これを適切な行動に結び付けることができる実践的な能力が育まれることを旨として行わなければならない」と規定しているところでございまして、これまで特に近年は成年年齢引下げを見据えまして、『社会への扉』の作成、基本的な知識を高校生の段階で身につけていただくということを議論していただいたところでございます。こちらにつきましては一定の成果を上げていると考えているところでございます。

次の段落といたしまして、こうした知識を「適切な行動に結び付けることができる実践的な能力」を育み、強化するというところに今回の教材の目的を置きたいと考えております。

ただし、今回の教材の名称に仮に「消費者力」と冠することが適当かどうかについては、引き続き議論が必要であるということを提言とさせていただきます。

そうした前提の下で、有識者ヒアリング、そして御議論を踏まえまして、ワーキングチームにおきましては、消費者自身が実践する力、今後必要とされる「消費者力」といたしましては、まず違和感に気づく力、そしてきっぱりと断る力、そして一人で抱えず相談する力が基本的な「消費者力」として考えられるのではないかと掲げさせていただきました。

そして、対象として高齢者等を考えた場合に、自身だけではなく、家族等周囲の方々の見守りの関係も重要であるということで、周囲がサポートする力といたしまして、家族等の異変に気づく力、そして相談を勧める等の働きかける力の育成をしたいと掲げております。

さらに、消費者市民社会の観点から、社会への働きかけの重要性についても訴求していく必要があると考えております。

なお、検討事項として出させていただいておりました初級、中級、上級の整理につきましては、引き続き検討していく。今回は、消費者教育としてトラブルの入り口で回避することに注力すべきとの御議論もあったことを踏まえながら、必要に応じてこれを検討していきたいとまとめさせていただいております。

「第3. 効果的な教材・方策」について、まず、教材の対象といたしましては、『社会への扉』につきましては高校1年生を主な対象としたところでございましたけれども、今般につきましては、悪質商法等の被害につきまして、各世代、特徴は異なるものの被害が生じているということ。そして、それぞれの世代で実践的な対応、力が求められているということで、幅広い世代を対象とするということで検討したところでございました。

例えば、靈感商法に着目いたしますと、若年層や大学生以下、中高生につきましても、その関心に訴求するような事例が発生しているところでございます。また、一般社会人につきましても、占いサイトによる被害事例が発生しているところでございますとか、高齢者につきましても、開運商法といった被害事例が発生しているところでございます。そのほかにも各世代におきまして課金トラブルや美容医療関連トラブル、訪問販売トラブル等、

その世代特有の脆弱性に応じた特徴的なトラブルが発生しているところがございますので、こうした状況を踏まえまして、新たな教材では、中高生、大学生を含む若年層のセグメント、それから一般・保護者の観点からの社会人のセグメント、そして見守りの関係者を含みます高齢者のセグメントをそれぞれ対象として教材を作成したいとまとめさせていただきました。

「(2) 教材の構成」でございますけれども、まず総論といたしまして、「消費者力」の概要、そしてその必要性を解説したものを準備する必要があるのではないか。その際、今般対象とする実践的な「消費者力」として求められる力についての基礎的な事項、そして心理学の観点から気づくべきサイン、また、それらは行動経済学の観点から一般的な事業者も使用している手法であるということ、そういったことを踏まえた賢い消費者になるための知識として盛り込まれることが望ましいのではないか。このような内容については、ウェブ読本や動画で作成されることが望ましいのではないかと書かせていただいております。この際、導入として、チェックリスト等の活用できるものも良いとさせていただきます。

次に、各論といたしましては、具体的なトラブル事例を取り扱ひまして、消費者が議論、シミュレーションしながら「消費者力」を身につける教材を用意する必要があるということで、各世代に共通するようなトラブル、世代ごとに遭遇するトラブルの内容や場面に対して、具体的な事例を用いた教材を複数用意して、それから選んでもらうことができる構想にすることが望ましい。そして、具体的な形式としては、動画、体験型教材が考えられるということでございます。

また、自分事化して学ぶことができることが重要になるため、実際の被害事例や実写ドラマ等によりリアリティーを持たせることが必要であるということ、また、気づく力の育成を念頭に、動画の中で違和感につながるポイントを散りばめまして、見終わった後に自然と議論を惹起することができることを意識すべきである。

また、体験型教材につきましては、断る力、相談する力を念頭に、より自分事化できるようにシミュレートやロールプレイングできること、また自発的な参加による双方向、インタラクティブなやり取りができることによって、自分事化していただくことを意識すべきではないかということも盛り込ませていただきました。

上記のほか、補助的な冊子教材やワークシート、講師用の解説書・動画も用意することが望ましいとしております。

「(3) 活用してもらうための方策」といたしましては、徹底したユーザー目線に立ちまして、各世代の消費者が自ら進んで学びたいような教材を作り上げることが必要である。ただ、一方では、ヒアリングの中で、エンターテインメント性、ゲーミフィケーションを意識したとしても、選ばれることは一般的に困難という観点もございました。

そのため、どのような教材を作るかということに加えて、活用をどのよう設定するのかということもセットで考える必要があると思います。

活用の場といたしまして、例えば学校や大学、事業者内の研修、地域の講座やイベント、また高齢者の見守りネットワークとの連携が考えられるということでございます。

「（２）教材の構成」に沿って教材を開発する際には、それぞれの世代ごと活用の場面を具体的に想定しつつ、活用の普及に当たりましては、文部科学省をはじめとする関係省庁や地方公共団体、関係団体、事業者等と連携することが不可欠でございます、連携体制を構築することも重要であるとまとめさせていただいております。

「第４．おわりに」でございますけれども、今回、ワーキングチームにおきましては、悪質商法の未然防止という観点から、今求められる「消費者力」、そしてそれを育成・強化するための教材について検討を行ってまいりました。本取りまとめを踏まえつつ、具体的な教材の開発、そしてその一層強化的な手段について引き続き検討することが必要と考えておるところでございます。

また、消費者教育が目指す消費者市民社会の形成に向けた教材の工夫についても重要であるということで、引き続き継続的に議論・検討を行っていく必要がある。また、令和５年度中の完成後につきましても、改善や補完を行っていくことが望まれるとまとめさせて記載させていただいております。

雑駁でございますけれども、取りまとめとしては以上になります。よろしく願いいたします。

○東座長 ありがとうございます。

ただいまワーキングチームの取りまとめ（案）について御説明いただきました。

実際には、私どもで議論した内容については、この文章というよりはその後のポンチ絵の６ページ、７ページ、８ページに集約されているようにも思うわけですが、こちらのまとめにつきまして何か御意見をいただけたらと思っておりますが、いかがでしょうか。

柿野委員、お願いいたします。

○柿野委員 取りまとめの方向性としては、基本的にはこれでよいと思っております。

別紙１の「『消費者力』の体系的整理のイメージ（案）」の部分で、本文と書き方が異なる部分があるので、修正した方がよいと思っております。「必要な力」の「自身が実践する力」、青いところの順番なのですが、「気づく力」があって、きっぱりと「断る力」があって、一人ではなく相談する力となると、「相談する力」と「断る力」の位置が逆になるかなと思っております。

それから、改めてこの図をじっくり見ていると、KPIのところなのですが、エシカル消費がここに出てくるのがすごく気になります。一つの方法としては、内容は変わらないのですが、社会的課題の解決やエシカル消費などにつながる行動ができる消費者の割合などにしてはどうでしょうか。以上になります。

以上です。

○東座長 ありがとうございます。

別紙１についての御意見でした。相談する力と断る力は確かに本文に合わせて修正して

いただいて。私もエシカル消費のところはすごく気になっていたのです。突然出てくる。ほかに何か社会に働きかける力で、KPIとして良いものがないかなと思ったのですが、これが全体を消費者市民社会の構築で収めようとするところの難しさでもあるのですけれども、一つの方法は今、柿野委員が言われたようにする。

○柿野委員 あとは東座長がおっしゃるように、エシカル消費ではない言葉で表現できたら一番良いかなと思いつつです。

○東座長 本当はこのラインといいますか、被害防止の枠の中で消費者市民社会と云えば、いかに自分で相談できるかという、相談件数だったり来るのでしょうけれども。相談する力が上にあるので、ここに社会に働きかける力として何が来るのか。例えば自分で被害防止の啓発に参画するみたいなものは比較的近いでしょうけれども。何かイベントに参加するとか、数字が取れるのか分かりませんが、そこはもう少し検討した方が良いかもしれないです。

中村委員、その点、何かございますか。

○中村委員 私もこの取りまとめ自体は、今までの議論を踏まえてあるし、気をつけたいところは気をつけると書いてあるので、どう気をつけるのだろうかと思いつつ聞いていましたけれども、すごく違和感があるわけではないのです。

ただ、私たちが作りたいのは、それをさらに別紙に落とし込んだ上で、どのような教材を作るかというところなので、今日、凸版さんにいろいろ教えてもらったものが、この取りまとめとどうリンクしているのかという辺りが鍵になってきます。分かりやすいのは別紙1なのです。例えば別紙1にある“様々な力”をどう並べるか、どう表現するかは今、議論が出ていましたけれども、こういうものが教材にぽっと出てくるだろうか問題です。

分かりにくくて恐縮なのですが、**「消費者力」と言ってしまうと専門用語だからここで作ってしまっても良いのかなという躊躇があるのですが、消費者にとって必要な様々な力という意味では、中身的には正解なのです。例えば“何とかの力”“何とかの力”ごとに、動画なり何かがちよっとずつあって、それを見たら少しずつ力がついていく。その力が全部ついたところで、「消費者市民」になっていくのだというイメージが良いと思います。**

「消費者市民」、専門用語で分かりにくいとは思いますが、**「消費者」と「市民」が合体するというのが革命的にすごいのです。私たちは普段から「消費者」という言葉をよく使うではないですか。「市民」という言葉も使う。けれども、合体させてしまうというのはなかなかないのです。「市民」というのはすごく主体性を持った力のある自立した人という意味なのです。「消費者」というのは、ただ単に買物をしているだけの人も含まれてしまうけど、そうではなくて、「消費」という場面で「市民性」を發揮する。それが「消費者市民」です。別紙1にある“様々な力”を手に入れたら、「消費者」が「消費者市民」に成長するという構成だと、ビジュアル的にも分かりやすいと思うし、教材の作り方もこれをうまく使っていただくと、取りまとめとすごくリンクしているので、すご**

くイメージが伝えやすいとも思います。

一方で、見せ方の問題として、この取りまとめの4ページ辺りに書いてあるメタバース、VR、シミュレート、ロールプレイングというものについてはより一層確認していただきたいです。今日御説明いただいた内容だけでは、動画がちょっとあって、解説のプリントがあって、先生がうまくやってくればラッキーみたいな感じで、今までのよくある教材の枠を超えないかなという気がしました。少なくとも、動画だけでも完結したものにして、その後の教材を見たらさらに理解が深まる。動画だけでも完結するようにしてほしいというのは、今日コンセンサス的な意見として出たと思うけれども、それよりも一歩深く主体性を持ったアクティブラーニングに踏み込んでいくような教材を作ると取りまとめでも書いてある。私たちが求めていることはこれを読むとよく分かるし、取りまとめの中でよく見てほしい箇所をあえて一つ言えば別紙1なのだと思います。

○東座長 ありがとうございます。

中村委員がおっしゃったとおり、事務局としても同じ思いだと思います。これが私たちの議論の一つの到達点というか、まだ細かいところは検討が必要ですが、そういう意味では、こういう力をつけるためにはこういう教材が必要なのだ、この教材をやればこういう力がつくのだという関係がより明確に私たちが理解できるような形になるとありがたいなということはありません。

○中村委員 難しいとは思いますが、私たちが10年以上やっているのに、昨日今日、「消費者力」などと言われて、そんなものはあるのかと思ってやり始めているのでしょから難しい注文なのだと思いますが、簡単に言うと別紙1の青色の部分は自分のことなのです。でも、気づくということが、当たり前を書いてあるけれども、実はとても難しいのです。みんな気づかないのです。批判的思考力というのもそうだけれども、誘われたら行ってしまふ、誘われたら買ってしまふというところから、「待てよ」というのがものすごく高いハードルなのです。だから、気付く力を持っていることはすごい価値を持っている。

さらに、「待てよ」の後で「相談」してほしいのです。一人でも相談すれば、オレオレ詐欺はかなり減るのです。孤独な人が消費者被害に遭うので、相談してみたらというのはものすごく金言なのです。

次に「断る」。これもまためちゃくちゃ難しいのです。断るときには自分で言えないからその代わりにうちわを作った地域もあるのです。「お断り」と書かれたうちわを作るのは、なぜかというところ“「お断り」と言えないから”です。特にお年寄りには言えないから、お断りという意思表示を書いたシールをやうちわで配る。それを使って意思表示してくださいというくらい、断るのは難しいのです。「断る力」には、その重みがすごくあるのです。

自分のことの次に、「隣の人もついでに助けようよ」というのが、周囲をサポートする力というところに発展するわけです。まず“自分について気づく”、次に“友達のことについても気づく”。その次の段階として、「私に相談しても良いのだよ」「一緒にどこど

ここに相談しに行こうよ」とつながるわけです。「私に相談しても良いのだよ」というのは、実はできたらすごいことで、コミュニケーションが不足している今の時代、このような力がついたらものすごく強い「消費者市民」といえます。

さらに、自分と友達だけではなくて、隣の人、さらに知らない人にも手を差し伸べる。さらにもうちょっと広げていくと、今度は、別紙1の緑色の部分になるのです。つながっているといえばつながっているのです。力がちょっとずつ付いて、少しずつボールが遠くに投げられるようになると、今度は社会に働きかけるといふことにもなっていきます。自分の問題から徐々に手を広げていくという意味では、実はやることは共通なのだけれども、その説明をうまいことつなげていくのは、工夫が必要です。赤色の部分から緑色の部分へのつながりもちょっと飛躍が大きい。緑色の部分でいきなり世界の話みたいになってしまうので、ちょっと分かりにくい。けれども、上手につながっているような教材があると、とても良いと思います。

○東座長 ありがとうございます。

柿野委員。

○柿野委員 今の発言に関連して、結局、今回の場合、社会的課題の解決とは何なのかというと、靈感商法をはじめとする消費者被害がない社会をつくっていくために、私たち一人一人がその活動に参加をしたり、協働して働きかけたりすることになるのではないのでしょうか。昨今の日本では、消費者団体に参加している人も少ないし、適格消費者団体の活動に関わっていこうという人も少ないですけれども、方向性としては、社会を良くしていくための連帯というか、消費者が力を持って企業に働きかけたり、仕組みを変えていこうという社会参加の部分が実態として弱いので、浮かび上がりにくいのですけれども、そういう人の数を増やしていくという指標になっていくのがいいのかなと思います。そう考えると、やはりエシカル消費が全面に出るのは違うかなと思いました。

○中村委員 それだけではないですよ。

○柿野委員 もちろんエシカル消費ができるという行動も、消費者市民の一つのすばらしい行動ですけれども。

○東座長 消費者団体に参加している人の割合はすごく少な過ぎるけれども、そういう「活動」とかに参加するみたいな。

○中村委員 団体に参加しなくても、自分が意図する行動をとることが大切。

○東座長 そういう行動をしている人の割合、社会的課題の解決のために行動したことがある人、その点で何かありますか。

○中村委員 「参画」というのは良いゴールの一つではあるのです。今回の教材は一人から始まるのです。「ちょっとこの動画を見てみるか」という自分一人の世界から始まって、世界の問題まで一瞬で広がっていく。兄弟とか親とか友達にも広げていきたいというのものもあるし、サポートするという感じは赤色のところで少し広がっていて、友達の友達、さらに友達の友達の友達に働きかけていくだけでも、高校生、大学生にとってはすごいことで

はないですか。

友達の友達の友達とのつながりがみえてくると、社会とのつながりも自然と見えてくるので、その一つのサンプルとしてそういった団体とか、そういった活動をしているサークルとか、そういうものをやっている人たちもいるよということでも良いかなと思います。

これは3人の中でも意見が違ふかもしれないけれども、私は極端に一個選べと言われたら、一番根本の「批判的思考力」だけで解決できるのではないかと思います。これがある意味、一番の根本になって、「批判的思考力」をもって様々な問題に気づいていくと、社会への参画もした方が良いとか、全部につながっていく可能性があるし、友達も含め相談してあげたら良いのではないかなともつながっていけるので、そんなふうになんとなく広がっていくと力がついていくのだというのが別紙1かだと思いますので、それにリアリティを含ませて、面白い教材にしていただければと思います。

○東座長 ありがとうございます。

今、別紙1が肝だということは再確認いたしました。

もう一度確認なのですけれども、先ほど中村委員はこの順番で言われましたけれども。

○中村委員 別紙1の“様々な力”の順番についての意見は、私はただこれを読んだだけであって、順番がどうというのはあまりこだわりません。

○東座長 断る力が上で良いですか。自分でまずは断ることが大事、自分でできるというのが必要で、うまくいかなかったりできない場合に相談するということですね。

○中村委員 この順番は、切り口によってどれが正しいというのは変わってきます。私の感覚からすると、この順番の方がしっくりくるのです。なぜならば、これは詐欺ではないかと“気づいた”後で、“相談”してほしいのです。相談することで気づけば良いし、気づかなかつたら“断る”のです。けれども、別に“断る”と“相談”の順番が逆でも大した問題ではないので、別に良いと思います。“断る”が上でも良いです。これは整理して書いてあるけれども、現場にいたらぐちゃっと同時に使うのです。どれか一個の力を使って、ようやく断れたと。そして、一晩寝て起きたら、昨日のあれは危なかったなとあらためて気付くのです。

○柿野委員 確かに2つの考えがありますね。

○中村委員 どっちが先ということもなくて、どっちでも良いと思います。

○山地課長 報告書に合わせて。

○中村委員 そこはお任せします。

○山地課長 あと、エシカルのところは、最初の資料をそのままべたっとさせていただいておまして、エシカル消費を取ってしまつて、社会的課題の解決につながる行動ができる消費者の割合にしておこうかなと思います。コミットするのが、なかなか濃淡もグラデーションがあると思うのですけれども、目指すところはそこですね。

○東座長 そうすると広い意味ではエシカル消費も含まれるし、そういう団体の活動も含まれるし、啓発活動も含まれるし、そこはそういう形でやっていただいて。

何かお気づきの点は、ほかにどうですか。

しっかり読めていないのかもしれないのですが、この取りまとめの中に自学、自習の視点はどこかに書いてありますか。自分事化ということが出てくるのですが、今回の教材は自分で気づくところから始まるということで、何となく自学の要素があまりなかったような気がしたので、どこかにそれも追加していただくと良いかなと思いました。

ほかにいかがでしょうか。よろしいでしょうか。

○中村委員 言いたい放題ですみません。

○東座長 4ページに選んで学ぶとある。こういうものが大事だなと思うのです。ここでは教材を選ぶということなのだけれども、教材に限らず、自分で考えて選んでという、そのプロセスがすごく大事だと思っていて、そのようなところ、またもし機会があれば、ここに要素で取り入れることを御検討ください。

消費者市民社会の書きぶりはこんなもので、これも2か所ぐらいしか書いていないですけれども。

○中村委員 寂しい限りと言わざるを得ないものの、この教材とのつながりの難しさを反映しています。あと10ページぐらい本当は書いてほしいぐらいなのだけれども、さっきみたいな形で、少しずつ自分一人で考えて批判的思考に基づいて気づいていく力というところから発展して、最終的には消費者市民社会を見据えたとかつながるという視点も持つみたいな形で少し5行ぐらい書くということは、うまくいくとできるかなと思います。この教材の第1回の議論から、そこはかなり重点を置いた教材はちょっと難しいだろうという話が出ていたと思うのですが、夢は見なければいけないという面もあります。

○東座長 2ページのところに何とかの力の説明があって、その最後に、さらに消費者市民社会の観点から、社会への働きかけの重要性も訴求していく必要がある。これはそれで終わってしまっているのが寂しい。それぞれの力に番号をつけていくのは分かりやすく良いと思うのですが、そういうところをさらに検討していければと思います。

○中村委員 強引にやるのであれば、別紙1の緑色のところ、参画する力、協働する力と分けてしまうとか。抽象的になるかもしれないけれども、そのような形です。

○山地課長 あとは御議論いただいたので、それを入れられれば。

○中村委員 分かりやすく。

○東座長 分かりました。

事務局から。

○山地課長 質の力の議論とKPIの議論がありますが、KPIの議論については推進会議でまとめなければいけないような議論だと思います。

○中村委員 KPIが別紙1を複雑にしていますね。

○山地課長 我々が考える上で、もしKPIの議論をさせていただけるのであれば、エシカル消費の調査でそういうつながりができるとか、いろいろな項目がありますね。

○東座長 かなりいろいろなことを入れていただいていますね。

○山地課長 コミットに本当にグラデーションがあるので、我々もまだ研究が必要だなというところはあるのですが、基礎としてこの部分については選択肢の部分、どういったことができるかということの調査を今年やることになっているので、検討の余地はあると思います。

○中村委員 教材とリンクしたKPIがあるのですか。

○山地課長 もし、教材の方の効果測定という点で言うならば、本当は教材を使用した方を対象に、そういう部分はそういうふうにしようと思いましたがとか。

○中村委員 あとは視聴数を見るとかですね。

○山地課長 こっちの教材の効果測定は考えたいと思います。

○東座長 ありがとうございます。

そうしましたら、2ページとか3ページとかをもうちょっと。細かいので今のところ、ぱっと見て、こういう形でまとめてはまいりました。別紙2のところは実際には教材をこういうふうにしていただきたいという御提案でもあったわけです。

○中村委員 1点だけよろしいですか。

肝は恐らく別紙1だと思います。別紙1のもっと言うところ“6つの力”。青色、赤色、緑色と色分けされているけれども、今回は靈感商法を扱うことになっているので、青は3つで、赤と緑が1つずつぐらいというようなイメージでも良いかもしれません。5つのブロックで、5つの動画とか5つのコンテンツとかを作って、それが5つの力になるみたいなものも一例としてありうると思います。今、私がジャストアイデアとしてしゃべっているだけなのですが、イメージとしてはそのような感じで良いと思います。別紙2とか別紙3は徐々にかみ砕いて細かくなっているの、全部を網羅するのかどうかについては、優先順位をつけて教材作りに当たっていただく必要があるかなと。別紙1、2、3のどこを軸にするか。

先ほど私は別紙1を軸にしたやり方の私なりの考えをお話ししましたがけれども、何が優先的なのかを御検討いただく必要があるし、それはなかなか分からないかもしれないです。私たちは何となくこれは重要とか、これは要らないとかいっていますが、1つだけかなり特殊性が強いものとして、別紙3の一番上に挙がっている靈感商法があります。この教材は作れますか。結構靈感商法について勉強しなければいけないではないですか。そこは消費者庁さんと一緒に、私も協力できるところはするので、取り組んでいただければと思いますし、靈感商法に取り組んでいる弁護士の先生などとお話をすると、どんなに良い教材を凸版さんが作っても、被害者の生VTRにはインパクトでは負けます。教材はリアリティあるものにはかなわないというところがあるのです。でも、それならそういうリアリティあるものを使って、これは怖いなという思わせる部分も入れ込んでいくというのも一つやり方としてはあると思うし、先ほど課長がバズると言っていたのも、そういったことかもしれないです。

○東座長 ありがとうございます。

それでは、よろしいですか。

こちらについては、具体的にまた取りまとめを読んでいただいて、御意見があれば事務局に言っていただいて、最終的に推進会議にきちんとした形で上げていくことになると思います。修正が明確になったところは、別紙の順番のところとか、KPIの社会への働きかけの関係、それから自学のところを一言ということとか、2ページの力を並べて書いていくところ、最後に消費者市民社会につなげていくところの文章、中村委員がお手本の文章を言っていただいた。

○中村委員 言った私もう忘れていますが、メモされているでしょうから、頑張ってください。

○山地課長 「さらに」のところのパーツをもうちょっと。

○東座長 このところですね。お願いします。

よろしいでしょうか。

凸版印刷にも、最後の議論のところでもいろいろとまたお願いをしてしまいましたけれども、どうぞよろしくお願ひしたいと思います。

それでは、先ほども申し上げましたけれども、本日の御意見を踏まえて、また多少追加があるかもしれませんけれども、修正したものを次回の消費者教育推進会議において報告する予定であるということになりますので、よろしくお願ひいたします。

それでは、今日の議事については以上となります。

司会をお返しさせていただきます。

○山地課長 ありがとうございます。

本日は、教材及びワーキングチームの取りまとめ（案）について、大変活発な御議論をいただきまして、また、詳細な御説明をいただきまして、ありがとうございます。

本日いただきました御意見も踏まえまして、今後、教材開発と普及促進に向けて整理を進めるとともに、取りまとめ（案）について仕上げまして、9月29日に予定されております推進会議に御報告させていただきたいと存じますので、引き続き、どうぞよろしくお願ひいたします。

それでは、以上で第3回ワーキングチームを終了させていただきたいと存じます。

本日は誠にありがとうございました。