

第36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36回消費者教育推進会議

議 事 次 第

- 1 日 時：令和 5 年11月29日（水） 14:00～16:00
- 2 場 所：中央合同庁舎第 4 号館 共用第 4 特別会議室
- 3 議 題：
 - 1 会長選出
 - 2 会長代理指名
 - 3 委員挨拶
 - 4 今期の消費者教育推進会議の進め方について
 - 5 国等における消費者教育の取組について（ 1 ）（報告）
（消費者庁、金融広報中央委員会、金融庁、法務省、文部科学省、国民生活センター）
 - 6 「消費者力」の育成・強化について（報告）
- 4 出席者（敬称略、50音順）
委員：江花 史郎、遠藤 友美子、大槻 督昭、大藪 千穂、柿野 成美、角山 信司、
城戸 淳男、坂本 有芳、佐藤 雄一郎、末吉 里花、高橋 みゆき、高比良 直子、
武井 敏一、楯 美和子、中野 吉朗、並木 茂男、原田 由里、宮木 由貴子
- 5 配布資料：
 - 資料 1 委員名簿
 - 資料 2 幹事名簿
 - 資料 3 第 6 期消費者教育推進会議の検討スケジュール（案）
 - 資料 4 消費者庁における消費者教育の取組について
 - 資料 5 金融広報中央委員会提出資料
 - 資料 6 金融庁提出資料
 - 資料 7 法務省提出資料
 - 資料 8 文部科学省提出資料
 - 資料 9 国民生活センター提出資料
 - 資料 10 「消費者力」の育成・強化の取組について
 - 参考資料 1 消費者教育の推進に関する法律（平成24年法律第61号）
 - 参考資料 2 消費者教育の推進に関する基本的な方針(平成25年 6 月28日閣議
決定、令和 5 年 3 月 28 日変更)
 - 参考資料 3 第 5 期消費者教育推進会議取りまとめ（令和 5 年10月）

○山地課長 それでは、定刻となりましたので、ただいまより、第36回「消費者教育推進会議」を開催させていただきます。

本会議は、第6期消費者教育推進会議の初回の会議ということもございまして、まだ会長が定まってございませんので、会長を選出していただくまで、事務局で進行させていただきます。

本日は、江花委員、角山委員、坂本委員、楯委員、中野委員、宮木委員にオンラインで御参加いただいております。

朝比奈委員、長谷川委員は御欠席との連絡をいただいております。

まず、消費者及び食品安全を担当する自見内閣府特命担当大臣より、一言御挨拶をいただきます。自見大臣、どうぞよろしくお願いいたします。

○自見大臣 皆様、こんにちは。大変お世話になっております。消費者及び食品安全担当大臣の自見はなこでございます。第6期の消費者教育推進会議の初回となります会議の開催に当たりまして、一言御挨拶申し上げます。

まず、新たに御就任いただいた委員の皆様、そして引き続き御就任いただいている委員の皆様には、日頃より消費者教育の現場を預かっていただき、また推進に御尽力いただいておりますことを心から厚く御礼を申し上げます。本当にありがとうございます。

昨年は、消費者教育の推進に関する基本的な方針を5年ぶりに見直し、また、本推進会議において、自ら及び相互に学び、考え、行動する消費者の育成やデジタル化への対応、消費者市民社会の一員としての行動促進等の基本的視点や、あるいは消費者教育コーディネーターの機能強化等の具体的施策を取りまとめていただいたところであります。

また、靈感商法等の悪質商法への検討会等における指摘を踏まえまして、今、求められる「消費者力」について、違和感に「気づく力」や、きっぱりと「断る力」、そして「相談する力」などが求められていると整理いただき、現在、教材開発を進めているところであります。

第6期は、消費者を取り巻く様々な変化を踏まえ、「デジタル化に対応した消費者教育の推進」、「地域における体系的な消費者教育推進のためのさらなる体制整備」、そして、「消費者市民社会の構築に向けた消費者教育」、「消費者力の育成・強化に向けた方策」などについて御議論いただき、時代の変化や要請に応じて、迅速かつ実効性のある取組につなげていきたいと考えております。

消費者教育の更なる推進に向け、委員の皆様に活発な御議論と一層の御支援をお願い申し上げます。私からの挨拶とさせていただきます。どうぞ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。

大臣は、公務のため、ここで退席されます。

(自見大臣退席)

○山地課長 報道の方のカメラ撮りは、ここまでとさせていただきます。よろしくお願いいたします。

(カメラ撮影終了)

○山地課長 それでは、お手元の議事次第を御覧ください。本日の議題は、「会長選出」、

「会長代理指名」、「委員御挨拶」、「今期の消費者教育推進会議の進め方について」、「国等における消費者教育の取組について（報告）」、最後「「消費者力」の育成・強化について（報告）」となっております。

委員の御紹介は、お手元の資料１の委員名簿で代えさせていただきたいと存じます。後ほど自己紹介等の御挨拶をお願いさせていただきたいと思っております。

また、この会議では幹事を置くこととしております。幹事の御紹介につきましても、お手元の資料２の幹事名簿で代えさせていただきます。

それでは、当会議の会長の選出に移らせていただきます。消費者教育推進会議令第４条には、会議に、会長を置き、委員の互選により選任するとなっております。委員の皆様におかれましては、会長の推薦につき、いかがでしょうか。どなたか御発言をいただければと存じます。

○柿野委員 会長の選任でございますが、日本消費者教育学会会長である大藪委員が消費者教育に関する御知見、御経験が豊富であり、これまでの議論についてもよく御存じでございますので、大藪委員に会長をお願いできればと思います。

○山地課長 柿野委員、ありがとうございます。

委員の皆様、いかがでございましょうか。

ありがとうございます。御意見等無いようでございますので、大藪委員に会長をお願いするということでよろしいでしょうか。

（「異議なし」と声あり）

○山地課長 ありがとうございます。

それでは、大藪委員、席の御移動をお願いいたします。

（大藪委員、会長席に移動）

○山地課長 では、大藪委員に会長をお引き受けいただきたいと存じます。

本会議では、会長に議事を進行いただいておりますので、ここからは進行を大藪会長にお願いしたいと思います。なお、大藪会長におかれましては、議事進行の冒頭、一言御挨拶いただくとともに、会長代理については、会長の指名によることとなっておりますので、会長代理の御指名をよろしくお願いいたします。それでは、お願いいたします。

○大藪会長 皆さん、こんにち。初めましてという方も多いと思いますけれども、このたび会長に選任されました。日本消費者教育学会の会長を2022年10月からやっております。通常は岐阜大学の副学長と教育学部の教授をしております。教育学部では家政教育講座というところで、家庭経済学や消費者教育、家庭経営学、家族関係を教えております。どうぞよろしくお願いいたします。

皆さん方にいろいろとお力添えをいただきながら進めていきたいと思っておりますので、どうぞ活発な御意見をいただけたらと思います。よろしくお願いいたします。

それでは、私が不在のときに代理をしていただく会長代理についてということで、第４期から引き続き委員として参加されております坂本先生にお願いしたいと思います。今日、坂本委員はオンライン参加ということですが、御承認いただけますでしょうか。

（「異議なし」と声あり）

○大藪会長 ありがとうございます。

それでは、坂本会長代理、これからどうぞよろしくお願いいたします。お一言、何かいただけたらと思います。坂本先生、お願いします。

○坂本会長代理 ただいま会長代理の指名を賜りました鳴門教育大学の坂本有芳と申します。本会議は、第4期より続けて参加させていただいております。

ふだんは、主に国立大学の家政学講座ということで、大藪先生と同じような授業を受け持っているのですが、学校教育研究科というところに所属していきまして、学校教育での消費者教育推進に取り組んでいます。小学校、中学校、高校、特別支援学校と、学校の授業で使うための教材を作ったり、教員研修のための動画を作ったり、各地に出向いて研修したりということをしています。徳島県に設置されている消費者庁新未来創造戦略本部で客員主任研究官を務めさせていただいて、そこで教材づくりとか普及啓発活動、また消費者教育推進に関する調査研究に携わっています。

第6期では、消費者教育推進に関する定量的な評価とか、これまで作成された教材の効果的な活用などに取り組んでいければと考えております。どうぞよろしくお願い致します。

○大藪会長 よろしく申し上げます。坂本会長代理、どうもありがとうございました。

次に、議題3といたしまして、第6期委員の皆様、自己紹介を兼ねて簡単に一言ずつ御挨拶をしていただきたいと思いますと思っております。ただ、1分程度ということで、短くなってしまうかもしれませんが、よろしくお願い致します。

まず、消費者庁で参加している方からご挨拶いただいて、それからオンライン参加の方にご挨拶いただくほうが分かりやすいと思いますので、よろしくお願い致します。遠藤委員からお願いいたします。

○遠藤委員 私、公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会の遠藤と申します。団体名があまりにも長いので、NACSと通称名で名乗らせていただいております。1分以内ということですので、ちょっと頑張って短くします。

団体の紹介を少しさせていただきますと、NACSは1988年に設立しまして、現在は全国に7つの支部、会員2000名が所属しております消費者団体でございます。活動としては、消費者相談、消費者教育・啓発、そして消費者団体・消費者と企業や行政との橋渡し、連携、これらを主な活動としているのですが、消費者教育・啓発というのは特に重要な活動と位置づけておりまして、いろいろな取組をさせていただいております。特に、最近はICTあるいはエシカル消費のほうに非常に注力しておりまして、これは私も携わっているものですが、本部事業としてエシカル消費啓発リーダープロジェクトというのを立ち上げまして、本年で3年目に入るところでございます。啓発だけでなく、エシカル消費を自分の言葉で伝えられる担い手の育成ということで展開しているところでございます。

また、私どもには全国の学校や消費生活センター様からの出前授業あるいは出前講座の御依頼も数多く頂戴しております。これらは全国7支部で、それぞれの地域に根差した消費者教育を展開しているところでございますが、最近の傾向としては、消費者トラブルだけにとどまらず、SDGsやエシカル消費、それから食品ロスに関するテーマも増加しております。かなり関心が高いかなと思っております。また、御依頼元についても、企業様から

の御依頼がちょっと多くなってきているかなというところでございます。ただ、課題として、講師の育成というのがなかなか追いつかないというところございまして、これも喫緊の課題かなと思っております。

私自身、このような会議の出席は初めてですが、これまでの活動を通じて少しでも消費者教育の推進に貢献できればと思っておりますので、よろしくお願いいたします。

○大藪会長 遠藤委員、どうもありがとうございました。オンラインの方、もし聞こえなかったら御連絡ください。

それでは、大槻委員、よろしくお願いいたします。

○大槻委員 京都府消費生活安全センター長の大槻でございます。私、成年年齢引下げの前年の令和3年度から今の職におりまして、京都府では、令和3年度まではアクションプログラムに基づきまして、高等学校を中心に消費者教育の実施をまいりました。令和4年以降は、中学校の消費者教育を中心に、事業に取り組んでおります。

消費生活相談の世界では、デジタル化の進展によりまして、インターネット通販などインターネット取引の関係やSNSをきっかけとしたトラブルが大変多くなっている状況です。デジタル化というのは、本来、人間に利便性をもたらすものと考えておりまして、トラブル、被害があるからといって近寄らない、危ないといったことではなく、賢く使いこなすことが消費生活を豊かにすることと考えております。そういった意味では、若いときからの消費者教育というのは重要だと考えております。

私自身も勉強させていただきながら取り組んでいきたいと思っておりますので、どうぞよろしくお願いいたします。

○大藪会長 大槻委員、どうもありがとうございました。

それでは、続きまして、柿野委員、お願いします。

○柿野委員 柿野と申します。文部科学省の消費者教育推進委員や日本消費者教育学会の常任理事などもさせていただいています。

私は、平成10年から公益財団法人消費者教育支援センターに勤務いたしまして、先生方への支援や地方自治体の支援に仕事として関わってまいりました。昨年4月から法政大学大学院の教員としても働いております。仕事の対象や内容は非常に幅広く、18歳成人のことであつたり、エシカル、高齢者の見守り、最近では金融経済教育といったところで、幅広いテーマを扱いながら、地域や学校での連携・協働による消費者教育がどうあつたらいいか。その中でも、消費者教育コーディネーターに関心を持って、自分自身の研究を進めているという立場です。どうぞよろしくお願いいたします。

○大藪会長 ありがとうございます。

続きまして、城戸委員よろしくお願いいたします。

○城戸委員 岡山市消費生活センター所長をしております城戸と申します。このたび、初めて委員を拝命いたしました。よろしくお願いいたします。

私ども岡山市、簡単に御紹介しますと、人口71万人の政令指定都市でございまして、県庁所在地でもあります。政令指定都市として都会的な要素、都市的な要素もございしますが、自然豊かな環境にも恵まれておりまして、ある意味日本の縮図のような街でもございます。

そういったこともございまして、日本各地の様々な課題、センターは抱えておられると思いますので、そういったことが私のほうで代弁できれば幸いかなと思っております。

私ども岡山市消費者教育推進計画というものを今年度からスタートしておりまして、昨年度は策定に当たって非常に多くの議論を積み重ねてきたところですが、このたび、この会議、委員ということで、さらに国の方針ということですので、責任が重いと思っております。何とぞよろしくお願いいたします。

○大藪会長 ありがとうございます。

続きまして、佐藤委員、お願いいたします。

○佐藤委員 初めまして、公益社団法人消費者関連専門家会議、通称ACAPと申しますが、佐藤雄一郎と申します。

ACAPは、いわゆる企業のお客様対応部門の責任者を中心として組織されている事業者団体という立場で、会員企業は約500社、会員数は800名というところで、まさに事業者の観点から、今回も消費者教育の在り方などについて参画していきたいと思っております。ACAPも主に消費者志向経営の推進であったり、消費者啓発といった取組なども行っております。あと、最近ですとカスハラなども問題になっていますが、いわゆる企業のお客様対応といった中では、消費者教育という観点からいろいろ考えていくことも必要だと思いますので、そうした観点で積極的に参画していきたいと思っておりますので、御指導のほど、よろしくお願いいたします。

○大藪会長 ありがとうございます。

引き続きまして、末吉委員よろしくお願いいたします。

○末吉委員 ありがとうございます。

皆様、初めまして。エシカル協会代表を務めております末吉里花と申します。このようなそうそうたる委員の皆様の中に入れていただきまして、非常に光栄に思います。ありがとうございます。

私たちは、2015年に初めてエシカルという名のつく団体を立ち上げて以来、ずっと変わらずにエシカルという考えやエシカル消費について日本全国の消費者の皆様に普及啓発を行ってきております。主な活動としては、エシカル消費について、またエシカルについて知る機会をできる限り提供するという事で、エシカル・コンシェルジュ講座という連続講座を開催してきておりまして、今、延べ1万5000人もの受講生たちが日本全国各地で活躍してくださっています。また、ここ1～2年では、企業や自治体・教育機関からの依頼がぐんと増えてきておりまして、エシカル消費の重要性が認知されつつあることを肌で感じております。

また、最近では、消費者の声を日本の社会や制度、仕組み、法律などをつくっている国や政府に届けるための働きかけも行っています。釈迦に説法ではありますが、健康な地球環境がない限り、私たちの社会的な活動や日常の暮らしというものが成り立ちません。そのためにも、消費者と事業者が自らの影響をしっかりと考えていって、それぞれがエシカルなアクションを実践していくことが必要で、とても大切であると考えております。エシカルのことを我々の団体としては、「エいきょうを シっかりと カんがえる」でエシカ

ルとお伝えしています。

今回の議論の中でエシカル消費の促進や普及啓発を1つの大きな柱として取り上げていくことができれば、消費者市民社会の形成に大きく貢献できると考えています。エシカル消費は、どんな人にとっても関わる間口の広いテーマであって、若者たちの興味・関心も高いこと。それから、地方創生とも親和性が高いこと。あとは、今、私も審議会の委員を務めさせていただいておりますが、経済産業省や環境省で議論がなされている循環型社会形成の後押しにもなるということ。そして、この話がポジティブでわくわくするような、未来につながる話なので、消費者教育推進の求心力につながると考えています。

今後、皆様から学ばせていただきながら、エシカル消費の重要性について様々な視点から発言させていただければと思っております。よろしくお願いいたします。

○大藪会長 ありがとうございます。

引き続きまして、高橋委員、よろしくお願いいたします。

○高橋委員 群馬県立伊勢崎高校の高橋と申します。現在、校長を務めておりますが、教諭時代は長いこと家庭科を教えてまいりました。

現在、高等学校では、家庭科は成年年齢引下げに伴い、18歳になる前、1年生か2年生で教えるようにということで、非常に重要視されております。家庭科の教員も消費者教育に力を入れておりまして、どんな内容の研修を行いたいかと聞きますと、消費者教育を勉強したいと答えているような状況でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

○大藪会長 よろしく願いいたします。

引き続きまして、高比良委員、お願いします。

○高比良委員 第6期の委員を仰せつかりました公益社団法人全国消費生活相談員協会消費者教育研究所研究員の高比良と申します。私は、大阪府の堺市立消費生活センターで消費生活相談員として勤務しております。私は相談員になって17年になるのですけれども、このような場所で発言するというのは不慣れですので、うまく意見が伝えられるか、ちょっと不安でございますが、どうぞよろしくお願いいたします。

さて、全国消費生活相談員及び相談員協会及び消費者教育研究所について少し紹介させていただきたいと思います。私どもの団体は、全国1600人ほどの会員からなりまして、多くが自治体などで消費生活相談員の仕事をしております。2012年の消費者教育推進法の制定以降、私どもの団体でも消費者教育について様々なリーフレットとか啓発活動などを通じて自己研さんに取り組んでまいりました。こうして2017年6月に、今から6年ほど前になりますが、全国の自主研究会を結びつけまして、全国組織として設立したのが消費者教育研究所でございます。

消費者教育研究所では、消費者教育の体系化・理論化を目指して、日々活動しておりますが、私どもの消費者教育は、消費生活相談現場を踏まえたものであり、内容は消費者問題だけにとどまらず、食育、製品安全、金融、旅行、ITなど多岐に及んでおります。今日、3部ほど資料を配らせていただいております。当協会では、適格消費者団体として、東京・大阪・北海道の全国3か所の事務所におきまして週末相談を受け付けております。

こちらの「こんな相談ありました!」という赤い冊子ですが、これは毎年発行しており

まして、実際に週末相談を受けた者が輪番で作成しており、本年のこちらの冊子が23冊目になります。こちらの冊子を出前講座でも使用しておりますので、本日御参加いただいた皆様の周りの方にもぜひ読んでいただいて、消費者問題に少しでも興味を持っていただけたらと思います。よろしく願いいたします。ありがとうございました。

○大藪会長 ありがとうございました。

続きまして、武井委員、お願いいたします。

○武井委員 金融広報中央委員会の会長をしております武井でございます。昭和27年、1952年にできた組織で、何をやってきたかという、貯蓄増強がそもそもの活動で、その後、貯蓄広報なんかもやってまいりました。有名なところでは、昔の方はよく御存じだと思いますけれども、こども銀行とか、あるいは主婦の方々に「暮らしの家計簿」というのを配りまして、生活管理をしっかりしましょうといった活動をしてまいりました。

私は、その貯蓄増強中央委員会ができた1年後の昭和28年、1953年に生まれていますので、今年ちょうど70歳、古希でして、この中で最高齢でしょうか。この前、医者に行きましたら、今日は随分医療費が少ないなと思っていたら、いや、70歳だから2割負担と言われたんですが、俺、まだ仕事しているんだけどと言ったら、すぐ3割に修正されました。

あと、もともと私、日本銀行に三十数年奉職しておりまして、自慢できることはあまりないですけども、引っ越しを15回、国内と海外でやっております。ロンドン2回、名古屋2回、松山1回ということですので、そういう銀行員生活とか海外経験を踏まえて、いろいろなお話ができればと思っています。よろしくお願いします。

○大藪会長 ありがとうございました。まだいろいろと教えていただくことが多分あると思います。

続きまして、並木委員、お願いいたします。

○並木委員 東京都にございます三鷹の森学園三鷹市立第三中学校校長並木茂男と申します。どうぞよろしくお願いいたします。また、元々は社会科の教員でありまして、現在、東京都の中学校社会科教育研究会で副会長をさせていただいております。

今、所属の三鷹の森学園ということでもありますけれども、三鷹市では、市内全小中学校が全国コミュニティスクールとなっており、コミュニティスクールに基盤を置いた小中一貫教育ということで全校取り組んでおります。未来社会の創り手である子供たちを、市民性の育成を含め地域と一緒に育てる教育環境づくりに取り組んでいるところであります。小学校も含め、義務教育では、社会科と家庭科が2つの両輪となって消費者教育を進めております。義務教育の立場から、消費者教育の推進に向けてお役に立てればと思っています。どうぞよろしくお願いいたします。

○大藪会長 ありがとうございました。

それでは、原田委員、よろしくお願いします。

○原田委員 ECネットワークの原田と申します。今回から初めて参加させていただきます。よろしくお願いします。一番端にいますので、遠くの方、こんな顔をしています。

我々ECネットワークは、2006年に設立しまして、トラブルなく安心して利用できるeコマース市場というものを目指して活動しております団体でございます。活動の一環といた

しまして、一般の消費者の方からインターネット関連に特化したトラブルの相談を、無料でオンラインの形で受け付けさせていただいております。私も個人的には、20年間、ネット関連の相談ばかりを受け付けておりますけれども、最近、いろいろなネット関連のトラブルというのは、手口が変わってくるという点では、基礎的な消費者力の向上というのが欠かせないというふうに、日々、私も思っております。

とはいえ、初めての参加なので、何分にも空気が読めない子なものですから、時々変てこな話をするかもしれませんが、御容赦いただきながら、お役に立てるよう頑張りたいと思います。よろしくお願いいたします。

○大藪会長 ありがとうございます。

以上がこちらに来ていらっしゃる方ということなので、次、オンラインの委員から御紹介いただきたいと思います。

まず、江花委員、お願いできますでしょうか。

○江花委員 弁護士の江花と申します。私は、今期から新任で委員にならせていただきました。これからよろしくお願いします。

私は、日弁連の消費者問題対策委員会の消費者教育ネットワーク部会に所属しております。中村新造弁護士が前任の委員で、中村弁護士は見識も、また発信力もとても素晴らしい方で、その後ということで少々重責を感じております。

私自身は、日弁連のその部会に所属しているほか、ふだんは新潟で弁護士をしており、新潟の学校で出前授業をしたり、あるいは私が副理事長をしております消費生活ネットワーク新潟という適格消費者団体があるのですけれども、その団体では、地方の適格消費者団体としては珍しく、消費者志向経営、消費者市民社会、エシカル消費などに関する勉強会やイベントなどもしております。そういった観点からも意見を述べられたらと思っております。よろしくお願いします。

○大藪会長 ありがとうございます。

引き続きまして、角山委員、お願いできますでしょうか。

○角山委員 皆様、お疲れさまでございます。このたび初めて、こちらの会議のほうに参加させていただいております、日本社会福祉士会の理事をしております角山と申します。よろしくお願いいたします。

日本社会福祉士会は、47都道府県にそれぞれ会を設けておりまして、今、4万5000人ほどの社会福祉士を擁している会となっております。社会福祉士といたしましては、児童、お子様からお年を召されている方を含めて、全ての市民の方々の権利をどのようにして護っていくかということを主眼として活動をしている職種となっております。

私個人といたしましては、社会福祉士の会員に対して質の向上をいかに図るかということを通して、市民の皆様に対してよりよいサービスが提供できるようにということで活動しております。ですので、このたび初めてという形で、このような会議に参加させていただいておりますので、ぜひ皆様、御指導等いただけたらと思っております。よろしくお願いいたします。

○大藪会長 ありがとうございます。

それでは、坂本委員は先ほど御挨拶いただいたので、楯委員、お願いします。

○楯委員 経団連の消費者政策委員会企画部会長を務めております、楯と申します。本会議の委員は、2期目を務めさせていただくことになります。

消費者政策委員会企画部会では、多くの企業の皆さまと、業種を超えて、企業と消費者の在り方がどうあるべきかという課題感を持って、さまざまな議論をしております。

一方、私は、コンビニエンスストアのローソンの広報も担当しておりまして、本会議では実務家の視点で、意見を述べさせていただきたいと思っております。どうぞよろしくお願いいたします。

○大藪会長 よろしく申し上げます。ありがとうございました。

続きまして、中野委員、お願いいたします。

○中野委員 皆さん、初めまして。公益社団法人日本PTA全国協議会の中野です。

前任の（通信不良）

○大藪会長 中野委員、ちょっと聞こえにくくなったので、後でもう一度お話ししていただけたらと思います。すみません。

先に宮木委員からお願いできますでしょうか。

○宮木委員 第一生命経済研究所の宮木由貴子と申します。よろしくお願いいたします。本会議には、併せて一般社団法人日本ヒープ協議会の特別会員としても参加させていただいております。本日、皆様に直接御挨拶させていただきたかったのですが、急遽リモートという形を取らせていただきまして、失礼いたしました。

第一生命経済研究所につきましては、テレビや新聞等で「エコノミスト」を御覧いただいているのではないかと思いますのですが、私が所属するライフデザイン研究部というのは、消費とか働き方とかライフコースといった形で研究を行っております。私は消費者意識とか消費スタイルとかコミュニケーションというところの研究テーマを扱っておりまして、現在はそれらの知見を生かして、モビリティ、自動運転の社会的受容性だったり、それから、今、ライドシェアの議論が熱いですが、ドライバー不足といったところにも携わっております。技術とか新しい仕組みを社会にどういうふうに入れていくのか。それにおいて、消費者がどういう姿勢で、どういう役割を担うのかといったところについて提言を行っています。

それから、昨今、ウェルビーイングということが非常に言われていますが、こちらにつきましても30年近く研究を行っておりまして、ウェルビーイング視点で考えるつながり消費とかつながり投資といったところの在り方についても発信を行っております。

第5期から本委員会に参加させていただいておりまして、こちらで皆様から多様な御意見いただきながら勉強させていただくというところで多くの刺激をいただいておりますので、どうか今期もよろしくお願いいたします。

○大藪会長

皆さん、ありがとうございました。オンラインの委員の方、それから来庁していらっしゃる委員の方、皆さんの自己紹介をありがとうございました。。

中野委員、いかがですか。聞こえますか。では、後半だけ、もう一回簡単に自己紹介し

ていただけたらと思います。すみません。

○中野委員 今回、初めての参加ですけれども、子供を見守る保護者の目線で意見を述べさせていただきたいと思います。よろしくお願いします。

○大藪会長 ありがとうございます。申し訳ございませんでした。よろしくお願いします。

それでは、議題4に進みたいと思います。「今期の消費者教育推進会議の進め方について」、事務局のほうから説明させていただきます。資料3を御覧ください。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に基づいて御説明させていただきたいと思います。

別紙をまず御覧いただければと存じます。こちらが前期、第5期の消費者教育推進会議の取りまとめの中の、次期推進会議における課題という部分についての抜粋でございます。こちらのほうで、新たな基本方針に定められた4つの基本的視点を踏まえつつ、以下の事項等について議論を行うことが期待されているというまとめをしてございまして、こちらを受けて、今回、活動できればと考えておるところでございます。

具体的には、(1)といたしまして、デジタル化に対応した消費者教育の推進ということで、著しいデジタル化の進展への対応について基本方針で見直しを行ったのですけれども、こちらを踏まえながら実効性の確保ということで検討を進めていきたいと考えておるところでございます。

そして、(2)といたしまして、地域における体系的な消費者教育推進のためのさらなる体制整備ということで、これまで、消費生活センターの消費者教育における拠点化でございますとか、地域の特性に応じて消費者教育推進計画を自治体で策定いただいたり、協議会を設置いただいた。また、消費者教育コーディネーターの配置・育成の促進等、進めていただいているところがございますけれども、こちらにつきまして、さらなる取組ということで、多様な消費者の特性を踏まえた細やかな対応でございますとか、地域社会の見守り活動、企業・関係機関との連携による一層の実効性確保、支援方策の検討と、さらなる体制整備を図っていく検討を行ってまいりたいと考えてございます。

(3)といたしまして、「消費者市民社会」の構築に向けた消費者教育ということで、新たな基本方針に基本的視点といたしまして、「消費者による自ら及び相互に「学ぶ」「考える」「行動する」ことの促進」でありますとか、「消費者市民社会の一員としての行動の促進」というものを盛り込んだところございまして、SDGs達成を推進する機運の高まりでございますとか環境の変化を受けまして、消費者市民社会の形成に参画する消費者の育成に向けた消費者教育を一層進めていく必要があると考えておるところございまして、消費者市民社会の理解促進や、エシカル消費の普及啓発等の効果的な手法や、担い手への支援方策等、引き続き検討していく必要があると考えてございます。

(4)といたしまして、「消費者力」の育成・強化に向けた方策ということで、後ほど詳細、御説明申し上げたいと存じますけれども、第5期の消費者教育推進会議に「消費者力」育成・強化に関するワーキングチームを立ち上げて検討を行っていただきました。こ

ちらが悪質商法等による被害を未然防止するために、より実践的な「消費者力」を育成・強化する教材の開発ということで整理を行っていただいたところでございました。こちら、年度内に完成させるということで、今、開発を進めているところでございまして、これがより効果的なものになるよう、また、できた暁には活用・促進が図られるように検討を進めていくことが課題ということで取りまとめさせていただいたところでございました。

お戻りいただきまして、資料3、1枚目でございますけれども、こうした課題を受けまして、まず、本日につきましては、第36回の推進会議ということで、検討スケジュール(案)についての御議論をいただきまして、また国等における消費者教育の取組について御報告いただきたいと考えております。また、先ほど申し上げました「消費者力」の育成・強化についての新教材の開発状況について御報告、意見交換させていただきたいと考えてございます。

次回からは、めどでございますけれども、来年2月頃に1つ目の課題として掲げられておりました、デジタル化に対応した消費者教育の推進ということで、こちらにつきましても、国でデジタル化に対応した消費者教育の取組の報告を関係省庁にさせていただいたり、関係団体等の報告をお願いできればと思っております。また、ここでも「消費者力」の育成・強化の教材について御議論いただければと考えてございます。

また、夏頃に2つ目の課題である、地域における体系的な消費者教育の推進についてということで、地域における取組を進めるための国の取組でございまして、自治体や関係団体等における取組の御報告をお願いできないかと思っております。また、「消費者力」の新教材についても御議論を重ねていただければと思っております。

また、秋に3つ目の課題でございます、消費者市民社会とエシカル消費の推進についてという議題で、こちらにつきましても国や関係団体等の取組状況について共有いただけないかと思っております。

当面のスケジュールといたしましては、以上のような形で進められないかと考えておるところでございます。以上でございます。

○大藪会長 ありがとうございます。

それでは、今、説明のありました、今期、こういうことをやっていこうということで、進め方について御説明いただいたのですが、何かこれについて、例えばこれを足したほうがいいのではないかと、ここは要らないのではないかとという御意見があればいただけたらと思います。今、内容としては、デジタル化と、消費者教育コーディネーター系の内容、エシカル系の内容、それから第5期の「消費者力」ということで、その辺で関係ある方にぜひ一言でも。

原田委員、いかがですか。デジタル化について何か御意見ありますか。

○原田委員 ありがとうございます。

デジタル化の取組は非常に重要だと思っております、デジタル化と言ったらざくっとした感じなのですが、基本的に、今、誰でもスマホをお持ちですから、誰もが関係する話だと思っております。こういったデジタル関連に対応した消費者教育の取組というのは非常に重要で、なぜかというインターネットに関連しないものは、この世の中、ほ

とんどないんです。何だって間接的にはインターネットにつながって何かをやるという形になるものですから。そうすると、こういったデジタル化に併せた消費者教育というのは必要ですし。

特に、その中身というのも流行とかがあるわけですから、消費者の志向もネット上では結構変わっていくわけです。そうすると、例えば特に未成年、成年、そして高齢者、そして障害者、それぞれの特性に合った業界みたいなトラブルとか、そういった内容も違いますし、それぞれに「消費者力」の底上げが必要だと。

特に、消費者被害と言うと、どうしても被害のことを考えるのですが、ネットの場合は、基本的には消費者は被害に遭うのもあるのですけれども、加害者にもなりやすいということで、これは誹謗中傷もよく言われることですが、インターネット取引におきましても加害者側になってしまうというのがあって、非常に表裏一体になっているというところ。そして、「消費者力」の底上げをしないと、デジタルのトラブルは非常に多く発生して、流行があったりします。そうすると、例えばSNSとかの流行もYouTubeからTikTokに変わっていくといった感じでサービス自体が変わっていったり、子供が使うといったら、オンラインゲームの課金もあれば、投げ銭みたいなものもある。

特に、投げ銭みたいなものは、推し活としては当たり前のようになっていますし、最近問題になっているホストみたいな話の売掛金みたいなやつも、18歳成人になって18歳を過ぎると売掛金の取返しができないみたいな話になっていますけれども、逆に言うと、推し活という面でざくっと見れば、ホストもLiVE.ONEも同じなのです。そうすると、ホストの売掛金と同じようなことを小学校の子供から始めるわけですから、そういったことが分からない時代から、取引自体の構成が分からないような若い世代から、高額な課金とか取引をするというのが、デジタルの場合は当たり前にできてしまう。

そうすると、基本的なところの底上げをしないと、消費者として自立できないというところもありますし、低年齢層から教育が必要ということで、特に低年齢層になりますと、デジタルのほうで教育するほうが分かりやすいというところもあります。高齢者であったとしても、それはそれで、ネットなんかも一般化して20年以上たちますけれども、そのとき40代の方は60代ですし、そのとき50代の方は70代になっているわけですから、その人たちが今や普通に使うことになりますので、世代や障害者とかも含めまして、それぞれに合わせたデジタル化に対応した消費者教育は絶対要件だと思っておりますので、ぜひよろしくお願いしたいと思います。

○大藪会長 ありがとうございます。被害者であり、加害者であるというところは重要です、ここに障害者等と書いてありますけれども、属性別にやっていく必要があるということと、かなり流れがあるという。どんどん変わっていくので、今回作って、それで終わりじゃないという、そこをずっと考えていかなければいけないという視点だったと思います。ありがとうございました。

コーディネーターのところ、柿野委員、何かありますか。ここでもうちょっと加えたいとか、やったほうがいいのか。

○柿野委員 スケジュールで言うと、第38回の地域におけるというところでしょうか。資

料3の1枚目を拝見して思ったことですが、いろいろな良い取組事例がありますという報告を受けて、それに対して私たちが意見を言っただと、この推進会議、2年間でどういう成果が出てくるのか。前は基本方針の検討に向けて議論していくという明確な目標があったのですけれども、この辺りが少し気になりました。コーディネーターについても、全国的にオンラインでコーディネーター会議を消費者庁が実施し、私も参加させていただいて、改めてそれぞれに課題を抱えていることも明らかになっています。

これまでの成果を踏まえて、今後どのような支援が必要なのかといった、地域で消費者教育を進めていく上での課題解決につながる具体的な成果が、この推進会議でぜひ出ていけたらなと感じました。

以上です。

○大藪会長 ありがとうございます。大事なところでした。事務局と相談して、基本計画も含めて考えていけたらと思います。ありがとうございます。

この進め方とかで、ほかに何か御意見ありますか。エシカルの内容で、もしご意見ありましたら、末吉委員、お願いします。

○末吉委員 ありがとうございます。

私も柿野委員と同じ意見でして、何を指すのか、アウトプットのところをしっかりと明確にしたほうがいいかなと思っていました。

エシカル消費に関してですけれども、御存じのとおり、2021年から中学校、22年から高校の教科書にエシカル消費が掲載されておりまして、家庭科だけではなく、教科横断的に国語、社会、公民、英語といった具合に教えられている。子供たちは当たり前のようにエシカル消費を学んでおりまして、親が子供たちから学ぶというような状況に今、なっています。教室の中で教科書を読んで学んだ子供たちの学びが生きた実践となっていくように手助けしていくプログラムとか、あるいは教員の方々への手助け、配慮というものが、これからすごく大事になってくると思っています。今まで活動をやっている中で感じているのは、知る機会とか正しい情報といったものにアクセスできる機会が圧倒的にまだ非常に少ないということです。そういったことはもっと力を入れていけたらなと。

消費者庁の皆様も、エシカル消費特設サイトとか啓発の資材、たくさん作ってくださっていますけれども、そういったこともより多く使われていかないと残念なので、その辺りの取組、必要になってくるかなと思います。

ごめんなさい、あと、もう2点だけ。

1点は、今、SDGsとかエシカル消費、環境への意識というものが高まっていく中で、事業者が見せかけだけの、いわゆるグリーンウォッシュと言われているようなケースが増えてきています。そういった中で、消費者が物を選ぶときに正しい目を育てていくことも必要でして、EUでは増加するグリーンウォッシュへの対策として、商品の広告とかラベル表示において消費者に誤解を招くような表現とか言葉を禁止する法案の整備も進められているところですので、もしかしたら、この後も日本で検討すべきことになってくるかもしれないと。

3つ目は、先ほど挨拶の中でも申し上げたのですが、今、経済産業省と環境省のほうで

循環型社会形成のための議論がなされていまして、その中で消費者の意識変容・行動変容がなければ、そういった社会の形成は不可能であると言われております。非常に重要であるのに、どうしたら消費者の意識変容・行動変容を促進していけばいいのか分からないという状況になっています。なので、そういった検討とも足並みをそろえて、この消費者庁のほうでも議論がなされていったらいいなと思っております。

以上です。

○大藪会長 ありがとうございます。非常に重要な、子供に教えるだけじゃなくて、子供が教える媒体として親を教えていくといった方向、効果的な手法というのもそこに入ると思いますし、今の消費者の意識を変容するためにどうすればいいか。ここはいろいろ皆さんの意見を聞きながらということになると思います。ありがとうございます。

最後の「消費者力」のところですけども、5期のときにいらっしゃったので、坂本先生、もしこのことで、5期でまとめた以外で何かプラスアルファで、こういった方向が必要だと思ったら、何かありますか。

○坂本委員 「消費者力」はトラブルを防ぐ力ということをメインに書かれているというのですが、消費者で本当に大事な力は選ぶ力かなと思うので、それが無いのだなというのは私もちょっと気になりました。選ぶ力、デジタルですごく情報があふれる中でいろいろ見極めて、本当に必要なものとか、しっかりできるものを選ぶ力が育つことが、トラブルにも遭わないし、エシカル消費につながるということで、もう少しそういうキーワードも前面に出たらいいなと感じたところです。とにかく徳島県の1学年の全高校生に調査したところ、20人に1人はお金をだまし取られているという状態ですので、それを本当に何とかしたいなと思っています。

以上です。

○大藪会長 選ぶ力、見極める力という非常に重要なキーワードも出てきました。ありがとうございます。

一応、第6期のスケジュールの内容を確認させていただいて、今、いろいろ御意見も出まして、どうしてもここは重要なので、言っておきたいということがもしありましたら、オンラインの方でもありますか。いかがでしょうか。よろしいでしょうか。

それでは、多分皆さんも同じような意見を持っていらっしゃる方も多いと思いますので、意見を踏まえながら事務局と一緒に調整して修正して、修正については御一任いただけたらと思います。よろしく願いいたします。また事務局からメールで、今後どういうふうに進めていくかについてはお送りさせていただきたいと思います。ありがとうございます。

それでは、考えながら走っていかなければいけないかもしれないと思うのですけれども、今後のスケジュールについては、皆さんの御意見をいただいたということで、次の議題5「国等における消費者教育の取組について」ということで、初めての方もいらっしゃると思いますので、4から9について、それぞれ10分程度で事務局のほうから御説明いただきます。

○山地課長 消費者庁のほうから10分、それからそれぞれの省庁さんから5分程度で御説

明したいと思います。

それでは、資料4を御覧いただきたいと思います。まず、「消費者庁における消費者教育の取組について」、御説明させていただければと存じます。

おめくりいただきまして、消費者教育の現状をざっとまとめたものが2ページ目でございますけれども、これまでライフステージに応じた場を活用して消費者教育を実施してまいりました。

まず、学校につきましては、学習指導要領に基づく実践的な教育の推進ということで、先ほどお話ございましたけれども、小学校、中学校、高等学校及び特別支援学校におきまして、それぞれ新学習指導要領に基づいた消費者教育が実施されていると承知してございます。

また、高等学校等においては「社会への扉」等を活用した実践的な消費者教育の実施ということで、これからは外部講師の活用等、学校の先生が大変な中、いろいろなリソースを使った実践的な教育の拡充を支援していくことが大事だと考えてございます。

次に、地域社会については、消費生活センターを拠点として取組を進めているところでございます。消費者教育推進法におきましては、計画策定、協議会設置、努力義務ということで定めさせていただいているところ、一定程度進捗していると考えてございまして、消費者教育推進計画、地域協議会につきましては、全都道府県で計画策定、協議会設置が行われているという状況でございます。

また、消費者教育コーディネーターの配置につきましては、速報値では、今年4月時点で全都道府県に配置されているという形になっているところでございます。

また、地方公共団体による講座につきましては、学生、社会人、高齢者に実施。テーマにつきましても、消費者被害防止のみならず、エシカル消費等についても行われている状況でございます。

今後の課題といたしましては、先ほどもお話しいただきましたが、コーディネーターの方々、様々な課題がある中で、さらに深掘りされた支援はどんなものかということを検討・実施していく。そして、関係者の連携、相互の学びを促進していくということが課題だと考えております。

続きまして、職域につきましては、学校については学習指導要領に基づいた教育が行われているのですが、そこを出られた皆様に対するアプローチという部分が今、なかなかできていないところでございまして、こちらについては、現在、まずは事業者の方々に従業員向け消費者教育の中でお取り組みいただけないかということで、後ほど申し上げますけれども、新人従業員向けの研修プログラムというものを昨年開発いたしまして、今年は壮年・退職期向けの教材の開発を行って、これを活用促進していくということが課題だと考えておるところでございます。

続きまして、3ページ目でございますけれども、消費者教育の推進に関する基本的な方針について、第5期でも御議論いただいて策定したところでございますので、簡単に御説明させていただければと存じます。こちらについては、本年3月28日に変更する閣議決定を行ったところでございまして、右端にございますが、法律でおおむね5年ごとに改定す

るとなっておりますのでございますけれども、今回の方針につきましては、一番下に小さい字で書いてあるのですけれども、地方のほうから、消費者基本計画の対象期間と一致させてほしいという要望がございまして、こちらが2年延ばして7年間にしますと基本計画の期間と一致するというので、今回は7年間を対象とする。そして、必要に応じて変更していくということで閣議決定させていただいておりますのでございます。

まず、左側の青い四角でございまして、消費者を取り巻く現状と課題につきましては、消費者の多様化が進んでいるということ。高齢化が進んでいるし、成年年齢引下げがございました。また、新型コロナウイルス感染による影響もございまして、孤独・孤立の顕在化が一層進んでございます。

デジタル化の進展によりまして、商品取引・サービスの形も変わっておりますし、先ほどお話ございましたとおり、情報の取得、そして発信において、被害者であり、また加害者の立場にもなり得るという状況も進んでおりますのでございます。

持続可能な社会実現に向けた機運の高まり、こちらもお話ございましたが、食品ロスの削減でありますとかカーボンニュートラル。そして、SDGs等の機運の高まりもあるところでございます。

自然災害等の緊急時対応ということで、コロナ禍において不確かな情報の拡散等といった消費者問題もございました。

こういったことから、消費者の自立支援ということで、被害に遭わない消費者の育成。さらに、よりよい市場とよりよい社会の発展のために積極的に関与する消費者の育成への要請が一層増しているということ。こういった消費者を育成することによって、SDGsの達成にも貢献できますし、また消費者の脆弱性への対応、個人のウェルビーイング向上にもつながっていくだろうというまとめをしてございます。

そこで、ピンクの箱でございまして、今期の基本方針における基本的視点ということで、4点まとめてございます。

「教えられる」だけでなく、消費者による自ら、そして相互に「学ぶ」、「考える」、「行動する」ということを促進すること。そして、多様化を踏まえたきめ細やかな対応をするということ。デジタル化への対応をしていくということ。そして、消費者市民社会の一員としての行動を促進するという4点を基本的な視点ということで掲げることになりました。

具体的には、太字の部分新たに付け加えたものでございますけれども、まず、体系的な推進のための取組の方向ということで、幼児期から高齢期までライフステージに応じたものということで、継続的に社会に出た後につきましても行っていくことが重要であるということ。そして、行動経済学や心理学の知見も踏まえまして、まずは消費者が自身を知ることが促す観点ということも盛り込んだところでございました。

また、多様な特性に応じたアプローチということで、それぞれ被害に遭いやすい手口・手法等に注意でございますとか、若者が相談しやすいメールやSNS等による相談の実施。また、デジタル化を踏まえた、デジタル化へ対応する、またデジタル的な教材の提供という工夫が必要ということについても盛り込みました。

デジタル化に対応した消費者教育の推進ということで、デジタルのトラブルを回避する知識、批判的な思考力。先ほどの選ぶ力、リテラシーというところだと思います。適切な情報収集・発信能力の重要性が高まっているということ。また、我々のポータルサイトでの連携の促進でございますとか、最新のトラブル事例・教材の提供による担い手の支援を盛り込みました。

また、消費者市民社会構築に向けた多角的な視点の情報提供ということで、社会的課題を自分事として捉えて、自らの消費行動により課題解決できるような取組でございますとか、デジタルを活用した自らの情報収集、そして相互に伝え合う活動を促進するということが重要であること。また、緊急時には、不確かな情報に基づく行動について注意喚起をしたり、適切な意見の伝え方といったことが重要であるということをしっかり発信していくということを盛り込んでございます。

それから、各主体の役割と連携・協働ということで、新たに消費者と事業者の協働ということを盛り込みました。また、地域における多様な主体間のネットワーク化ということで、コーディネーターにさらに活躍いただくことが重要であると考えてございます。

他の消費生活に関連する教育との連携推進ということで、太字の情報教育を新たに盛り込ませていただきました。

右側、消費者教育の推進の内容でございますけれども、各ライフステージで太字部分について重要であるということで盛り込ませていただいております。先ほどお話がありました家庭の部分では、保護者が正しい知識を身につけて、子供と家庭内で話す。また、子供から保護者への情報共有ということもあるかと思います。

また、職域で事業者向け消費者教育プログラムの開発。そして、積極的に取り組む事業者の奨励ということも盛り込みました。

こういった取組を進めるために、左側の緑の丸でございますけれども、消費者教育コーディネーターの配置・育成、そしてコーディネーターの方々の課題や目標の抽出、地域ごとに直面する課題の共有、我々の支援ということをしっかりやっていくことを進めてまいりたいと考えております。

最後に、右下の黄色の箱でございますけれども、KPIの検討・設定ということで、適切な指標を検討し、それに基づき進めていく。そして、地方公共団体で既に先進的にお取り組みいただいているところもありますけれども、推進計画でのKPIの設定ということを促してまいりたいと考えてございます。

次のページでございますけれども、消費者教育推進会議の概要についてということで、新しく第6期の皆様に2年の任期ということで御就任いただいたところでございます。

次に、5ページ、第5期消費者教育推進会議の取りまとめということで、第5期には、基本的な方針の変更を御議論いただきました。

それから、2点目といたしまして、「消費者力」育成・強化ワーキングチームというものを立ち上げ、御議論いただきました。一部の委員に検討委員に御就任いただきまして、「靈感商法等の悪質商法への対策検討会」、昨年秋に、被害の未然防止のためには教育が重要だということでワーキングチームを立ち上げたところでございました。

自身が実践する力として、気づく力。これは、従来の批判的思考力にも通ずるものと考えてございます。断る力、相談する力。そして、周囲からサポートする力ということで、気づく力、働きかける力。そして、被害の起こらない社会ということで、社会へ働きかける力の構築ということが、今、必要な力ということで整理いただきまして、効果的な教材の在り方や普及の方策等について整理いただきました。

一番下にオレンジの四角囲みで、先ほど申し上げたとおり、今期の推進会議における課題についても取りまとめいただいたところでございました。

おめくりいただきまして、6ページでございます。主に最近取り組んできた取組について簡単に御報告申し上げられればと存じます。

まず、成年年齢引下げ、昨年4月から施行されてございますけれども、関係4省庁の連絡会議で実践・定着プランというものを策定し、これに基づき施策を進めておるところでございます。

例えば、ピンクのI番の1ポツ、(3)につきまして、新人研修等を活用した消費者教育の促進。2ポツでございますけれども、シンポジウムやSNS等を活用した若者に対する情報発信。3ポツといたしまして、一番下の親世代を含めた若年者周辺の人への啓発・情報発信等について、このプランに基づいて進め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、高校生徒向けに「社会への扉」という新教材を開発いたしまして、こちらに基づく出前講座を現在、行っておるところでございます。本年度は中学校や専門学校、そして教職員や保護者の方々を対象に加えて、出前講座を行っておるところでございます。

おめくりいただきまして、特別支援学校向けにも、その特性に応じた教材の開発を行いまして、教材の提供、活用の促進を行ってございます。

次のページでございますけれども、中学生向けにプログラムを開発し、様々な支援ツールを用意して活用促進を図っておるところでございます。

また、おめくりいただきまして、「18歳から大人」という特設ページを設けまして、教材の提供でございますとか、X(旧Twitter)を活用した最新の情報提供。また、様々な啓発動画の提供も行っておるところでございます。

続きまして、11ページでございますけれども、繰り返しになりますが、事業者向けの消費者教育研修プログラムの開発ということで、昨年度は新人向け従業員を対象とする研修プログラムの開発を行ってございます。

左下でございますとおり、消費者トラブルの対応でございますとかSDGs、製品安全の考え方等、5つのプログラムを開発し、様々なツールを用意しておりまして、右下に赤字で書いてございますとおり、研修プログラムについてはインターネットで御覧いただけるように提供したり、また出前講座も行っております。

上の四角囲み、令和5年度には、壮年・退職期向け研修プログラムも開発を進めておるところでございます。

続きまして、12ページでございますけれども、デジタル教材ということで、デジタルをデジタルで学ぶ「デジタル社会の消費生活」ということで、学習動画、最新の手口につい

での動画でございますとか、あとはデジタルコンテンツということで、「だまされやすさ」の心理傾向といったようなコンテンツの提供も行っているところでございます。

13ページ、高齢者向け消費者教育教材の開発ということで、スマホの利用とかネットの利用、また生活における教材、それぞれ用意して提供しているところでございます。

次に14ページでございますけれども、靈感商法等の悪質商法対策ということで、本年3月に若年者、一般社会人向け、高齢者向けにそれぞれ最新の手口についての啓発チラシを作成し、自治体にお届けしたり、またネットで提供したり、大学生協と連携してお届けしたりといった取組を行ってございまして、こちらは自治体からも御要望が多く、チラシをお届けしています。

15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の会議、先ほど御紹介いただきましたが、先月17日に会議を開催いたしまして、ワークショップ等で深掘りした議論なども行ったところでございました。

コーディネーターにつきましては、左下の青のグラフでございますけれども、行政職員にお着きいただいている例が多いのですけれども、教員やそのOB、消費生活相談員やアドバイザーの方々、また金融機関のOBがなられている例もございました。

出前講座の派遣先といたしましては、高校が一番多く、また大学、中学校とございますけれども、社会福祉施設や老人クラブ、また企業への派遣の例もあったところでございました。

工夫している取組といたしましては、校長会や教員の研究会に出向いて活用を呼びかけたり、弁護士の方々とのコラボ授業でございますとか、最新メニューを毎年提供しているといった取組が行われてございました。

主な課題といたしましては、連携先の担当者の変更や、コーディネーター御自身の代替わりにより、関係維持が難しいとか、そもそも新たに就任されてノウハウがなかなかない。相談できる窓口が欲しい。リピーターが多いので、新規層への啓発というのが課題だという声も多くございまして、そういったところへの支援が課題だと考えているところでございます。

最後になりますが、消費者庁では消費者教育ポータルサイトというものを設けてございまして、皆様に教材を掲載いただいたり、共有したり、取組の事例。こちらにはメルカリの消費者教育について、例として挙げさせていただいておりますけれども、そういった民間でも行われているような事例・教材、出前講座の御紹介。また、講師の御紹介、こちらを御活用いただくような形で提供したり、すぐに活用できるような注意喚起チラシを掲載して活用を図らせていただいているところでございます。

超過して恐縮ですけれども、以上でございます。

○大藪会長 ありがとうございます。消費者庁の取組についてでした。

ほか、地域関係のところ、国民生活センターとかと関係ありますか、城戸委員何かありますか。後で国民生活センターの方も説明されますけれども、もし何か今の中でコメントがありましたら、御意見をお願いします。

○城戸委員 地域社会というところの関係でございまして、先ほど申しましたように、私

どもの岡山市というのは非常に市域が広いところでございます。地域特性によって全く対応が異なってくるということでございます。特に、消費者安全確保地域協議会の拡大ということの必要性が言われておりますが、私どももその拡大を進めておりまして、その中で、山間部のような、またコミュニティがしっかりしているような地域においては、ある程度の働きかけをすれば、皆さん、非常に関心を持っていただける。ですから、消費者教育を行うということで、出前講座等で働きかけをすることによって、地域自体が非常に盛り上がってくるという事例を見てきております。

それから、都市部といいますか、市街地においては、希薄な人間関係でございますので、公民館を中心としたようなところで希望者を募るといった形での消費者教育というものを進めております。

すみません、地域社会というところで、やや論点がずれているかもしれませんが、そういったことで進めているところです。

○大藪会長 ありがとうございます。

ほかに今の消費者庁の取組内容で、角山委員。特別支援の関係のところ、また文部科学省のところであるかもしれませんが、いかがでしょうか。

○角山委員 私どものほうは、成年後見という形で、認知機能の低下されておられる方とか、そういった方々への支援というのが私たちの権利擁護という視点ではとても大切になりますので、そういった方々は、紙とかでは非常に理解しにくい方々が多くおられますので、先ほどから何度か出ておりますけれども、デジタル、また動画等で分かりやすく、言葉とかも簡単で分かりやすく理解できるような形で進めていただくということが非常に助かるなということで、先ほどの御説明を拝聴しておりました。ありがとうございます。

○大藪会長 ありがとうございます。

あと、地域の学校との関係で、PTAの中野委員、今までの消費者庁の取組で何かコメントがあれば、いかがでしょうか。

○中野委員 回線の調子が悪くて大変申し訳ありません。途切れ途切れで聞こえていたのですけれども、PTAでするので小学生になるのですけれども、それも皆さん消費者という前提の下、いろいろと勉強させていただいた感じではあるのですけれども、いかにこれを小中高と教育の中で見ていくかということと。

もう一つ話が出ていた保護者に対しての消費者教育については、PTAも同じではないかと、これからちょっと考えていきたいなと思っている次第です。

○大藪会長 ありがとうございます。

職域のところ、宮木委員、コメントありますでしょうか。

○宮木委員 今の教育のシステムは、必要なところに必要な情報を届けるのが絶対的に難しいところがありまして、職域というのは、そういう意味では情報を普及させる1つのツールなのではないかと思っております。我々が行うセミナーでも、「B to E」という形でビジネス（business：職域）を介してエンプロイー（employee：従業員）につなげるというルート、すなわち企業さんに伝えた後、その企業さんに勤めている方たちに伝えていくというルートが、情報の普及とか教育というところで1つ有効なのかなと感じています。

事業者を情報媒体としてうまく活用するところをうまく活用できればなと思っています。

以上です。

○大藪会長 ありがとうございます。事業者さんのところに消費者教育ということがなかなか伝わっていきにくいので、そのところをこれからやっていけたら思いました。ありがとうございます。

時間が押しておりますので、それでは、それぞれのところから5分以内で説明をお願いいたします。

金融広報委員会の武井委員から、まずは資料5をお願いいたします。

○武井委員 それでは、資料5を御覧ください。

私がなぜここに座っているかといいますと、消費者教育と金融経済教育というのは密接なつながりがあるためです。沿革から話していると長くなりますので、21世紀に入ってからですけれども、平成12年6月、1ページにありますように、金融審議会の答申が公表され、それに基づきまして消費者教育の重要性について指摘されておりますので、私ども、どうすればいいかということで、そのアンダーラインにありますように、業界、消費者団体、地方公共団体、関係省庁等が参加する貯蓄広報中央委員会、我々の前身です。それから都道府県の貯蓄広報委員会のネットワークを活用し、消費者教育を体系的・効率的に実施することが重要である。また、消費者教育の一環としての金融経済教育を推進していくのだという、ここに根拠があります。

その後、貯蓄増強中央委員会あるいは広報中央委員会を前身とします、私どもの名称も今の金融広報中央委員会に変わりました、その規約の第1条、1ページの下ですが、中立公正な立場から金融に関する広報又は消費者教育活動を行うと規定されておりました、これにのっとって活動しております。

ここからは、皆さんに分かっていただくために、具体的にどういうことをやっているかというのを2ページ以降で示しております。

1つは、私どもの広報誌「くらし塾 きんゆう塾」という7万部の発行部数がございますけれども、年4回発行しております。一番の人気コンテンツが、ここにあります「わたしはダマサレナイ!!」という連載漫画であります。ここで扱っておりますのは脱毛エステに関するトラブルですけれども、それ以外の最近多くなっているトラブルの事例を取り上げて国民の皆様に注意喚起をしております。漫画の制作に当たりましては、先ほど御紹介がありましたNACSさんの消費者相談室の方に監修していただいております。

それから、3ページ目が、私ども金融教育ということなので、小中高、大学にも出前講座といった形などを通じまして金融教育を行っています。大学連携講座の例でありますけれども、目次にありますように、消費者トラブルの現状とか契約の基礎知識、若者が陥りやすいトラブル事例と解決法等々、大学生が日常生活を送るに当たって、非常に重要かつ実践的な内容を取り上げております。

4ページは、オンデマンドのオンライン講座でありますけれども、「マネビタ」というものを開設しております。消費者庁さんには「消費者トラブルに遭わないために～契約の

基礎と最近の消費者トラブル事例～」という講座を担当していただいております。その図の右側にあるとおりであります。成年年齢の引下げを受けて、10月に新講座開講時に内容を刷新したばかりであります。

また、5ページが学校向け教材の具体例ですけれども、これは高校生向けを主とした教材で、「これであなたもひとり立ち」ということで、悪質商法への対応、リボ払い、多重債務問題についてのワークを掲載しております。全国の中学校から好評いただいております。累計150万部以上を無償で提供してまいりました。

そのほか、そこにございますように「18歳までに学ぶ契約の知恵」といった冊子も提供して、教育の現場で活用していただいております。

最後に、今、申し上げましたように、お金と消費生活というのは極めて密接不可分なものであります。消費者教育において金融経済教育が重要な要素と位置づけられているのと同時に、金融経済教育におきましても、消費生活の基礎や消費者トラブルの防止は非常に重要な要素であります。

後ほど金融庁の桑田室長のほうからご説明がありますけれども、金融広報中央委員会は来年中に金融経済教育推進機構に、その機能を移管・承継することになります。新しい機構の下でも消費者教育は引き続き重要な活動の柱になると考えております。

以上です。

○大藪会長 武井委員、どうもありがとうございました。私も金融アドバイザーをやらせていただいているので、次の金融庁の話がこれからの新しいところにつながってくるのだと思います。学校教育でも、皆さん使っていらっしゃる方も多いと思います。

それでは、金融庁から5分程度でお話をお願いいたします。

○金融庁 金融庁の桑田です。資料6を御覧ください。

ページをおめくりいただきまして、金融経済教育をめぐる課題。これまで政府と、今、武井会長からもお話のあった金融広報中央委員会、その他、銀行・証券などの金融関係団体が積極的に学校・職場で金融経済教育を進めてきているわけですが、左下の円グラフにありますとおり、金融経済教育を受けたと認識のある方がわずか7%にとどまっていて、全国的に教育の機会というのが広がっていないという認識がございます。

上のところに課題を幾つか並べておりますけれども、その他、確定拠出年金加入者、DC法では事業主に継続投資教育を行う努力義務を課せられてはおりますけれども、これが不十分であるとか、長期積立分散投資といったリスク抑制効果を認識している方も約4割。また、投資詐欺といった被害事案というのもし引き続き散見されますが、こういったところもしっかりやっていかなくてはいけない。政府、金広委、金融関係団体の取組・連携を強化していくべきではないかといった、いろいろな御意見があります。

こちらにちょっと記載しておりませんが、本日、話題にも出ていた職域ですね。企業で人的投資経営とかファイナンシャルウェルネスとか、従業員向けに資産形成を含め、金融経済教育を行っていくことの重要性というのが、今、よく言われているところではありますけれども、業界団体が個別企業にそういった研修とか授業を行いますよと言っても、どこかで商品売りつけられるのではないかとということで、若干敬遠されるといった声があ

る。これによって教育の機会が広がらないといった声がありまして、ここは公的な性格を持って、より官民一体で教育を進めていくべきではないかといった議論を受け、去年、資産所得倍増プランが策定され、盛り込まれましたのが、次のページ、金融経済教育推進機構の設立になります。

さきの通常国会で継続審査となっていました関連法案も、先週、臨時国会で無事に可決いたしましたして、その根拠法に基づき、金融経済教育推進機構を2024年春に設立。また、夏から本格稼働するというスケジュールで今、関係団体と議論しながら準備を進めているところでございます。

左側に設立に向けたイメージを図示しております。この機構の形態といたしましては、金融庁が監督官庁として所管する認可法人となります。中立的な形での金融経済教育を国全体で展開していくため、政府、日銀、民間団体が進めてきました取組の重複を排除しつつ、より効率的・効果的な金融経済教育の実現を目指してまいります。

この一環といたしまして、民間団体のうち、全銀協、日証協、投資信託協会につきましては、基本的に今、行っておられる事業の全てをこの機構に移管するとともに、資金・人員の面で御貢献いただく方向で議論を進めております。また、その他の民間団体につきましても、人員・資金の拠出について御協力いただき、機構の業務を支えていただく予定としております。

併せて、金融庁及び日銀の関連業務・事業も機構に移管し、資金・人員も拠出する予定ではありますが、その結果、機構の全体イメージとしては、左下の注釈に書いておりますとおり、最終的に経営陣が決定する事項ではありますが、役職員数約70名、年間の予算規模は約20億円、うち9割以上は民間からの拠出で賄うことを想定しております。

右側が機構における取組を記載しております。

まず、顧客の立場に立ったアドバイザーの普及・支援になります。特定の金融事業者・金融商品に偏らないアドバイスを提供する者を認定アドバイザーとして見える化することにより、個人が気軽に相談できる環境づくりを進めてまいります。

2点目が、金融経済教育の抜本的拡大です。公的な性格という強みを生かしながら、企業向けのセミナーの開催など、講師派遣事業、その他イベントを広く展開してまいります。

3点目が、教育の質の向上です。先ほど申し上げた認定アドバイザーなど、機構の講師として活躍いただく方に対する体系的な養成プログラム・研修を導入し、分野横断的な知識習得の機会を確保いたします。

4点目が、教材・コンテンツの充実です。官民の各団体が有するノウハウを結集し、家計管理や生活設計のほか、資産形成、金融トラブルなど、各年齢層に必要な金融リテラシーを整理した金融リテラシーマップの内容を踏まえ、工夫を凝らしてまいります。また、こうした教育内容については、引き続き、消費者庁とも密に連携させていただきたいと考えております。

5点目といたしましては、個別相談事業を実施いたします。セミナーなどで知識を得たとしても、それを具体的な行動変容へとつなげていくためには、個人の状況に応じたアド

バイスが得られることが大事だと考えております。個人が家計に関するアドバイスに価値を見出すきっかけとなることを期待しております。

最後、6点目としては、戦略的な教育を展開していくために、教育活動の目標・KPIを設定しながらPDCAを回していきたいと考えております。

私からは以上です。

○大藪会長 ありがとうございます。機構が新しくできるということなので、そこでまた教育が新しく変わっていくと思いますので、その辺のところは注視していきたいと思います。

続きまして、法務省からの御説明をお願いいたします。資料7です。

○法務省 法務省大臣官房付の奥村と申します。本日の説明に当たりまして、法務省から資料7を配布しております。

まず、法教育と消費者教育との関係について説明する前に、そもそも法教育とは何かという点について簡潔に御説明させていただきます。資料7の2枚目ですが、「生きるチカラ！法教育」のリーフレットを御覧ください。法務省は、このリーフレットに記載のとおり、法教育を「法律の専門家ではない一般の人々が法や司法制度、これらの基礎となっている価値を理解し、法的なものの考え方を身に付けるための教育」と定義しております。

このような法教育は、社会の中でお互いを尊重しながら生きていく上で、法やルールが不可欠なものであることを理解させ、また、多面的・多角的な課題について多様な意見を調整して合意を形成したり、法にのっとった適正な解決を図ることのできる資質・能力を養うことを通じて、自由で公正な社会を支える人材を育成することを目的としています。

また、同じく法教育で取り扱う主な内容としまして、大きく4つの分野がございます。そして、この中で「契約自由の原則など、私法の基本的な考え方」という内容が消費者教育と特に関係する部分となりますが、この点は追って御説明します。

法教育は、これを受ける子供の成長・発達に応じて、小・中・高等学校を通じた法教育を行うことが重要であると考えております。先述のリーフレット2枚目、3枚目に記載しております、法務省作成の各種の法教育教材につきましても、子供の成長・発達段階に応じた身近な事例を使ってロールプレイやグループディスカッションなどを行い、法やルールに基づいて考え、話し合い、公正な解決を導くという体験をし、法的なものの考え方を身につけるための授業ができるよう、その内容や構成に工夫を図っているところです。

そして、このような法教育の普及・推進のため、法務省としましては、先ほど説明させていただいた法教育教材の作成やその周知、また学校や地域の集まりに法務省職員などを講師として派遣して行う、いわゆる出前授業を実施しているところでございます。

次に、法教育と消費者教育との関係について御説明します。法教育と消費者教育との関係につきましては、令和5年3月28日に閣議決定されました「消費者教育の推進に関する基本的な方針」で取り上げられているところです。この変更後の基本方針において、「法教育の内容の一部として、日常生活を支える私法の基本的な考え方を実感として理解し、身につけることが挙げられる」とした上で、「国民一人一人が自立した消費生活を営むためには、消費活動の前提となる身近な法律である私法の基本的な考え方、つまり、契約自

由の原則、私的自治の原則などを理解している必要がある」としています。

この点において法教育は、選択から契約に至る過程の私法の基本的な考え方を理解し、消費者契約の適正化を目指す消費者教育と整合するとされております。すなわち、法教育を通じて、そもそも契約とは何なのか、なぜ契約を守らなければならないのか、あるいは、例外的に契約を解消できるのはどういった場合なのかといったことをきちんと理解していれば、消費者として適切な行動を取り、トラブルを適切に回避したり、解決したりする方法を考えることにつながりますので、法教育と消費者教育は連携して推進することが重要であると言えます。

続いて、法務省が行っている法教育に関する取組のうち、特に消費者教育に関連するものについて御説明します。

まず、先ほど申し上げました法教育教材の作成との関係では、教材において消費者教育に関連する私法・契約といった分野を取り上げています。例えば、小学生向けの教材では、「約束をすること、守ること」という単元を、中学生向け教材では、「私法と消費者保護」という単元を、高校生向けの教材では、「私法と契約」という単元をそれぞれ消費者教育との関係で取り上げております。

また、民法の一部改正によって、昨年4月1日付けで成年年齢が18歳に引き下げられましたが、法務省では、令和2年12月に高校生向け法教育リーフレット「18歳を迎える君へ」を作成しました。資料7の5枚目を御覧ください。このリーフレットは、成年に達する年齢を間近に控えた高校生を対象として、契約を題材として私法の基本的な考え方を伝えるとともに、権利・義務の主体として能動的に行動することの意義や、法的なものの考え方を学ぶものでありまして、令和2年度以降、全国の高等学校宛てに送付しているほか、各地の消費生活センターから、高校生向けの授業などで使いたい等といった要請を受けて提供させていただくこともございます。これらの教材につきましては、法務省のホームページでも公開しており、誰でも自由に利用することができます。

説明は以上となります。法務省としては、今後とも文部科学省や消費者庁をはじめとする関係機関と連携しながら、法教育の普及・推進に取り組んでまいりたいと考えております。以上です。

○大藪会長 ありがとうございます。

江花委員から、コメントありましたら、お願いいたします。

○江花委員 法教育と金融経済教育の部分でしょうか。ありがとうございます。

まず、法教育に関して言いますと、おっしゃるとおり、私的自治の原則や契約自由の原則というのは、消費者教育に通じるものです。どうしても何々教育と縦割りになりがちなのですけれども、消費者教育というのは、隣接する法教育とか主権者教育とか、そういったものにつながっていくということを意識して実施していく必要があると思います。

次に、金融経済教育については、最近、この分野も消費者教育に関わる分野として大事だと思っています。金融庁さんの資料を拝見しまして、今度、金融広報委員会が機構になるということでした。金融経済教育について、消費者問題に関わる弁護士として少し懸念することがあります。いわゆる貯蓄から投資へという形の一つとして、金融経済教育があると

思うのですけれども、一方で、詐欺的な投資取引やFX、いわゆるもうけ話とか副業といったもので、明らかに詐欺だというような被害がたくさんあります。「投資しなければいけない」ということが名目の一つになったりして、そういう被害が広がることも懸念されるところです。

なので、金融リテラシーを育むことが一番大事なことだと思いますので、過度に、あるいは無条件に投資に導くというような内容になってはいけないなということを、皆さん、そういう共通の認識だと思うのですけれども、改めて思った次第です。

以上です。

○大藪会長 ありがとうございます。

それでは、多分、そのこととも関係あるのかもしれませんが、文部科学省から説明、5分でよろしく願いいたします。

○文部科学省 文部科学省でございます。資料8を御覧いただければと思います。

まず、おめくりいただきまして、2ページ目でございますが、文部科学省では、皆さん御存じだと思いますが、各学校、教育段階における消費者教育と、それ以外の社会教育等における消費者教育の推進を行ってございます。

小中高については、学習指導要領というものがございまして、そこで何を教えるかというのを決めているわけでございますが、高橋先生や並木先生からお話があったように、社会科や家庭科などを中心に、発達段階に応じて教えていくというプログラムになってございます。こちらも御案内の方、多いかと思いますが、学習指導要領は大体10年ごとに改訂するのですが、直近、平成29年または30年に新しいものが公示されておりますが、その際に消費者教育の充実を図っておりまして、こちらの資料の左半分のほうにどういう充実を行ったかというのを記載してございます。

それから、右上に大学の取組を書いてございますが、大学、ちょうど成人にもなっておりますし、だまされやすい時期にもなっておりますので、消費者庁さんがつくったチラシなどをガイダンスで配ってくれるように働きかけなどをしてございます。

それらに加えて、社会教育等の分野でも推進している。これが文部科学省の取組の全体像でございます。

おめくりいただいて、次の3ページ目でございますが、教えるためには教えられる方が必要でございますので、教員養成、それから、新しく先生になる方だけではなくて、現場の先生方にも研修をという形で、プログラムなどの提供をしてございます。例えば鳴門教育大学では、坂本先生に教員養成のほうの取組を進めていただいております。それから、現場の職員向けの研修ですけれども、学校の先生方に学んでいただくためにいろいろな研修プログラムを提供しているのですが、消費者教育についても提供してございまして、本年9月に坂本先生の御協力を得まして再録をしまして、新しいバージョンでの研修を提供してございます。

次の4ページ目を見ていただきまして、大学における取組、こちらでまとめて御紹介しております。大学については、平成30年に文部科学省の消費者教育推進委員会、柿野先生に委員に入っている会議でございますが、大学等及び社会教育における消費者

教育の指針というのをまとめまして、こちらに基づいて展開してございます。先ほど申し上げましたように、入学時のガイダンスで啓発する、その際に、例えば「188」の周知とか、そういうことも行っておりまして、これは95.3%の大学等で、そういった学生に対する啓発・提供は行っている、令和3年度の数値ですが、そういう形になっております。

我々としては、できればさらに踏み込んで、3番に書いておりますが、学生が主体となった取組とか、そういうこともしていただけるとうれしいなと思っております、実践例を収集して情報発信などしております。

それから、大学のスタッフの方々、学生支援や教務担当の教職員などに理解していただくということが重要ですので、そうした集まる場で最新の情報などの周知・啓発などを行っているところでございます。

次、おめくりいただきまして、5ページ目でございますが、そうした学校だけでなく社会全体でという取組でございますが、ここにいらっしゃる皆さん、よく実感を持って御理解されていると思うのですが、消費者教育を効果的に行うためには、いろいろな団体が連携して情報共有したり、ネットワーク化することで、より響くといえますか、教育内容もよくなっていくと思っておりますので、文部科学省のほうでは消費者教育フェスタと呼んでおりますけれども、年に数回、全国のいろいろな会場で関係者が一堂に会して情報共有したり、ネットワークを図る会議を設けております。

最近はオンラインと併用の形も定着してまいりまして、本日、チラシも入れさせていただいておりますが、本年度は2月に2回。1回目、近江八幡のほうのチラシが用意できましたので、提供させていただいております。それから、島根と2か所でやろうと思っております。オンラインと併用ですので、もしお時間ありましたら、ぜひ御視聴いただければと思います。

最後、6ページ目でございますが、消費者教育、社会教育の分野でも学校でも、いろいろな場で取り組んでほしいのですけれども、どういうふうに取り組んでいったらいいかわからないという方もいらっしゃるだろうということで、文部科学省のほうで先駆的な実践をされている方とか有識者の方を、消費者教育アドバイザーとして派遣する事業をしております。大藪先生や坂本先生にもアドバイザーになっていただいておりますが、このアドバイザーとコーディネーターさんとが両輪になって進んでいくといいなと思っております、今年は消費者庁さんと連携いたしまして、両方のことを周知するような通知も自治体のほうに出させていただいております。

文部科学省のほうでは、引き続き、関係省庁と連携しながら消費者教育を推進してまいりたいと思っております。以上でございます。

○大藪会長　ありがとうございます。

学校関係の方に伺いたいと思うけれども、時間がなかなか押しておりますので、国民生活センターの説明を聞いてから、一言ずつ学校関係の方とセンターの方に御指摘いただけたらと思います。

では、国民生活センターさん、お願いいたします。

○国民生活センター 国民生活センターからです。国民生活センターの最近の消費生活相談の状況、また若年者・高齢者向けの相談事例、また周知啓発についての取組について御報告させていただきたいと思っております。

全国の消費者センターとネットワークをつなぎまして、消費生活相談情報を収集しております。2022年度は89万6000件、その前の年から5万件ほど増えているという状況でございます。また、契約当事者は依然として70歳以上が多いというのが消費者センターに寄せられている情報でございます。

ページ、おめくりいただきまして、18歳・19歳の消費者トラブルの状況について御報告させていただければと思います。18歳・19歳の相談は、2017年度以降、8000件から1万1000件台で推移しております。また、2022年度の相談は9900件という件数でございます。

商品・役務別に見てみますと、20歳代の相談の特徴に見られる「美」、いわゆる脱毛エステとか医療サービスなど。また、お金に関すること、内職・副業に関する相談が多い。特に、この年はエステの特定事業者が倒産したということがあって、大幅に増加しているという状況でございます。

2022年度における相談の傾向としましては、脱毛エステ。体験で行ったら、しつこく契約されてしまったとか。あと、商品一般と書いてあるのでちょっと分かりづらいですけれども、身に覚えのないものが届くというものでございます。あと、出会い系サイト・アプリ。SNSで知り合った異性に誘導されて出会い系サイトに入ったとか、そういうものでございます。内職・副業は、転売ビジネスとかアフィリエイト内職とか、そういうものでございます。賃貸アパートは、退去時のトラブルというものが上位になっているということでございます。

このような相談情報をSNSで情報発信、注意喚起をうまく取ってほしいというか、自分事として取ってほしいということで、国センで公表してSNSで情報発信して、若者に届くというサイクルを強化しようということで、スマホで見やすい情報。以前ですと、リーフレットとかPDFで長い文章を書いてみたりでありましたが、リード文を短くしたり、スマホで見やすい文章にしたり、絵文字を入れてみたり。また、若者が自分事として興味を持つということを考えて、ターゲット層を明記してみる。また、タイトルの書き方を工夫するということで、今、チャレンジしているということでございます。

最近の公表事例をタイトルだけ申しますと、「【20代特に注意！】簡単に稼げるという副業」という形で、右のリーフレットをつくりながら、またスマホでも見やすいような形で御紹介しているという状況でございます。

ページをめくりまして、大学生協さんとも連携させていただきながら、若者向けの公表についてはツイートをお願いしながら、極力、皆さんに通じるようにということで連携して情報発信させていただいております。

また、高齢者についての消費者トラブルというものと、10個ほど、2022年度ですけれども、多く入っております。

屋根や外壁、水回りの住宅修理。近所の工事をやっていたのだけれども、お宅の屋根、壊れているよとか、保険金で住宅修理できるというような保険金の高額な申請サポートが

来たというものがございます。

また、インターネットや電話、電力・ガス。プラン変更だと思ったら事業者を変えられてしまったというものでございます。

スマホのトラブルも依然ございます。思いがけない高額な料金が来てしまった。

あと、健康食品や化粧品の定期購入ですね。1回限りだと思っていたら継続して来た。

あと、パソコンのサポート詐欺。これはパソコンに警告画面が出てきて、スマホで電話したら契約させられてしまったというものの。

あと、架空請求。宅配便から偽のSNSとかショートメールが来るというものです。

あと、在宅時の訪問勧誘とか電話勧誘。蓄電池の勧誘とか、自宅の売却のトラブルというものがございます。

不安をあおるようなものもございます。コロナで業績が悪くなったのだけれども、カニを買ってくれないというような送り付け商法もございます。

また、インターネット通販。商品が届かないとか、海外からブランド品が届いたけれども、偽物が届いたというものが依然として多いという状況でございます。

高齢者の注意喚起等、22年12月に公表しているものですが、2014年、15年にピークが来た、老人ホームの入居権を譲ってほしいという詐欺がぐんと上がったということがございます。これは相談件数がずっと下がったのですけれども、この21年から急にぐっと上がってしまった。いわゆる消費生活相談の件数の動きをきちんと把握して、キャッチアップして注意喚起していくという取組でございます。

具体的に広報・啓発については、記者会見、マスコミさんを通じた公表と、あと、ホームページ、SNSを通じた公表等しております。

さらに、ページをおめくりいただきまして、最近、YouTube公式チャンネルを開設しました。まずは、商品テスト、爆発シーンとか実験している映像とかを発信していこうという取組をしております。ほかには、TVerとかインスタとか「188」で若者向けに啓発動画を作成しているというものでございます。

ページ、おめくりいただきまして、消費者行政支援のための啓発資料についても作成しております。

「見守り新鮮情報」、月2〜3回発行させていただいております。メールマガジン等もありますけれども、下のほうにリーフレットとして、広報誌に活用したり、出前講座等で御利用いただいていると理解しております。

また、子供・若者向けにも毎月1回、ネットで探したロードサービスで高額が来てしまったという情報とリーフレット等を配信させていただいております。

また、ページめぐりまして、ウェブ版の「国民生活」、毎月15日に発行していますが、最新情報についても報告。「くらしの豆知識」の発行。

また、出前講座用に「くらしのご用心」というのも作成しております。ホームページのほうでも御案内しております。

もう少しページをめぐりまして、教育研修の形でも消費者教育関係、推進のために支援させていただいているのかなと思っております。基本的には、行政職員さん、相談員さん

向けの研修を主にやっておるのですけれども、後段の講師を育成する研修のほうを積極的に実施させていただいております。

ページ、めくりまして、いっぱい書いておりますけれども、真ん中辺りに消費者教育推進のための研修、計16回、行っております。具体的には、講師養成講座の基本的なものとか、高校生向け。消費者コーディネーターの地域コースとして、この1月に兵庫のほうでも開催するような予定になっております。

このような形で相談情報をスピード感を持って注意喚起して、若者向けにそれぞれにすぐに自分事として届けるような啓発など活動をさせていただいております。

以上でございます。

○大藪会長 ありがとうございます。

それでは、「消費者力」のところを消費者庁から2分でお願いします。

○山地課長 では、資料10を御覧いただいて御説明させていただきたいと思います。

先ほど申し上げましたとおり、第5期の消費者教育推進会議にワーキングチームを立ち上げまして、柿野委員等に御就任いただいて整理いただいたところでございまして、先ほど申し上げた「気づく力」等が今、必要な消費者力ということで、効果的な教材・方策につきましましては、若年層、社会人、高齢者をセグメントといたしまして、具体的なトラブル事例を扱ったり、体験型教材によって自分事ができるように、そして自発的な参加や双方向的なやり取りで学べるようにするという、自学や自習ができる教材であること等について、取りまとめいただいたところでございます。

具体的に今、開発を進めておるところですけれども、7ページを御覧いただきたいと思います。「気づきの一步」となる学習プラットフォームの構築ということで、特設ウェブサイト教材を、動画教材とウェブベースのテキスト教材、それぞれつくる方向で検討を進めています。動画教材については、VRを活用したものということで、若年層向けに偽装サークル、社会人向けにSNSネットトラブル（もうけ話）をテーマにしたもの。高齢者については、催眠商法（SF商法）をテーマにしたもの。

テキスト教材につきましましては、文字、そしてイラストなどを活用しながら、ネットトラブル（課金）に関するもの。社会人は、美容医療（エステ）に関するもの。定期購入等、ネットトラブルに関するもの。そして、高齢者向けは、訪問販売・訪問購入につきましまして、それぞれ指導者用教材も併せて開発を進めるということ。

それから、周知広報といたしまして、スケジュールが押しているのですけれども、周知啓発に活用できるようなコンテンツの作成ということもやっております。

8ページは動画教材、9ページはテキスト教材の基本構成になってございます。まだまだ検討中でございますけれども、VR動画で被害を体験した後に、復習動画でこういったところに気づくべきだったか。あと、断るにはどうすればいいかということ。そして、解説動画で有識者の方々から、例えば行動経済学・心理学の視点など、専門的な知見から解説いただくようなもの。

それから、被害者、当事者のお話が一番こたえるのではないかとということで、インタビュー取材の準備を進めているところでございます。

テキスト教材につきましては、こちらも先ほど申し上げたテーマで、被害事例、例えば漫画等でストーリーを描いた後、振り返りで何が問題だったのか、そして、こういったことに気づくべきなのか。さらに、こういったことに気づけないようなこともあるけれども、こうしてくるから気をつけようとか。あとは、断り方については、どういうセリフでやったらいいのだろうか、具体的に復習してみる。例えば、こういう構文で断り方の文章をつくってみようというのを実践してみたり。また、周りの方々がこういった異変に気づいたらいいのだろうか、相談先はどこか、相談した後どんなふうに解決が図られるかということがイメージできることによって、相談する力、働きかける力を育成する。

これは自学でもできるし、座学でも利用できるように、指導者用の教材もいろいろ開発するといった方向で、今、こちらのセットの開発を進めているところでございます。

以上でございます。

○大藪会長 短めでありがとうございました。

あと5分ぐらいあるので、今までのところでお言葉をまだいただいていない、遠藤委員と大槻委員と高比良委員に、コメントを1つずついただけたらと思います。

遠藤委員からお願いします。

○遠藤委員 そうしましたら、今、御説明いただいた「消費者力」育成・強化の取組のところで、こういったものがあるのかなということで、8ページ目の被害者インタビューのところで、もう幾つかケースが集められているということだったのですが、冒頭で原田さんが、SNSとかネットにより意図せず加害者となるケースがあるというお話をされていたかと思うのですが、そういったケースも盛り込まれているのかどうなのかというのが少し気になったところでございます。

○山地課長 結論から申し上げますと、今、御説明不十分だったかもしれないですが、これは昨年秋の靈感商法等の悪質商法の議論に端を発して教材を開発しているところから、そういったものへの対応を一義的な目的としております。ただ、おっしゃっていただいたような発信についても気をつけるみたいなことにつきましては、消費者市民社会の構築に当たっても大事な観点だと思いますので、ちょっと先の課題として受け止めさせていただきたいと思います。ありがとうございます。

○大藪会長 ありがとうございます。

続きまして、大槻委員、お願いします。

○大槻委員 全体を通してですが、京都府の消費生活安全センターでは、高等学校の消費者教育、中学校の消費者教育をやらせてもらっていて、組織的なことになりますが、高等学校は都道府県の教育委員会を通じて実施しましたが、中学校になると市町村の教育委員会になるので、その辺がなかなか難しいなと。これをもし小学校になると、またなかなか難しい問題があるのだろうなということ。

あと、市町村と意見交換する機会があり、消費生活相談以外にも啓発とか消費者教育についても意見交換をしたところ、学習指導要領の内容に沿ったことをやらないといけないので、ちょっとハードルが高い、難しいですねということをおっしゃっていました。

あと、金融教育関係ですが、FXとか暗号投資とか、特に若者はもうけ話のトラブ

ルが多いということで、出前講座でもたまに金融教育関係分野の要請があるのですけれども、消費生活相談員が出向くにあたって、消費生活の分野とは異なるので、その教える知識が違うので、ちょっと難しいところがあるのかなということも感じています。

あと、間違っていたら申し訳ないのですけれども、社会科、公民と家庭科で消費者教育をされるのですけれども、若干内容が異なるのかなということをやっと思ったりしまして、家庭科は消費、社会科のほうは経済とか、そんな感じになるのですかね。ですので、その辺で教材とか、そういうものも異なってくるのかなということも感じています。

あと、障害者の方への消費者教育ということも書いてありましたけれども、障害の種別、障害の段階でも異なるので、やっていくのがなかなか難しいということも感じています。

あと、課題としては、社会人への消費者教育、これはアクセスがなかなか難しいなと感じております。

以上です。

○大藪会長 ありがとうございます。たくさんの課題を挙げていただきまして、学校関係もちょっとコメントがありましたので、坂本委員、高橋委員と並木委員に、もしコメントがありましたらお願いします。

坂本委員、お願いします。

○坂本委員 私も教材を作って、実際にそれを使って学生さんにさせたり、いろいろな教育委員会の先生方に使っていただいたりということを取り組んでいるのですけれども、なかなか広まらないし、教材があれば良い授業ができるかというのと、そうでもなかったりします。それで、教科ごとで学校教育がされているので、教科に応じた教材がないと使ってもらいにくいなということは実感しています。先ほどの「消費者力」の教材もすごく興味深い教材けれども、一体どこで使ってもらえるのかと考えると、ちょっと難しいなという感じで、使ってもらえる場所をよく特定して作ったほうがいいかなと感じた次第です。

すみません、以上です。

○大藪会長 ありがとうございます。

高橋委員、いかがですか。

○高橋委員 今まで教員免許を取るのに、消費者教育というのが必須になっていなかったと思います。今年、見直しが行われて、今度変わっていくと思うのですけれども、教員養成段階で消費者教育に力を入れていただけるのは非常にありがたいと思います。現場の今の教員は、消費者教育に苦手意識を持っているので、文部科学省さんの消費者教育アドバイザーとか教育フェスタというのを家庭科の教員に広めたいなと。1月に部会で県内の全員が集まるので、そこで紹介したりということをやっていきたいと思いました。

あとは、時間をどう捻出するかで、年間指導計画を見直して消費者教育に力を入れるようにという全校の指導に手を入れていく必要があるなというのを感じました。

○大藪会長 ありがとうございます。

並木委員、いかがですか。

○並木委員 今日、お話を伺っておりまして、豊かなプログラムや出前講座や人材がいることを改めて知ることができました。あと、それぞれが連携を取りながら開発や、提供が

なされているということもよく分かりました。

一方で、学校現場のすそ野に至るまでなかなか広まらないという課題もあるかなと感じました。現在、社会的な教育課題の要請が、様々ありまして、今日、出てきただけでも、消費者教育、法教育、金融経済教育がございましたけれども、そのほかに主権者教育や株式教育や租税教育、保険教育、年金教育、デジタル・シティズンシップ教育等というのに関連した領域でありまして、そういったものをどのように、限られた時間や児童生徒の発達段階に応じてつなげ、実施していくかというのが課題と感じました。

○大藪会長 確かにそのとおりですね。学校は時間が決まっている中で、たくさんの教育課程ができていくということ。

高比良委員、いかがでしょうか。

○高比良委員 今日はありがとうございました。

私の場合は、全国消費生活相談員協会という消費者団体の一員の立場と、堺市立消費生活センターの相談員という立場と2つございまして、2つの立場からそれぞれの感想を述べさせていただきたいと思います。

まず、全相協の会員といいますか、消費者教育研究所の一員としての感想ですけれども、文部科学省のほうでは消費者教育アドバイザー、消費者庁のほうには消費者教育コーディネーターという位置づけの各地域で活躍されている方がいらっしゃるということで、

(消費者教育コーディネーターは、)全国でも既に47都道府県及び20政令都市のうちの18、今の段階でそれぐらい配置済みということですが、配置されていない市町村におきましては、消費者教育コーディネーターって何？という、まだそのぐらいのレベルでございます。

それで、私も消費者団体として出前講座に出向きますと、各地域によって、子供さんにしても、地域の実情も全然違ってまいります。そのようなときに、それぞれ文部科学省のほうのアドバイザー、及び消費者庁のほうのコーディネーターさんが、この地域にいらっしゃるということが分かれば、連携を取りながら、その地域の実情等を事前に教えていただければ、出前講座も大変効果的になるのではないかと思います。

それから、一相談員の立場として申し上げますと、先ほども申し上げたとおり、コーディネーターというのがまだ浸透しておりません。アドバイザーについても、もちろんでございます。

あと、相談員の立場から申し上げますと、先ほど国民生活センターの松本部長のほうからも事例としての御報告があったのですけれども、若年者の問題で「美」と「金」に関する相談が最近、大変多くなっておりまして、特にお金のほうが気になっております。それで、今日、金融教育のことのお話も出ましたが、貯蓄から投資へシフトしていくということで、投資といいますと、あまり知識のない若年者及び大人の方もそうですけれども、FXとかバイナリーオプションとか、そういった横文字のものに飛びつく傾向がございます。

特に、インターネットのSNSとかで、そういうものでもうかったという情報がありますと、そういうものに飛びついてしまいまして、特に今、若年層の20歳、21歳ぐらいの方ですけれども、借金を借金と思わずに、誘導されるままオンライン上でお金を借りて問題になっているケースが非常に多くて困っております。一旦お金を借りて悪質業者にお金を払

いますと、もう取り戻すことができません。ですので、そういったことも含めて、本物の金融の知識を身につけるような教育をしていく必要があるのではないかと思います。同時に、インターネットの話もしましたが、正しい情報を選択する力も身につけていく必要があるのではないかと思います。

以上、感想でございます。

○大藪会長 ありがとうございます。

最後に、ACAPから、事業者ということで、佐藤委員、お願いします。

○佐藤委員 事業者の観点から2つ申し上げます。

1つは「消費者力」ですが、第5期で定義はこれからということでしたけれども、これに基づいて推進していくのであれば、「消費者力」って何なのという定義づけはしていったほうが、議論の方向性としてはよりまとまっていくというか。教材づくりが先に行ってしまうと、「消費者力」が何だか分からないという話になると、そこは今後検討していく必要があるのかなというのが1点です。

もう一点は、職域の話が先ほど金融のほうでも出ましたし、あと、従業員の教育のほうに出ましたけれども、企業における教育ニーズを考えたときに、ダイレクトにこの内容に入れても、福利厚生教育の一環という位置づけで、なかなか導入が進まない可能性があるもので、どちらかという、今、企業のお客様対応ですと、クレームなどについてどのようにしっかり対応していくのかとか、そうしたときにお客様とどういうコミュニケーションを取っていくのかとか。

あと、従業員を守るという観点で、カスハラを含めて、どういうふうにしていくのかみたいな、企業の教育課題に直結する形で導入してもらって、その中でこういった教材で扱っているようなことも間接的にというか、例えばあなたも加害者になるのですよということを含めて伝えていくようなアプローチのほうの方が効果的ではないかなと思いましたので、事業者の観点からちょっと申し上げさせていただきました。

○大藪会長 ありがとうございます。

皆さん方からももう少し御意見を受けたいところですけども、時間が押してしまってきました。不手際で申し訳ございませんでした。

今後は報告の内容は事前に読んでいただいて、御意見をいただく時間をもっと取りたいと思っておりますので、事前に勉強できるところは勉強して、あるいは消費者庁さんがオンラインか何かで、オンデマンドで私たちが勉強できるように録音していただいて、これを聞いてきてくださいぐらいじゃないと、時間がもったいないかなと思いました。今後のやり方は考えたいと思います。

最後に、どうしてもこれは言っておきたいということがもしありましたら、オンラインの方も含めてあります。いかがでしょうか。30秒ぐらいで。大丈夫でしょうか。引き続き、検討も含めて会議を進めていきたいと思っております。ありがとうございます。

以上で私のほうの司会は終了ということで、事務局にお返しいたします。どうぞよろしくお願い申し上げます。

○山地課長 ありがとうございます。今回、初回にもかかわらず、非常に活発な御議論を

いただきまして、誠にありがとうございました。私の不手際で、大変申し訳ございません。

それでは、本日は御多用のところ、大変活発な積極的な議論等をいただきまして、誠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、大藪会長とも御相談の上、後日、事務局のほうからまた御連絡申し上げたいと存じます。

それでは、以上で第36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。

○大藪会長 ありがとうございました。オンライン参加の方もどうもありがとうございました。