

第37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 37 回消費者教育推進会議
議 事 次 第

1. 日 時：令和 6 年 2 月 27 日（火）10:00～12:00
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：デジタル化に対応した消費者教育の推進について
 - 1 国等における消費者教育の取組（2）（報告）
 - 2 関係団体等における消費者教育の取組（報告）
 - 3 「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、中野 吉朗、並木 茂男、長谷川 元洋、原田 由里、宮木 由貴子
5. 配布資料：

資料 1 デジタル化に対応した消費者教育の取組について（消費者庁資料）
資料 2 総務省における消費者教育の取組～リテラシー向上・普及啓発推進～
（総務省提出資料）
資料 3-1 キャッシュレス決済について消費者に知っていただきたいこと
（経済産業省提出資料）
資料 3-2 クレジットカード利用時に消費者に知ってほしいこと・注意喚起
（経済産業省提出資料）
資料 4 デジタル化に対応した消費者教育の取組（原田委員提出資料）
資料 5-1 情報化に対応した小学校、中学校、高校、大学での授業事例、消費生活相談
研修事例、韓国の特別支援学校視察結果より（長谷川委員提出資料）
資料 5-2 体験型消費者教育実践例 ネットショッピングを賢く利用しよう
（長谷川委員提出資料）
資料 6-1 国民の安定的な資産形成の支援に関する施策の総合的な推進に関する
基本的な方針（案）の概要（金融庁提出資料）
資料 6-2 国民の安定的な資産形成の支援に関する施策の総合的な推進に関する
基本的な方針（案）（金融庁提出資料）
資料 7 「消費者力」の育成・強化に係る新教材について（消費者庁資料）

○大藪会長 それでは、第 37 回「消費者教育推進会議」を開催させていただきたいと思
います。

皆さん、お忙しいところをお越しいただきまして、本当にありがとうございます。

本日は、江花委員、城戸委員、高比良委員、武井委員がオンラインで御参加いただい
ております。朝比奈委員、楯委員は御欠席との御連絡をいただいております。

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。

本日の議題は、デジタル化に対応した消費者教育の推進についてをテーマとして、1 国
における消費者教育の取組、これは報告です、それから、2 関係団体等における消費者教
育の取組、3 消費者力の育成強化について報告となっております。

前回、いろいろ報告が多すぎて皆さんからの御意見をなかなかいただけなかったとい
うこともありましたので、お忙しかったと思いますが、事前に見ていただき御意見を
いただいたものを、机上配布しておりますが、皆さんに対する御意見の御回答もあると思
いますので、その辺のところももう 1 回確認しながら、1 つ目の議題から進めたいと思
います。

最初に、消費者庁からデジタル化に対応した消費者教育の取組について、3 分程度でお
願いたします。

○山地課長 それでは、早速資料 1 を御覧いただきたいと存じます。

昨年 3 月に閣議決定いたしました「消費者教育の推進に関する基本的な方針」を定める
に当たりまして、委員の皆様にはデジタル化についても御議論いただいたところでござ
いました。

「基本的な方針」には、消費者を取り巻く現状と課題の中でデジタル化の進展が進んで
おり、商品取引サービス・利用の形態が変わっていること、また、情報取得・発信の变化
もあるということについて盛り込みました。

そして、今期の基本方針における基本的な視点として、デジタル化への対応についても
盛り込み、主な事項といたしまして赤枠の部分について記載いたしました。

デジタル化に対応した消費者教育の推進ということで、デジタル関係のトラブルを回避
するための知識、批判的思考力、そして、適切な情報収集、そして、発信能力の重要性が
高まっているということ、当庁のポータルサイトで情報提供や連携を促進していくこと、
そして、最新のトラブル事例や教材の提供による担い手への支援が必要ということにつ
いて盛り込んでございます。

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観点からも、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等について盛り込んだ
ところでございました。

また、一番下の部分になりますけれども、他の消費生活に関する教育との連携推進とし
て、新たに情報教育についても盛り込んだところでございました。

また、「Ⅲ消費者教育の推進の内容」におきまして、学校の中でデジタル教科書等に対

して教材提供でございますとか、また、家庭でも、これはデジタルも含めまして御家庭の中でふだんからお子さんと話すことが被害を予防するということも盛り込んだところでございました。

あとは簡単に御報告でございますけれども、この基本方針を取りまとめる前段といたしまして、第４期の消費者教育推進会議でもデジタルについての分科会の取りまとめというものを行っておりまして、こちらも基本方針に盛り込んだところでございました。

デジタル化に対応した消費者教育といたしまして、消費者教育として重点化すべき内容としては、デジタルサービスの仕組みやリスクの理解、批判的思考力に基づく的確な判断、デジタル技術を活用した情報の収集・発信であること、また、ライフステージに応じて重点化すべき内容ということで、幼児期・中学期はオンラインゲームの課金トラブル等、成人のなかでも若者は成年年齢引き下げ対応、成人期一般につきましては保護者が子供のインターネット利用状況を把握し、話し合ってルールづくりをすることが重要であること、そして、特に高齢者につきましては、デジタル化のメリット、安全安心な使い方等について盛り込んだところでございました。

消費者庁としてはこれまでも様々な教材の提供を行ってございまして、「デジタルをデジタルで学ぶ『デジタル社会の消費社会』」ということで、当庁のほうに新未来創造戦略本部を徳島県に設置してございますけれども、そちらが中心となって動画やアプリで、デジタル生活についてのことなどについて学習できる教材を作成して提供するといったことを行ってございます。

それから、高齢者向けの消費者教育教材も作成してございまして、こちらも新未来創造戦略本部を中心に昨年度活用事例集も作成したところでございました。スマホの使い方、そして、SNSでうまい話にだまされないために等、トラブル回避のための内容も盛り込んでいるところでございます。

最後に、事業者向けの消費者教育研修プログラムを作成してございまして、去年は若手向け、今年は壮年・退職期向けのプログラムを作成しているところでございますけれども、その中で、インターネット取引等についてのプログラムも開発し、こうした教材につきましては、消費者教育ポータルサイトに掲載してお届けしてい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した。

これは消費者庁が今やっている内容の説明ということで、ここは別に御意見をいただくということではないので、何かあったらまた後でということになります。

それでは、ここから総務省さん、それから、経済産業省さんからそれぞれ資料に沿って御説明をいただくのですが、皆さん方から事前に御意見をいただいておりますので、よろしくお願いいたします。５分程度でそれぞれの省庁さんからお願いしたいと思います。

まずは総務省さんから資料２に沿って、よろしくお願いいたします。

○総務省 おはようございます。総務省の加藤でございます。本日はよろしくお願いいたします。総務省における消費者教育の取組ということで、リテラシーの向上ですとか、普及啓発に関しまして簡単に御説明させていただこうと思います。

早速ですが、総務省はそういったリテラシーに関する向上施策を複数行っておりますが、本日は代表的なものを幾つか取り上げて御説明させていただけたらと思います。

1 ページ目ですが、初めに、e-ネットキャラバンという取組がございます。こちらにつきましては主に児童・生徒、そういった子供たちに対して、安心安全にインターネットを利用するための知識や情報に関する普及啓発を行う出前の講座になっておりまして、例えば実際に学校ですとか、そういったところに講師が赴いて講座を行うような形式となっております。

内容といたしましては、ネットの依存、ネットいじめ等に加えまして、著作権の侵害といったような中身を取り入れておりまして、安心安全にネットを使うための情報の共有というような形となっております。

2 ページ目になりますが、インターネットトラブル事例集でございまして、こちらは名前のとおりインターネットのトラブルの事例を分かりやすく解説したのになりまして、こちらも基本的には青少年の方の御利用を主に置いておりまして、ポイントといたしまして、資料にも画像を載せておりますけれども、漫画調のような形で事例を紹介させていただくですとか、また、スマホやタブレットでも閲覧しやすいような工夫等をしておりまして、低年齢層でも見やすいような形の教材となっております。

次に、偽・誤情報に関する啓発教材ということで、昨今、偽・誤情報に関するニュースが世間でも話題になっておりますけれども、それを取り上げたものでございまして、教材といたしまして講義形式を想定はしておりますけれども、もちろん読み物としても学んでいただけるものになっておりまして、そういった偽・誤情報の基本的なところ、偽情報、誤情報、それぞれどういったものなのか、それに対してこういうようなところに気をつけなければいけない、だまされないためのポイントですとか、そういったようなところを紹介した資料となっております。

今お話させていただきましたように、総務省は複数リテラシーに関する取組を実施しておりますけれども、こちらの画像に記載もございますように、どちらかというと、今までは若者向け、かつどちらかというと危ないですとか、そういった危険回避の意味合いが強いようなものをテーマとして取り扱っていたところですが、近年、スマホの普及状況とかも踏まえて、幅広い世代の方がネットやスマホを利用されておりますので、そういった幅広い世代の方が適切にICTを活用できるようなリテラシー向上の推進も行っているところでございます。

5 ページになりまして、我々として、そういった活用に関する検討を進めるために検討会を令和4年の11月に立ち上げておりまして、その中で、今申し上げましたICTを活用するためにどういった能力が必要か、どのように進めていけばいいか、そういったよ

うな観点で、この検討会の中で議論をさせていただいておりまして、一つの取りまとめとしまして、昨年の6月に、そういった取組の方針をまとめたロードマップを公表させていただいているところでございます。

6ページ目がそのロードマップの概要になりますが、こちらは情報量が多いので本当にかいつまんで御説明させていただきますが、このロードマップに関しましては短期的・中長期的に、ICT活用のために幅広い世代に必要な取組についてまとめたものとなっております。例えば短期的に取り組む事項ですと、リテラシーというものはこういったものが必要かという、能力ですとか習熟度の設定、また、それを測る指標の整理などをしております。また、中長期的なほうでいきますと、様々なリテラシーに関する取組を実施されている関係者の方々がいらっしゃいますので、そういった方々との連携ですとか、幅広い世代といっても年齢層ごとに特徴がございますので、そういった特徴を踏まえたアプローチのことが中長期的な取組の事項として挙げられております。

7ページは、今年度は特に幅広い世代に共通する課題についてアプローチをさせていただいているところでございまして、こちらは世代の共通課題ということで、例えばこういった情報をしっかり理解しましょうですとか、デジタル空間における自らの振る舞いをしっかり意識しましょう、そういったようなところを共通課題として挙げさせていただいております。それに関するアプローチをするコンテンツの開発等も進んでいるところでございます。

最後になりますけれども、8ページは、今年度、今申し上げました共通課題に対するアプローチの一つのコンテンツといたしまして、コンテンツの提供・紹介サイトを作成して公開しております。この中で先ほどお示しした共通課題に関する学習ができるウェブコンテンツですとか、また、関係者の方のリテラシーに関する取組を紹介させていただいております。こちらでICTの活用のためのリテラシーと幅広い世代の方に学習の機会を創出するためのコンテンツとして提供させていただいております。

少し駆け足になりましたけれども、総務省のリテラシーに関する取組としての御紹介は以上となります。ありがとうございました。

○大藪会長 総務省の加藤さん、どうもありがとうございました。

また、事前の資料に関しまして丁寧に回答いただきまして、これについては次のところが終わってから、また皆さんから御意見をいただきたいと思いますので、ひとまずありがとうございました。

続きまして、経済産業省さんから、3-1と3-2に沿って御説明をよろしく願いいたします。

○経済産業省 経済産業省キャッシュレス推進室の和田と申します。本日は説明の機会をいただきましてありがとうございました。

経済産業省からはキャッシュレス決済時及びクレジットカード利用時について、消費者に知っていただきたいことについて御説明させていただきたいと思っております。

まず、私のほうからキャッシュレス決済時について知っていただきたいことについて、資料3-1に基づいて御説明させていただきます。

3 ページ、キャッシュレスの現状と目標についてですけれども、2025年までに40%を目指すという政府目標に対して、2022年で36%と右肩上がりでキャッシュレス利用が拡大しております。

4 ページ、消費者の方にとってキャッシュレス利用のハードルについては、使いすぎの不安でありますとか、セキュリティやプライバシーへの懸念というものが主なものとして挙げられております。

5 ページ、これを受けて経済産業省では、キャッシュレスを利用する際に注意すべきことや安全安心を守るために行われておりますセキュリティ対策を分かりやすく説明したリーフレットや動画を作成しております。経済産業省や関係団体のホームページなどで普及啓発をさせていただいております。

6 ページ、加えて、政府公報も活用させていただきまして、キャッシュレス決済を安心して利用していただきまして生活を便利にすることをテーマとして、記事を作成・公開しております。

7 ページ以降は参考となりますけれども、使いすぎへの不安については、例えば前払いや即時払いによるキャッシュレス手段を利用いただくことも有効な対策の一つとなっております。キャッシュレス手段を利用するかどうかは消費者御自身が納得の上で決定していただきまして、御自身のニーズに合ったものを選択いただくことがとても重要となっております。消費者の方が安全安心にキャッシュレスを御利用していただけるよう、引き続き関係者と連携しつつ、適切に対応してまいりたいと思っております。

○経済産業省 経済産業省におきまして、クレジットカードについて監督しております商取引監督課の伊藤です。よろしくお願いいたします。

本日はクレジットカードの部分について御説明させていただきます。特に広報、教育、注意喚起の観点から御説明させていただければと思います。

まず、広報の観点ですけれども、クレジットカードは皆様御存じのとおり、一人一人の信用に基づく代金後払いの決済サービスであります。やや仕組みが複雑なこともありまして、まずは若年層の広報・教育について活動しております。

平時におきましては、2 ポツ目にありますように、業界団体ということで、全てのクレジットカード会社が加盟しております日本クレジット協会におきまして、クレジットを始める前に知っておきたいことですか、使う前に知っておきたいことなど、各種コンテンツについて掲載しております。

一方で、2022年の4月1日に成年年齢引き下げがされましたので、そこにつきましては経済産業省につきましてもとりわけ注意を払っております。経済産業省としても特設サイトを公開しまして、若年層と親和性の高いQuizKnockさんとコラボレーションしてクレジットにまつわる知識についてクイズ形式で紹介などをしてまいりました。

続きまして、2ページ目は教育の観点ですけれども、学校教育の現場でクレジットカードについて知っていただきたいということで、こちらは同じ日本クレジット協会のほうから教員向けの研修、それから、生徒向けの研修ということで出張講座を実施しております。必ずしも直接生徒に対して講座が設けられない場合であっても、先生方から教えていただけるように、教材について無料で配付している次第でございます。

最後に3ページ目ですけれども、消費者への注意喚起ということで、昨今、私たちの政策課題としましては、特に今年度のオンラインでのクレジットカードの不正利用が増加していることについて問題だと考えておりまして、そういう意味では親和性の高い消費者向けの動画ですとか、政府公報を通じた注意喚起を実施しております。

他方で、高齢者の方への認知も課題だと思っております、新聞、それから、雑誌の広告というある種オールドメディアについても媒体で注意喚起等を実施しているところでございます。

以上となります。

○大藪会長 経済産業省さん、ありがとうございました。

今のところ、消費者庁、経済産業省、総務省の説明を3つしていただきました。先ほど消費者庁はこれでということだったけれども、各省庁に対しての御意見ということなので、皆さんから事前に意見をいただいて、それに回答いただいたことに関して、ここはどのようなということもあるかと思しますので、ぜひ積極的に御意見をいただけたらと思います。また、事前にしてなかったけれども、今気になったという点もあったらしていただけたらと思います。いかがでしょうか。オンラインの方もよろしくお願いいたします。

高比良委員、お願いします。

○高比良委員 ありがとうございます。全消協の高比良でございます。

今、総務省さんのリテラシー向上のためのセーフアーインターネットデーについて御説明をいただいたのですけれども、こちらのセーフアーインターネットデーの取組は全年齢の消費者に対してレベルにかかわらず、あらゆる人がいつでも好きなときに学べる内容なので、ぜひ多くの人への周知を求めたいと思いました。

このセーフアーインターネットデーについてなのですが、恥ずかしながら私自身は知らなくて、これについてはどのように広報されていたのか教えていただければと思います。

○大藪会長 高比良委員、どうもありがとうございます。

総務省さん、よろしくお願いいたします。

○総務省 ありがとうございます。

まず、御質問の内容ですけれども、セーフアーインターネットデーというような形でのような周知をしていたかというような御質問でよろしいでしょうか。

○高比良委員 はい。

○総務省 こちらは今、資料の中で御紹介させていただいたウェブサイト、今年のセーフアーインターネットデーに合わせて公開させていただいております。また、国内にはセー

ファーフインターネットデー協会というものがございまして、その協会の事務局の方ともお話をさせていただいて、この取組の中の一つとしてということで、サイトにもファーフインターネットデーのキャラクターといいますか、そういったものの画像も一緒に載せさせていただいているところでございます。

周知に関しましては、各SNSのサービス等で、このような形でファーフインターネットデーに合わせてウェブサイトを開示しているというような周知広報ですとか、また、我々総務省自身もプレスリリースもしておりますし、今回関係者のプラットフォームの方々ですとか、そのほかの団体の方の取組を御紹介させていただいているのですけれども、その中で御協力いただけた企業さんとかでは、同時にその企業さんからもプレスリリースをしてもらっております。

また、省庁の中でも連携をさせていただいております、例えば文科省さんのほうから事務連絡みたいなものをPTAですとか、そういった教育委員会に対して発出してもらったりですとか、また、消費者庁さんとも一緒にコラボレーションさせていただいております、若者ナビのほうで情報発信していただいたりですとか、そういうような形で、我々で取り得る手段を考えた上でファーフインターネットデーという日にちに合わせて周知広報をさせていただいているところでございます。

御回答としては、このような形でよろしいでしょうか。

○高比良委員 ありがとうございます。

私自身、こちらを見せていただきまして、本当に興味深くて、誰でも利用できる内容だと思いましたので、ぜひ今後も広報活動のほうをよろしく願いいたします。

○大藪会長 高比良委員、加藤さん、ありがとうございます。

ファーフというのがよく分かりにくいかなと思ったのだけれども、知っている人はいらっしゃると思いますか。

長谷川委員、どこで知られましたか。

○長谷川委員 ファーフインターネットデーは世界的な取組で、私が知ったのはドイツとイギリスの取組が最初だったのですけれども、日本でもやっているのは実は今回初めて知ったところなんです。

○大藪会長 ということなので、よく知っている長谷川先生もあまりも知らなかったということなので、ぜひ委員のほうにも周知があればいいかなと思いました。

ありがとうございました。ほかはいかがでしょうか。

宮木委員、お願いいたします。

○宮木委員 第一生命経済研究所の宮木でございます。御説明ありがとうございました。

総務省さんの資料を拝見しまして、非常にごもつものなのですが、例えば災害時とか有事の際のデジタルスキルに関して書き添えていただけたらなと思いました。というのは、誤情報とか偽の情報以前に、有事のときは善意で情報を拡散するというケースが毎回見られます。ふだんの状況であれば、きちんと消費者教育を受けて冷静な行動ができる

のだけれども、こういうときに冷静な判断をしないと、かえって社会を混乱に陥れてしまうということも併せて教育の内容に入れていただけると良いなと思いました。

以上です。

○大藪会長 宮木委員、ありがとうございました。

今の点はいかがでしょう。加藤さん、お願いします。

○総務省 御指摘のとおりでございまして、通常時と、そういうような特別な状態は、その人の状態が異なりますので、そういったときでもしっかりと行動ができるようなリテラシーが必要だと我々も思っております。我々もそういった偽・誤情報に対する取扱い・対応というのは非常に重要な項目の一つだと思っております、私は情報活用支援室にはなりますけれども、同じ課の中で情報適正化推進室というところがございまして、そこでも主にそういった偽・誤情報ですとか、情報流通の健全化の施策を推進している室がございまして、そういったところとしっかりと連携をさせていただきまして、異常時にもしっかりと対応できるようなリテラシーの向上を図っていきたいと思った次第でございまして、御意見ありがとうございました。

○大藪会長 ありがとうございます。

ほかはいかがでしょう。

柿野委員、お願いします。

○柿野委員 経済産業省のキャッシュレス決済に関するお話の中で、質問にも書かせていただいたのですが、学校教育、例えば中学校の家庭科では三者間契約の仕組みを学習するようになっていきます。クレジット教育イコール三者間契約みたいな固定観念が家庭科教育の中にはあるように思います。今の話で、キャッシュレスを不安なく使うとか、すごく変化が激しい時代の中で、キャッシュレスに対して消費者がどう向き合っていくべきかということも含めて、小学校、中学校、高等学校、それぞれの発達段階に合わせてどんなことを学んでいくべきなのかという整理が必要なのではないかと思います。この後、学習指導要領の改定も行われるので、こういった整理を推進会議から示せていけると良いなと感じました。感想です。

○大藪会長 ありがとうございます。

経済産業省さん、いかがでしょう。

○経済産業省 御意見をいただきましてありがとうございました。

おっしゃるとおり、いろいろと子供が成長していく中で、現金にかかわらずキャッシュレスという新しい手段に向き合いながら安全に便利に利用していく形が非常に重要なことと思っておりますので、我々のところでどういった支援ができるのかとか、どういった役割ができるのか、こういうところも文科省さんといろいろと御相談しながら、望ましい方向に向けていろいろと連携していきたいと思っております。

○大藪会長 ありがとうございます。

ただ、学習指導要領で入れても、学習指導要領は10年間ぐらい使うわけですが、

教科書はどんどん変えていかないと、副教材が結構重要になってくるかなと思いました。

では、原田委員、お願いします。

○原田委員 御発表ありがとうございました。

経済産業省さんの資料について御質問をお願いします。事前にも御質問させていただいたのですが、キャッシュレスに関して、特にクレジットカードとかに関しましては割賦販売法という法律の規制があるのですけれども。翌月一括払いみたいな後払いについては割賦販売法の適用外ということで、今のところ何のルールもない。未成年者も普通に借金をして買い物ができるという状況について何らかの消費者教育のお考えがあるのか。また、今や避けて通れない買い物をしたらもらえるポイントというの、電子マネーとは違いますが、実質上、経済的にはポイント経済圏と言われるぐらいポイントで貯めて買い物をするというのが当たり前のようなキャッシュレスの世界イコール当たり前のようになっている。ここの法規制がないようなところについての啓発の方法についてのお話です。

もう一つは、直接クレジットカードが悪用されるというよりは、最近はクレジットカードをひもづけているようなショッピングサイトのIDとか、もしくはプラットフォームのIDがフィッシングとかで盗まれて、ひもづけられているクレジットカードが悪用されるのか、そういうような間接的なクレジットカードの不正利用に関してどうお考えになっているのか。キャッシュレスに関しましては、私は個人的には9割方キャッシュレスで生活しているのですけれども、とはいえ、省庁がばらばらでありまして、主に金融庁とか経済産業省、そして、法律の管轄外の決済というのが入り乱れているようなところをどう整理して、皆様の省庁が啓発をされているのかというようなところを教えていただければと思います。

○大藪会長 原田委員、ありがとうございます。

和田さん、お願いできますか。

○経済産業省 御質問いただきましてありがとうございます。

おっしゃるように、いろいろな決済手段が出てきておりまして、クレジットカードが全体の決済のメインになってくるころではあるのですけれども、委員の方におっしゃっていただいたように、後払いができるようなものも新しく出てきておりまして、そういったものにどのように対応していくのかというものは、今後の普及状況を見つつ適切に考えていくべきでありますし、そういったサービスというもののメリットとかデメリット、注意点みたいなところもしっかりと情報提供していくことが重要になってくるかなと思っております。

ID管理とかの件について、監督課さんから何かありますでしょうか。

○経済産業省 御質問ありがとうございます。

IDそのものについては、おっしゃったようにクレジットカードそのものではないのですけれども、今、不正利用の観点で私たちが問題だと思っているのは、クレジットカードを利用するときに、特にオンラインですけれども、本人認証が十分にできていないところが

ありまして、こちらについてはいわゆるECサイトに直接クレジットカード番号を入力するときだけでなく、紐付けるようなときにもできるだけ本人認証していただくことで、まずはクレジットカードが悪用されないという点において、できることをやっていきたいと考えております。

以上になります。

○大藪会長 ありがとうございます。

原田委員、よろしいですか。

ポイントのところもすごく大事です。ポイントありきで今話が進んでいます。

ほかはいかがでしょうか。

末吉委員、よろしくお願いします。

○末吉委員 御説明どうもありがとうございました。

私からは消費者庁に1点意見と、経済産業省と総務省の方々に1点質問がございます。

まず、消費者庁に関してです。資料1のページ3に、デジタル化に対応した消費者教育を消費者が身につけることは、持続可能な社会の実現に資すると書いてありますが、持続可能な社会、あるいは循環型社会形成のためにREコマース、経済産業省のほうはCEコマースという新しい言葉に替えましたけれども、つまり、リユースとかリース、レンタル、サブスク、シェアリングといったような分野で取引される製品というのが今後増えてくだろうと注目されています。REコマース、CEコマース的な商品というのは所有者がどんどん変わっていくので、そういったものがオンライン上にてデジタルで取引されていくことになる、消費者にとって不安な要素が多いと思います。

今後、CEコマース、循環型社会に資するような製品・商品を消費者に購入していてもらうためにも、需要づくりも必要なのですけれども、今から消費者教育の中でこういった観点の製品についても、どのように取引をしていくのか、あるいは購入する際の注意点などが伝えられるべきであると考えます。

次に、経済産業省と総務省の方々に質問ですけれども、それぞれ様々な啓発をやってくださっていて大変ありがたいと心強く感じました。昨今、消費者が多様化していて、特に外国人の方も多くなっている中で、こうした啓発の取組は、外国人に向けてはどのような対応をなさっているのか、もし何かございましたら教えていただけますでしょうか。

○大藪会長 ありがとうございます。今のは総務省さんでいいですか。

○末吉委員 最初の意見が消費者庁の皆様で、外国人の方々に向けて何か対応をなさっているか、の質問は経済産業省と総務省の方々に、それぞれにお願いできたらと思います。

○大藪会長 では、消費者庁のほうからお願いします。

○山地課長 御意見ありがとうございます。

デジタルについては、持続可能な社会の実現に資するという文脈での周知はなかなかできていない部分なので、関係省庁と連携しながら、そういった部分も拡充、検討していきたいと思います。

○大藪会長 それでは、総務省の加藤さんからお願いできますか。

○総務省 御質問ありがとうございます。

国内にお住まいの海外の方に対する特別なアプローチというような御質問だったと思うのですが、リテラシーに関して、例えば海外の方に向けた何かを特別にやっているかというところでは、そういった点の取組は、こちらで今お話しするようなものは特段実施していないところでございます。

他方で、今の御意見の中で、国内で海外の方にもしっかりと情報が届いて、また、理解してもらえるような形でコンテンツですとか情報を提供していくということは、おっしゃるとおり重要なことだと思いますので、今後、我々のリテラシーに関するコンテンツですとか、ウェブサイト展開をしていく上では、そういった点もしっかり留意した上で、今後の展開を進めていきたいと思っております。

○大藪会長 ありがとうございます。

では、経済産業省の和田さん、お願いできますか。

○経済産業省 御質問いただきましてありがとうございます。

現在、外国人の方に向けた啓発を特化し何かやっているかといったら、今はできていない状況でして、恐らく外国から旅行にいらっしゃる方ですと、その国で普及しているキャッシュレス手段でありますとか、その普及状況によって、どういったことに気をつけなくてはいけないとか、どういう問題が起こっているのかというところが変わってくるかと思っておりますので、その国の事情に合った啓発・注意喚起が必要になってくるのかなと思っております。日本にお住まいの方については、日本の決済事業者さんが提供されているサービスを利用いただいていることになるかと思いますので、そこは決済事業者さんと連携して、必要なメリット・デメリット、また、注意すべきことみたいなところは、日本の方々に限定しないで外国の方も含めて安心して利用できるような普及啓発が重要になってくるかなと思っております。

○大藪会長 ありがとうございます。

多分まだいろいろあると思っておりますけれども、進めていって、最後のほうに皆さんに御意見をいただける時間があると思っておりますので、よろしくお願いいたします。

議題2のところで、今のところはキャッシュレスとかデジタルの話で今日のメインですが、今日は関係団体における消費者教育の取組ということで、皆さんに資料もお渡ししていたと思いますが、原田委員と長谷川委員から御報告をいただきたいと思っております。

まず、原田委員から、続きまして長谷川委員からということで、5分程度でよろしくお願いいたします。

○原田委員 ECネットワークの原田でございます。今日はお招きいただきありがとうございます。私のほうから資料の御説明をさせていただきます。

我々一般社団法人ECネットワークをお初の方もいらっしゃると思います。トラブルなく安心して利用できるEコマース市場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、インターネットに関連した専門の消費者相談をオンラインの形で無料で受け付けさせていただいております。

活動としましては2ページ、こういった相談内容等から分かることから、行政、そして、EC事業者、各団体等にいろいろアウトプットをするという形で、こういった場も行政さんとアウトプットという形で存在しております。

私がメインにやっておりますのは右側の矢印でございまして、御相談を私のほうで全てお受けしておりますので、消費者相談を踏まえまして、一般の消費者の方、そして、学校関係者の方、消費者センターさんの相談員さんの方、いろいろな方々を対象に消費者啓発等の講座を年間に80か所から90か所でしております。

例えば我々のところにどういう御相談をいただいているかというようなもの、特に若年層で代表的なものを書かせていただいております。

最初のほうはよくある定期購入みたいなものなので、いわゆる広告の問題という点でネットショッピングの悪質な広告で被害に遭うというもの。

そして、SNSで当選したとあって、これもアフィリエイトと同じなのですが、相手に言われたとおりサブスクリプションの契約をしてしまったというような、先ほど御質問させていただいたようなポイ活みたいなものから悪質なサイトに引っかかる。SNSをきっかけとしたものです。

そして、ゲームアカウントを売買するということで、最近ゲームを卒業するときに、単にアプリを削除するのではなくて、強くしたアカウントをそのまま販売してしまうというようなプラットフォームもありまして、そこで出品していたら逆に詐欺に遭ってしまったということなのですが、実はゲーム会社でアカウントの販売は規約違反となっておりますので、実はこれは被害に遭っているように見えて最初の行為は加害行為であるというようなことに気がついていないというもの。

そして、最近ライブコマースとあって、いろいろ新しいプラットフォームも出ておまして、中国で非常に人気のようなテレビ通販の生放送みたいな形で取引をして被害に遭うというようなものです。

解決には決済会社やプラットフォームの協力をいただくというような形です。なので、ライブコマースに関しましてプラットフォームの協力でお金が返ってきたというようなことがございますけれども、こういった事例がございます。

4ページですけれども、こういった消費者相談の内容の傾向としてはSNSが避けて通れないということ、そして、不正な広告がネットの場合は特にしやすいということ、そして、サブスクやデジタルプラットフォームが多様化しているということ、そして、詐欺手口も多様化しておまして、単にお金は払ったけれども物が届かないだけではなくて、今の被害というのは、お金を返すと言って、さらに尻の毛まで抜かれていくという特殊詐欺に近いような状態になっているのが今のネットの詐欺の手口になっております。

これらは越境が当然入りますし、特にBtoC・BtoB・CtoCというように、誰が消費者で誰

が売主なのかというような区分けが曖昧ということがございます。

そして、被害者・加害者が表裏一体ということで、本人は気がついていないのですが、実は加害者側になっているようなケースも結構拝見します。

フェイクが蔓延ということで、御存じのとおり生成AIが非常によくできておりますので、平気でフェイクの広告がネット上に出てきてしまうということで、匿名化が高いものですから、解決の困難化ということで、啓発の分野が必要になってきているということです。

5 ページにまいりまして、消費者啓発のポイントとしては若年層、青年、高齢者、大体こんな感じで分けられるのですけれども、その世代に合わせたリテラシーの向上ということで、特に対象の方々を理解することとリスクが必須ということで、啓発を行ってみますと、上から目線で話すことは絶対NGでありまして、その方々の考え方を尊重した上でお話しすることで、初めて共感が得られると思っております。法規制が全てなじむ世界ではありませんので、啓発の必要性が高い分野かと思っております。

6 ページ、そういった啓発活動している中の課題として私が個人的に思いますのは、属性や年代にも差がありますけれども、同世代の中にもリテラシーというのは、特に金融とネットに関しましては差が激しいところがあります。

そして、加害者側になるリスクの認識がなかなか啓発教材では得られにくいということ。

そして、啓発する側の一方通行になりやすいということで、啓発している側は一生懸命やっているのですけれども、聞いている側が、特に学生さんとかの場合ですと、無理やり聞かされているみたいな感じになりますと、それをどのように興味を引きつけるかというポイントが出てきます。

そして、啓発者側の技量に頼るところが残る。お話がうまい人もいれば、そうではない方もいらっしゃいますので、その差が出るということがアナログな部分で出てきます。

そして、社会の動きに教材内容が追いつかないということで、こちらもアナログでつくる以上、ネットに公開していたとしても一々つくっていたらば、それに動きが追いつかないというようなことです。

次の7 ページですけれども、多様化する消費者像に関しまして、どのように啓発していくのかというような在り方について個人的に考えたところです。

正確な情報が必要な人に取得させるための方法として、例えばこういった消費者教育の場にいられない方、受けられない方々もたくさんいらっしゃいますので、そういった方々が正しい情報を得るためにどのようにしたらいいかというようなことも消費者啓発としては考えなければいけないと思っております。

8 ページですけれども、デジタル化における消費者啓発の今後の在り方ということで、私の個人的な意見ですけれども、こういった教材を一つ一つつくって公開してやっていく方法も大事ですけれども、せっかく技術が進歩していますので、例えばAIとかを活用しまして、その人に合わせた啓発教材というのがAIの学習によってできるようなアプリ、まして、その人の入れたアプリの環境によって、その人に合わせた啓発ができるというような

方法が考えられないか。当然それは行動パターンとかの分析が出ますので、プライバシーに絶対配慮が必要ですので、プライバシーに配慮したパーソナルな啓発というのも一つの手段ではないか。

そして、啓発側も情報発信するだけではなくて、せっかくSNS等の技術がありますので、積極的に情報をつかんで分析して、お節介に「あなた、それは詐欺だよ」と言ってやるぐらいの使い方もSNSはありなのではないかと思っておりますし、そういった技術的な部分については、いろいろな業界団体との連携もあるかと思います。

自立した消費者を目指して、その手助けをするということですが、当然被害に遭いましたら救済される権利も持っているということをお伝えするというような内容でいきたいと私は思っております。

以上でございます。

○大藪会長 原田委員、非常に簡潔に分かりやすく御紹介いただきましてありがとうございます。

皆さん方から御意見とか御質問があると思いますけれども、長谷川委員のお話を聞いた後にいただきたいと思います。

長谷川委員、どうぞよろしくお願いいたします。資料5-1と5-2ということで、5分程度でお願いいたします。

○長谷川委員 では、今から資料5-1と5-2について説明させていただきます。スライドが32枚ありますので大急ぎでいきます。

内容としては、まず、消費者教育の推進に関する基本的な方針の中で「教えられる」だけではなく、消費者による自ら及び相互に「学ぶ」「考える」「行動する」ことを促進することがうたわれています。

同時に、デジタル化に対応した消費者教育の推進ということもうたわれております。

この2つに関連する私と共同研究者の上野、新谷の成果を今日紹介させていただきます。

小学校、中学校、高校の授業実践事例を紹介します。3つの実践事例です。

まず、小学校ですが、QRコード決済を小学生も使っているという実態があるので、それを家庭科の授業の中で行う教材と授業を開発しました。QRコード決済については経験差がありますので、その経験差を埋めるために授業の中で疑似体験をして、全員がQRコード決済を経験した上で考えることができるような授業にしました。

また、ゲーム課金に使うためのチケットカードを買うのか、鉛筆だとかお菓子だとか、クッションといったような実体のあるものを購入するかは子供が判断するという一方で、何に消費するかということも自分で考えるというような内容にしました。

先生が店員役をして、子供たちは品物と学習用タブレットを持ってきて、それでキャッシュレス決済を行うという形を採って、全員が経験することになります。

その上で、個人、グループ、クラス全体のそれぞれのレベルでキャッシュレス決済と現金決済の便利な点と不便な点について考えて話し合っ、それぞれの特徴をきちんと理解

するという行いました。

また、自分のお金の使い方について振り返りをして、お小遣いの使い方についての思考も深めるという形をました。

事例2はクレジットカード決済を疑似体験するというものです。これは13年前から行っている研究になるのですが、疑似体験用のクレジットカードをつくりまして、これを授業で使いました。これはどこの学校でも使えるように、プリントアウトすれば授業用のクレジットカードがつかれるように、サイトにはPDFファイルをアップしてあります。子供たちはクレジットカードを使っていないものですから、それを授業の中で疑似体験して、並行して銀行振込の疑似体験もして、それぞれのよさや注意点を学ぶ。

家庭科の授業ですので、三者間関係でお金の流れがどうなっているのかということを経験するというような授業を開発しました。

続いて、高校の授業です。18歳成人に合わせて消費者庁作成の「社会への扉」が発行されましたけれども、それを使って質問づくり(QFT)という手法で探求的に学ぶ授業を行いました。Microsoft Teamsとパワーポイントを使ってグループでスライドを共同編集するのですが、自分たちが考えた質問を使って探求的に学習し、それをクラス全体で共有する形で進めました。4時間構成で全ての内容を学ぶという授業です。

続いて、大学での事例ですが、これは私のゼミの事例なのですが、金融経済教育に力を入れている企業さんに協力していただいて、そちらに提案する活動、それから、財務省東海財務局に対してアクティブラーニング型出前事業のプランの提案というを行いました。どちらも学生から先方に対して提案するという活動を通じて、その中で様々なことを学ぶといったアクティブラーニング型の授業の中でアクティブラーニングのモデルを考えるという実践を行いました。

事例5は消費者生活相談員の方向けの研修となります。こちらも質問づくりという手法を使って行ったのですが、京都府消費生活安全センター様が公開されているビデオを利用させていただいて、この冒頭2分16秒のところだけを見て質問を考えるということを経験生活相談員の方々に体験していただきました。教えなくても学ばせることができるのだということを、まず身をもって体験していただくという研修を行いました。

最後に、これは外国の例なのですが、韓国の特別支援学校を視察しました。韓国はキャッシュレス決済が日本より進んでいるのですが、特別な支援が必要な子供たちにどう教育しているのかということを知りたくて行きました。

この写真は空港のレストランの写真なのですが、キオスク端末というものがコロナ禍で急激に普及したそうで、タッチパネルで注文から決済まで行うということです。それがファーストフード店でも導入されているということで、子供たちが現金の使い方だけではなく、キオスク端末でキャッシュレス決済までを学校の中で疑似体験して学ぶということを行っているそうです。

こちらは高校の特別支援教育の例なのですが、高校の中にお店があって、そこもキオス

ク端末があつて、それで実際に会計をするということを行っています。

韓国では青少年カードというものが国から配られて、全ての子供たちがそれを持ってキャッシュレス決済を行っているということです。こういった教育が必ず必要だとおっしゃっていました。

一方で、家庭における負債が増えているという問題があります。これに対応してかどうか分からないのですが、韓国の高校で使っていた教科書の中では、返済する能力、信用というものが重要であるということが説明されていたり、それから、クレジットスコアについての解説のページもありました。だから、今後キャッシュレスが進んでくると、個人個人のクレジットスコアを利用されることも増えてくると思いますので、こういった教育も消費者教育の中に入れていく必要があるのではないかと思います次第です。

以上です。

○大藪会長 ありがとうございます。

5-2のほうはいいですか。

○長谷川委員 5-2はクレジットカードを体験して行う授業の指導案になります。これはコピーOKマークをつけてありますので自由にコピー・配付が可能になっています。ぜひ御利用いただければと思います。

○大藪会長 ありがとうございました。

長谷川委員はほかにも小学校用にもつくっていらっしゃるのを私もいろいろ使わせていただいて、非常にオープンにいらっしゃるのですごく使いやすくて良いなと思っております。

それでは、原田委員と長谷川委員からいろいろな事例紹介という内容になりましたけれども、それについて何か御意見だとか御質問があるのではないかなと思います。いろいろ事前にも書いていただいておりますので、それについて回答もありますけれども、それについてでもいいですし、それ以外でもいいのでよろしくお願いいたします。

高橋委員、どうぞ。

○高橋委員 伊勢崎高校の高橋です。

原田委員のお話の中にありました啓発する側による一方通行になりやすいというのは、高校の授業の中でも本当によくある話で、今までの授業というのは知識を本当に教えていく、詰め込んでいくという授業が長いこと行われていました。

高校の家庭科は3年間で2単位しか学ばない学校がほとんど、7~8割なのです。大体は1年生か2年生どちらかで1年間70時間、週2時間の35週なのですがけれども、実際にはいろいろな行事でつぶれますから、70時間はない場合が多いです。

本校の年間指導計画を見ると、消費者教育については7時間充てているのです。だから、この7時間の中で今いろいろ出していただいていることを教えていかなければならないわけです。いろいろな言葉を教えていこうと思うと本当に暗記です。キャッシュレス決済とは、クーリングオフとはみたいなものを授業で教えていって、生徒は授業が終わると一旦

忘れるのです。テスト前にもう1回暗記し直して、テストが終わったらまた忘れる。家庭科に限ったことではないのですけれども、そういった授業が長いこと行われてきたのかなと思います。

そうしたら、どうやってこれを生徒にきちんと自分ごととして捉えてしっかりと考えさせる授業ができるか。7時間の中でいろいろ考えていただいている教材や出前事業を有効に使いまして、それだけではもちろん不十分ですので、家庭科の授業の中にはホームプロジェクトという課題解決学習が必修として位置づけられているのです。これをどこでやらせるかということ、大体の学校は夏休みとかが多いと思うのですが、冬休みなどの長期休暇のときに生徒が自分で取り組む。必ず実践がなければならないのです。自分で問いを立てることが大事で、そして、計画を立てる。そして、自分の家族の中で課題解決学習をしていくわけです。振り返りを行って新たな課題を見つけるというような学習を必ずやらなければならないことになります。

これを有効に使いまして、例えばキャッシュレス決済について学校で学んだけれども、これを自分の家ではどうなのだろうか、自分はまだクレジットカードを使っていないけれども、自分の母親はどうなのか、何枚ぐらいクレジットカードを持っていて、果たして使いすぎているのだろうか。母親に例えば聞き取りをする。お母さんがカードを使いすぎている感じはないかとか、どんなものを買っているか、食費なのか、それ以外のものなのか。

あとは自分ごとで言えば、プリペイドカードは持っていて、どうも自分はプリペイドカードだと残高があれば買ってしまう。現金で自分は使うようにしたときと、どのくらい使いすぎているかというようなことを、例えば2週間と期間を決めてプリペイドで払ったときと現金を使ったときにどのくらい差が出るかとか、それから、母親のクレジットカードを家計簿アプリとひもづけて、ある一定期間調べて分析をして、こういう課題が自分の家庭では分かったと、では、どうしていったらいいかということを自分で考えて課題解決をするといった学びをしていく必要があるのだろうなと思います。

こういった学び方は家庭科だけではなくて、高校では探求学習といって非常に今重視されていて、総合的な探究の時間以外でも全ての教科を課題解決的に学ばせようという流れがあるので、消費者教育はたくさんやらなくてはならないことがあるのですけれども、生徒が主体的に学ぶというところでやらせていったら、本当に自分ごととして生徒はしっかりと落ちるのではないかなと思いました。家庭科としてはホームプロジェクトという課題解決学習、必ず実践がある課題解決学習を重視していくのが大事だと私は思っています。

○大藪会長 高橋委員、ありがとうございました。

ホームプロジェクトのところで、多分、長谷川委員がおっしゃったQFTみたいな自分で質問を考えながらというのが課題解決型の探求的な時間になるのかなと、それをいろいろなところでやっていくのが大事なかなと思いました。

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武井です。

今、ずっとお話を聞いていますと、デジタル化が取り上げられています。とりわけクレジットカードが中心なのですけれども、2人の方がおっしゃいましたように、これから間違いなくクレジット社会になります。利用率目標が80%と高いものを示しておられましたけれども、自分自身のクレジットカードの利用状況であるとか、あるいは海外の実情を見ますと、それぐらい行きそうな気がします。

私はロンドンに勤務していたことがあるのですが、ロンドンの地下鉄を見ると、今、非接触型のクレジットカードでタッチしないでそのまま通過していくだけで乗車できるようになっています。これはすごいなと感心しました。このように、生活の各面にクレジットカードが広がってくると思います。

一方で、クレジットカードの広がりには注意しなくてはいけないこともいっぱいあると思います。欧米の例を見ていると、消費者金融教育の中心はクレジットカードをどうやってうまく使っていくか、あるいは使いすぎに注意するかということに力点が置かれているような気がします。例えばイギリスのMaPSではクレジットカードの使いすぎを警告しています。特に注意を喚起しているのは、いわゆるリボルビングとか分割払いとか、そういったことをどうしても金融知識のない若者であるとか、あるいは所得の低い層とか、例えば10万円払うところを初回1万円ですという、それに乗ってしまうのですが、実はその後、9万円払うのは非常に高い金利を払っていくことになります。

したがって、今申し上げたような海外の金融教育をする当局というのはいわゆるリボルビングとか分割払いは高い金利がつくので注意しましょう、ということを中心にして教育しています。それは我々金融広報中央委員会も同じことであります。

もう一つは、長谷川先生が韓国の事例を取り上げておられました。クレジットカードだけではないですが、一般に物を買った後、払わないということになると、いわゆるブラックリストに載るということです。ブラックリストに載ると、例えば住宅ローンを借りようとか、教育ローンを借りようと思っても借りられないことになりますので、これも所得対比で、信用というかローンといいますか、そこは注意しながらうまく使いたいということを海外では教育しています。我々もそうしております。その点だけ申し添えたいと思います。ありがとうございました。

○大藪会長 武井委員、ありがとうございました。

海外の教育のところをどのようにして日本にも取り入れていくかとか、クレジットの三者間取引だけではなくて、そういった影響ということもあったと思います。

佐藤委員、いかがですか。

○佐藤委員 ACAPの佐藤と申します。貴重なお話をありがとうございました。

原田委員の資料で御質問ですが、事業者という立場に立ったときの消費者教育といいますと、もちろん自社従業員に対してもありますが、中期的なマーケティングやブランドの位置づけとしての各種消費者啓発ということがあると思います。資料の8ページにある事

業者や団体とのデジタル化に対応した技術連携というのはこういったイメージなのか、補足というか、さらに教えていただけるとありがたいです。

○大藪会長 佐藤委員、ありがとうございます。

では、原田委員、お願いします。

○原田委員 御質問ありがとうございます。

消費者啓発の教材というのは、いろいろな事業者団体さんとか企業さんとかと既にいろいろつくっていらっしゃるのではないかなと思います。ここで技術と書いておりまして、そういったアプリを開発したり、そういった本人の行動のパターンとか、そういうようないわゆる世でいうビッグデータみたいなものの本人、個人の情報を使って、そういったアプリを開発するとかというのは民間の企業さんのほうが優れている点が多いかと思うので、そういった技術的な部分のところの提携というような部分で書かせていただいたような感じでございます。

○佐藤委員 大変よく分かりました。ありがとうございました。

○原田委員 もう一つ、高橋先生からの御意見、本当にありがとうございます。

まさにおっしゃるとおりでございまして、7ページに書いてございますように、在り方というところに、一方通行だから自分は関係ないというところから、自分の弱点を知るために自分を自己分析していただくというようなことで、啓発を受ける立場だけではなくて自ら行動する、自ら問題点を、それは本当にパーソナルな部分でございまして、家庭によっても違うし、本人によっても違いますので、そういった自発的な行動を促していただくというのは家庭でやっていただく。もしくは学生さん個人としてやっていただくというのは、非常に良いプロジェクトかなと思います。

○大藪会長 佐藤委員、原田委員、また、高橋委員もありがとうございます。

中野委員、お願いいたします。

○中野委員 日本PTA全国協議会の中野です。

原田委員にもうちょっと話を聞きたいと思っていましたのですが、私の質問の回答にもあったのですが、多くの消費者啓発講座等を行っている中で、一番集客に苦労するのが保護者ですと書いてあります。その理由に、自分の子供の弱さに正面から向き合いたくない心情・心理というのも書いて、なるほどと思うところもあるのですが、保護者というのは子供を守るために一生懸命にいろいろな情報を得ようとしているのも一面としてあると思うのです。原田委員がこのように指摘されている理由として、保護者の危機感がそもそも薄いのか、それとも、分からないのか、その辺のところを教えていただきたいです。

あと、PTAとしていろいろな研修やテストやセミナーとかをやっているのです。多いのが学校教育、社会教育、家庭教育の議題に対してやるのですけれども、皆さんのいろいろなこういう啓蒙活動を聞いていて、そこに消費者教育も入れていかないといけないなど、これは感想です。前段は教えていただければと思います。

○大藪会長 ぜひ入れていただけたらと思います。

原田委員、お願いいたします。

○原田委員 ありがとうございます。

書かせていただいたのですけれども、自治体さんとか行政さんとかがいろいろな講座を企画されます。それで、大体平日の昼間とかにやることが多いものですから、どうしても保護者の方々はお忙しいのだと思うのです。そういう面もあるかと思えますけれども、なかなか集客に苦勞するのはこの年代の方々が対象のものでして、何かと聞いたときに、うちの子は大丈夫という意識がどうしてもあるように感じております。

なので、どうしてもその自分の子は普通で大丈夫でうまくいくというような感じで、これが客観性と個人的というのと分かれて、客観的には子供の被害とか子供の問題というのは非常に重要な点で、被害を防いでいかななくてはいけないし、そういう知識も必要だろうと思っではいらっしゃると思うのです。ただ、自分の子供に限っては大丈夫というような客観と主観というのが違ってしまっているというような点から、PTAとかという単位であると熱心に聞いてくださいますけれども、一般募集としてやると集客が弱いというのは、多分そういうことではないかなと分析したような感じでございます。

○大藪会長 ありがとうございます。

ぜひPTAの組織を活用していただけたらなと思いました。

中野委員、よろしいでしょうか。

○中野委員 ありがとうございます。

○大藪会長 遠藤委員、よろしくお願いします。

○遠藤委員 NACSの遠藤でございます。

原田委員の6ページの資料で、非常に共感するところなのですけれども、同世代の中でもリテラシーに相当の差があるというのは、特に高齢者は顕著ではないかなと思っております。というのも、私どもNACSでICTリーダーというICTのリテラシーを向上するような啓発を行っておりまして、各支部に置いているのですが、全国で今100名ぐらいいらっしゃるのです。その方々に啓発をするに当たってどのような課題がありますかということでお伺いしたところ、1つ目は教材のアップデートであったり、それから、講師のスキルアップという問題があります。高齢者ですと、アクティブシニアといわれる方に対し、インターネットは怖いから触らないという、要は社会の中でも孤立をしてしまったような方々にどう届けたらよいのかということが非常に課題だということです。

ICTリーダーの方々の啓発の方法なのですけれども、大人数で集めるのではなく、少人数でサロンのような形でワークショップをしているのですが、原田さんのおっしゃっているリスペクトしながら必要最小限のリテラシーをつけていただくには、どういう方策が効果的なのかなというところを少しお伺いできると良いかなと思っております。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す。

原田委員、結構難しい部分だと思いますけれども、いかがでしょうか。

○原田委員　ありがとうございます。

的を射た質問と言ったらあれなのですけれども、高齢者の方のリテラシーが下がるのはある意味で当然であって、世の中がブロードバンド化してインターネットが当たり前になってから20年以上経ちますので、当時50代だった人だって70代になっているわけです。その段階になって、当初から会社で触っていたという人たちが今高齢者になっているというようなことを考えれば、そういった方々は引き続きリテラシーが高い人もいらっしゃるし、その頃からパソコンとかは一切触らない、部下に任せていたみたいの人だとリテラシーが低いです。

御質問をいただいたところはどこかに書いたかと思うのですけれども、拒否反応を示す方、全く駄目という方、あとは5ページにも書かせていただいたのですが、興味を持っていらっしゃる方は多くて、逆に言うと平日の昼間が多いですから、高齢者向けの啓発にしましては結構集客が良いのです。そうすると、知識がなくても興味はあるのだけれども、何となく怖いという感じで、今おっしゃっていただいたように、これも御質問のどこかに書いたかもしれないのですけれども、高齢者向けで御質問はありますかという、手を挙げるのは恥ずかしいのではないので、どちらかというと言った後に一人一人こそこそ来るのです。私は実はこういう被害に遭ってしましてとか、フィッシングのメールを受けてしましましてとか持ってくるので、間接的には個人的に何かの被害、もしくは被害に遭いそうになっているというような感覚は持つのです。

なので、どちらかというと言ったと大人数でやってしまうと、確かにみんな聞いてくださるのですけれども、自分ごととして、実は私はこれに困っているというピンポイントのところにはいかないで、そういったところでは人数的には絞ったほうが、高齢者のケースは良いというのはおっしゃるとおりで、私も肌感としてそう感じております。

リスペクトというのは小学生対象でも同じであって、どうしても消費者教育とか消費者啓発という、何となくこれをやっては駄目、あれをやっては駄目とか、これに気をつけましょうというような論調になってしまうのですけれども、そうすると、聞いている側としても怖いのだねというって終わってしまいますので、その方々をリスペクトするというのは、その方々の目線に合わせてお話をします。

私はいろいろな対象の啓発をしますが、その方々に合わせて資料が全く違うのです。基本的には文章が多いものは私個人も拒否感がありますので、私の下手くそなイラストを全部使って、権利が関係ない自分のイラストをもちまして、特に学生さん向けなどはほぼイラストのスライドしか使わないというような感じで、高齢者の方も文章が小さいと読みづらいというようなことで、高齢者の目線に立ってイラストとかを使いながら分かりやすくする。そうすることでリスペクトというか、本人たちの目線に合わせてお話をし、一緒に考えましょうというような感じでお話をさせていただいておりますので、回答になっているかどうか分からないのですけれども、考えていることは基本的には同じということで、こんな感じでございます。

○大藪会長 原田委員、どうもありがとうございます。遠藤委員もよろしいでしょうか。

私も90になる母にスマホを教えるのに、リスペクトが時々吹っ飛んでしまうというか、いらっとしてしまう。かなり難しいなと思いました。1対1でもリスペクトの気持ちを持つというのは非常に重要だけれども、なかなか難しいのを実感しております。

ほかはいかがでしょうか。

坂本委員、いかがですか。

○坂本委員 質問というか宣伝というかコメントです。

私は高校家庭科の教科書をつくっているのですが、今出ているのと、この2年後に出るものをつくり終わったところです。主体的・対話的な学習活動が促進できるような教科書づくりをすごく進めていますので、現場の家庭科の先生たちが使いこなせるような研修の充実とか、何しろ教える時間をどう確保するのかということが本当に大きな課題だと思うので、その点を組み込まなくては何かとしたいと思っています。

また、消費者庁の資料1の5ページの教材ですけれども、こちらは私が座長を務めて教材をつくらせていただきましたけれども、これも本当に主体的・対話的な学習活動を中心にした教材ですし、自分のタイプを診断しようみたいなアプリもありますし、すごくお金もかけて、すごく作り込んだ教材、でも今見ると、ちょっと古くなってしまったところも出てきているし、手直したいところもありますので、すごくちゃんとつくってありますので、この活用をぜひ進めてくださいというのを再度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。

教材は結構たくさんあるのに、それが行き渡っていないというか、そういうのがあります。先ほど原田委員がおっしゃったように、古くなったときにどのようにしてそれを変えていくかということも重要ななと思いました。

宮木委員、どうぞ。

○宮木委員 御説明ありがとうございました。

私からは職域の活用をしてもいいのではないかという御提案をしたいと思っています。小中高大ぐらいまでというのは時間の確保の課題はあるとしても、先生がいて啓発の機会というのは多分にあると思います。

さらに新しいものの導入の障壁とかリテラシーの獲得の速度からして子供のほうが習得が早いところもあると思います。

今、問題は中高年世代の学びの場が少なく、先ほど保護者とかPTAというくくりでも難しいというところがあったのですが、結構大人の知識がアンラーニングされていなくて、古いままの知識を持っていたりとか、更新機会がないという課題があります。これに関して大企業も中小企業も事業者団体とか経済団体を持っているので、そういうところとうまく連携をして知識を入れていくところもルートとしてはあってもいいのかなと思っています。

以上です。

○大藪会長 ありがとうございます。非常に重要な御意見だと思います。

高比良委員、よろしくお願いします。

○高比良委員 時間の中ない中で申し訳ありません。原田委員に質問させていただきたいのですけれども、私たちは消費生活相談の現場で相談を受けておりまして、依然としてネット通販サイトのダークパターンがあることで、一旦売買契約が成立した後に、さらに意図しない契約に変更させられるケースというのがまだまだ見られます。そのようなパターンに対しては批判的な広告の見方を養っていく必要があると思います。これは原田委員と長谷川委員にもお聞きしたいのですけれども、どのような効果のある教材があれば良いでしょうか。御意見を伺いたいと思います。

○大藪会長 高比良委員、ありがとうございます。

では、長谷川委員、いかがでしょうか。

○長谷川委員 ダークパターンがあるということです、実際に問題になった事例を教材に使えばいいと思います。私が先ほど紹介したQFT、質問づくりという手法は、教材を差し替えて授業ができますので、最新の情報を使って授業をするというのはすぐにできるという特徴がありますから、そういう形を採ると新しいものに対応できますし、主体的・対話的で深い学びの授業も実現できると思っております。

○大藪会長 ありがとうございます。

原田委員、お願いします。

○原田委員 ありがとうございます。

ダークパターンではないのを探すほうがネットの場合は大変なのではないかなというぐらい、どこからしてもダークパターン、普通の大手さんだってやっています。行ってもらいたいほうのボタンを大きくしたりとかあるのですけれども、多分御指摘のものは本当に悪質なケースのことだと思います。

ダークパターンというのを新しい手法のもの、新しい悪質な広告に対して啓発をする、新しい手口を知ってもらって、それに対して啓発をするというのはもちろん一つです。それと両輪として必要なのは、どちらかというと、それこそ消費者力につながるかと思うのですけれども、いわゆる消費者の方がスマホを見てポチっとやってしまいますというのは何でかという、昼間だったらまだ元気だから良いのですけれども、1日疲れて風呂から上がって酔っぱらってスマホでSNSをいじっているときに変てこな広告が出てクリックしてしまいましたという、判断力が鈍っているときに限ってそういうのに行ってしまうということになると、どちらかというと、広告の問題点ということをやったとしても、本人の精神状態とか状況によっても変わってしまうと、啓発してもそれが頭に残ってなければクリックしてしまうというようなのが恐らく発生する。

そうすると、アップデートをなるべく早くしながら、新しい手口を教えるというのと、消費者力という形で疑う感覚というものももちろん大事なのですけれども、まず一つは、実効性の方法としては、ある程度、こういう悪質な広告を出したら捕まえていただくという

ような実効性のあるようなやり方をする中で、そういう広告を出したら損をするというように、ある程度捕まえる。これはまた難しい話なのですが、そういう広告は出さないようにするためのプラットフォーム等々の協力とか、実際に捕まえるような諸官庁の法律にのっとって処分していただくというようなことを強力にやっていっていただいて、抑止していただくというのは必要だと思います。

悪質な広告をなくすことはできないし、恐らくそれはどんどん進化していくので、それを消費者教育だけで補おうとするのは、恐らく私は個人的には不可能だと思うのです。なので、それとともに本人の消費者力を上げていただくのと積極的な取り締まり、それを全部やっていただくのが一番効果的かなと思いました。

○大藪会長 ありがとうございます。

高比良委員もよろしいでしょうか。

○高比良委員 ありがとうございます。

○大藪会長 それでは、一応ここで、原田委員と長谷川委員、本当に今日はありがとうございました。もし時間があれば、また何か御質問とかをしていただけたらと思います。

それでは、こういった御意見、皆さんからいただいた議論を踏まえまして、各省庁・団体等におけるデジタル化に対応した消費者教育の取組を進めていただきたいと思います。

議論 3 に進む前に、金融庁における金融経済教育の取組につきまして、前回に引き続き非常に多くの皆さんの御意見もありましたので御説明を 5 分ほど、資料 6－1、6－2 に沿って、金融庁からお願いいたします。よろしくお願いいたします。

○金融庁 金融庁の桑田でございます。

安定的な資産形成の支援に関する基本方針というものを昨年 11 月に臨時国会で成立した改正金融サービス提供法におきまして、閣議決定文書として策定することになっております。事前に多くの質問をいただきましたので、資料 6－2 の本文のほうに沿いながら、極力いただいた点も踏まえて御説明したいと思います。

まず、Ⅰの基本的な方向、1 ページ目の 4 行目ですけれども、個々人の幸福や厚生を実現するために国民の安定的な資産形成は不可欠という基本的な考え方を記載しております。

それから、Ⅱに移りまして、3 ページ目以降ですけれども、個別の施策として 65 行目以降の 1 ポツで NISA や iDeCo について触れております。152 行目以降の 2 ポツでは金融事業者が顧客本位の業務運営を進めるよう、金融庁としてモニタリング・監督していく旨を記載しております。国民の皆様が安心して資産形成に取り組んでもらうためには、この点は不可欠なポイントであると考えています。

それから、225 行目以降の 3 ポツで教育面の内容を記載しております。まず、金融広報中央委員会が実施している金融リテラシー調査によりますと、金融経済教育を受けたと認識している人の割合が 7% にとどまっているわけですけれども、これを 20% まで引き上げるという目標を 259～261 行目において打ち出しております。なお、教育を受ける場というの

は学校や勤務先だけではなくて、その他の地域コミュニティで開催されるセミナーも含めて捉えるべきであると考えておりますので、多様なチャンネルで学ぶ機会を提供することが重要だと思います。

次に、資産形成の考え方として、263行目以降の（２）において、貯蓄が生活資金の基盤であり、投資は余剰資金で行うものとした上で、両者のバランス・組み合わせが重要であるということを明記するとともに、それぞれの金融商品の特徴を理解することの重要性についても言及しております。

資産形成に当たっては276行目以降の（３）におきまして、長期・積立・分散投資がリスク軽減手法の選択肢の一つになることを伝えていくとともに、295行目以降の（４）では金融トラブルから身を守るための知識習得についても言及しております。具体的には悪質商法や詐欺的な投資勧誘、多重債務、暗号資産などの相談事例が高水準にあるということも踏まえまして、被害防止、また、その対処方法を教えるということも利用者保護の観点、また、金融リテラシー向上の観点から不可欠であるという旨を記載しております。

また、消費者教育との関係については独立した項目を設けて記載しておりまして、消費者教育の推進に関する基本的な方針に基づく消費者教育との連携を進めていく旨を315行目以降の（５）で記載しております。

次に、学校教育は非常に重要な柱でありますけれども、351行目以降に（８）として学校教員向け支援について記載しております。学校教育現場では様々な課題を背負っておられる教員の皆さんの負担を可能な限り軽減する形で金融経済教育を推進していくことが重要であると思いますが、学校現場に講師の派遣を行って生徒向けに授業を実施すること、教員が利用可能な教材を提供すること、そのほか、夏休みや冬休み中の教員向けのセミナーを実施し、教員自身にも知識を得る機会を提供することなどを進めていきたいと思っております。

また、学習指導要領におきまして金融経済教育に関する記載が拡充された中学・高校に限らず、小学校や幼稚園に対して、例えば計画立てて買い物することや働いてお金を得ることの大切さ、子供が巻き込まれる金融トラブルについてなどを学ぶ機会、こういうのを提供することも重要ですので、新設される金融経済教育推進機構では、しっかりとこうしたことについても取り組んでいきたいと思っております。

414行目以降のⅢでは、国、地方公共団体、民間団体、金融経済教育推進機構、また、企業の相互連携の重要性を記載しておりまして、全国において効果的・効率的な施策の推進に向けて取り組んで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した。

金融庁さんから皆さん方の御質問も受けながらということで御説明をいただきましたけれども、今のことで何か御質問だとか御意見、ほかにプラスアルファでありましたら、ぜひよろしく願いいたします。

宮木委員、お願いします。

○宮木委員 御説明ありがとうございます。

冒頭の消費者庁さんからの資料で、個人のウェルビーイング向上という記載があったと思うのですが、私どもの調査でもファイナンシャルリテラシーが高いほど、383行目にあるファイナンシャル・ウェルビーイングが高いということが数字で出ています。ファイナンシャルリテラシーを高めることがウェルビーイングにつながっていくというところはエビデンスがありますので、ぜひこちらを御連携させていただきたいなと思いますので、後ほどよろしく願いいたします。

○大藪会長 宮木委員、ありがとうございました。

連携というのは非常に重要な点だと思います。

あと、金融広報中央委員会から出している15歳の金融リテラシーなどでは、50%の人が金融教育を受けたと回答していたので、今、若い人たちには金融教育が浸透してきているのかなと思いました。

高橋委員、よろしくお願いします。

○高橋委員 学校現場での金融商品の特征について、家庭科の教員は最初ここに苦手意識があっただろうと思っていたのですが、いろいろな銀行さんとか保険会社さんがぜひやらせてくださいということで、昨年までいた学校でもそうですし、今の学校でもいろいろ外部講師の方に入っていていただいて生徒に授業していただく。それから、教員向けにも実施しているということが本当にいろいろな学校で行われている。そういった現状です。大変助かっています。

○大藪会長 ありがとうございます。

多分、機構が出ることで、教材とかがスタンダードになっていくのかなという感じは思っております。

城戸委員、お願いいたします。

○城戸委員 私ども消費生活センターでは、日々金融に絡む被害、特殊詐欺等、様々な金融商品に絡む相談も多くございまして、被害が後を絶たないというような状況もございます。金融といいましても様々な業者の方がおられまして、正常な業者もあれば悪質な業者も多数あるということで、その辺り、金融庁で、まずはそのフィルタリングといいますか、安全な投資ができる環境づくりを進めていただきたいというのが1点。

それから、私どももそういった被害に対して常に啓発とか、消費者教育というところで消費者の方にアプローチをしているわけですが、消費生活センターでは、金融教育というところにつきましても非常に人材も不足しております。消費生活相談員には金融商品に対する知識が不足しているというところであり、金融広報委員会様とか、関係団体等との連携も必要だと感じておりますので、そういったところの支援もお願いしたいというところでございます。

もう1点が、金融リテラシーを高めるというところではございますけれども、国民の方

の多くが投資に向かっていないところの原因というものの一つに、それだけの資産がないというのもそもそもあるとも聞いております。ですから、まずは資産がないと当然資金の運用ができませんので、まずは学校教育でそういった資産形成の教育をして、皆さんが投資できる環境をつくっていかないといけないのかなとも考えております。消費生活センターでも今後、なるべく金融教育を取り入れながら、豊かな生活のためにどうしていけばいいのかということを皆さん方に裾野が広がるところで御説明していきたいと考えておりますので、よろしくお願いいたします。

○大藪会長 城戸委員、ありがとうございました。

金融庁さん、よろしいでしょうか。

○金融庁 ありがとうございます。

安心して資産形成に取り組める環境整備のために、監督官庁として金融庁が顧客本位の業務運営の確保について議論していくということもそうですし、そもそも無登録業者とか、いろいろな被害事案とか、我々自身が多く相談事案を受け付けている状況でもありますので、この辺りの啓発といった環境づくりはしっかりやっていかなければいけないと思っております。

それから、消費生活相談員の方の知識不足という点を言及されたかと思います。これまで例えば金融広報中央委員会のところで登録されている金融広報アドバイザーは600名ぐらいいらっしゃるわけですが、その中の相応の割合で消費生活相談員の資格を持っておられる方が活躍されています。

金融経済教育推進機構はいわゆる金融リテラシーマップにのっとって幅広く教育をやっていくということを第一にしているわけです。家計管理、生活設計、資産形成、金融トラブルなどなどですが、そのためには消費生活相談員の方はそういう消費者分野については造詣が深いとは思いますが、一方で、それ以外のことについてはという方がいらっしゃる。全国に広く分野横断的な教育を提供していくことの使命を達成するためには、機構としては消費生活相談員の方も含めて分野横断的な知識を得ていただくためのプログラム、あるいは、研修を機構で用意して、それを受講していただく。そういった方々に機構が全国で派遣する講師となって、全国の教育で活躍していただくということを考えていますので、現状の消費生活相談員の方の活躍の場が増えることも期待されるのかなと思っております。

○大藪会長 ありがとうございます。

先ほど城戸委員がおっしゃっていた資産がない人が投資をするというところが結構怖くて、その辺のところも、ないから増やそうと思っている人が結局はなくなってしまったみたいにならないように、その辺の教育は結構必要なのかなと思いました。

坂本委員、お願いします。

○坂本委員 コメントです。私の周りの大学院生とか、本当に金融教育に関心があって、この研究に組みたいという人たちがたくさんいます。でも、すごく納得していないの

です。なぜ急にこんなに投資というようになったのかというのが、私もいろいろところで、それこそ家庭科の先生のところに講習に行ったりとか、高齢者の方に向けていろいろお話をしたりとか、いろいろ機会がありますけれども、「NISAの日とかがあったけれども、何で急にあんな言うの？」みたいな感じですがすごく言われて、不審に思っている人もすごくいるのです。「貯蓄では駄目なの？」と、「何で投資なの？」ということをしごく言われて、そこが腹落ちしていない人がすごくいるなというのが私の肌感覚だし、私自身も理由を隠して投資ばかり推進しているなというような感覚を持ててしまいます。

本当に多数の都道府県で詐欺被害額とかは過去最高を更新していますし、危ない面もあるということで、なぜ投資しなくてはいけないのかということ、貯蓄だけだと、今ずっと低金利が続いてきたから正直に言って厳しいということも少しは書かれていますけれども、年金も財政も不透明だとか、そこはすごくはっきり書けないかもしれないけれども、そういうこととか、あと、デジタル化が進んで地方銀行がすごく大変な状況にあるから、もうちょっと手数料収入が入るので地方の銀行を応援しようとか、そういうことを聞いた地方の人は、「分かった。地元の自分たちの金融機関に手数料がかかるものを預けよう」みたいな気になると思うのです。背景をしっかりと示さないと、なぜ急に投資と言いだしたのか気持ち悪いという意見がすごくありますので、それに答えてほしいなと思っています。

○大藪会長 ありがとうございます。

それは私も読んで、最初に社会保障とか年金が足りなくなったのではないかと、だから、自分たちでやらなくてはいけないということを結構しっかり書く必要があるかなと思いました。

金融庁さん、最初の背景みたいなところにもうちょっと書き込めるかとかありますか。

○金融庁 第1の目的は、個人個人のより豊かな生活を実現するためということが来ると思うのですが、資産形成の方法というのは貯蓄だけではなく、他の選択肢もあることを知った上で、やるかやらないかは個人の自由であって、やらなければいけないということではないと思っています。

ただ、その人ごとにリスク選好度の違いもありますし、そういった知らずにやらないのと、知っていてやらないというのでは雲泥の差があるので、やはり学ぶべきことを学んで金融リテラシーを身につけていくことが重要であると思っています。

○大藪会長 金融庁さん、どうもありがとうございました。

オンラインが数分前から聞こえなくなったということで、待っていただく間に、次のところのビデオだったら見られるかもしれませんので、消費者庁さんから消費者力の育成強化についての御説明で議題3ということなので、皆さん方は、消費者力の新教材の話をされますので、そちらを読んでおいてください。

○山地課長 実はVR動画とか、いろいろ作成したものを御覧いただきたいと思っていまして、ペーパーベースの御説明から始めさせていただければと存じます。

それでは、資料7を御覧いただきたいと存じます。第5期から継続でいらっしゃる方は

言わずもがなのお話でございます。前回も簡単に御説明申し上げておりますが、靈感商法等の悪質商法への対策検討会が一昨年の秋に開かれまして、消費者被害の未然防止のためには、消費者教育もしっかりやっていく必要があるということで今回新たな教材を開発してございます。

ワーキングチームを第5期の消費者教育推進会議で設けさせていただいて、そちらで取りまとめを行っていただいたのが2ページでございます。今、悪質商法に対する実践的な力ということで消費者力としてどのようなものが必要かということで整理いただいたところ、自身が実践する力としては、少しの違和感に気づく力、そして、きっぱりと断る力、そして、断れなくても相談する力の育成が必要だということ、そして、高齢者等、御自身でなかなか気づけないという方には周囲が気づいてあげる力、そして、働きかけてあげる力、そして、これ以上被害を発生させないためには社会全体がよくなるように働けていく力がそれぞれ必要だろうということです。

それぞれについて若年層、社会人、高齢者の各層に向けた具体的なトラブル事例を取り扱ったような、そして、消費者自身が自分ごととして解決する力をつけられるような体験型教材、そして、自学自習もできるようなもの、そして集団での研修でも使えるようなものということで開発を進めてきました。

3ページ、全体像は作成中でございますけれども、まず、特設サイトを設けまして、本教材といたしまして若年層向けには偽装サークル、社会人向けにはもうけ話についてのネットトラブルに関するもの、高齢者向けは催眠商法について被害に陥る状況についてVRの動画で体験いただくというものを作成しているところでございます。

それぞれについてどうすればよかったのかということを知っておくべき点、断り方、相談の仕方について例を示して、皆さんに体験いただいて、何かあったときには思い出して活用いただけるようなものということで作成しているところでございます。

それから、テキスト教材といたしまして、若年層向けにはネットの課金トラブル、社会人向けにはエステについてのトラブルと定期購入のトラブル、高齢者向けには訪問販売・訪問購入についてのトラブルを漫画で事例をお示しして、それぞれが気づくべき点、また、どういう解決があるのかといったような教材を作成しているところでございます。また、それぞれにつきまして周知啓発できるようなショート動画等を作成して、周知広報を行っていく予定です。

それでは、早速でございますけれども具体的な動画について御覧いただきたいと思えます。画面のほうを御覧いただけますでしょうか。偽装サークルのVR動画を途中まで御覧いただきたいと思えます。もし御覧いただけない場合は、皆様にURLをお送りしているので御覧いただければと思えます。

(動画開始)

○山地課長　ここからセミナー会場でいろいろ教育されて、いろいろ勧められる場面があるのですけれども、最後まで見たら、では、どうしたらよかったんだろうという復習動画

を作っています。今ご覧いただいたものは、1.25倍にしているので気づかなかった点があったかもしれないのですが、VR動画なので、ちょっと視点を変えたりできるというのもやってもらっていました。

では復習動画のサンプルを御覧いただこうと思います。

(動画開始)

○山地課長 例をお示しして、このようにしたらいいのかなというのをインプットしていただくことを狙っています。これが偽装サークルでございます。

あとは暗号資産トラブルについての動画、1分半で簡単に御紹介できるものなので御覧いただけたらと思います。

(動画開始)

○山地課長 こちらでもそれぞれ気づく、断る、相談する、どうやったらよかったのかというサンプルをお示ししています。

最後にもう一つ、高齢者向けの催眠商法についての動画を御覧いただきたいと思います。

(動画開始)

○山地課長 これはそれぞれの復習動画がついていまして、解説動画では西田公昭先生に御出演いただいて、心理学等の観点から解説いただくという動画も作成しているところでございます。

それから、簡単にテキスト教材のほうでございますけれども、先ほど申し上げた4種類につきまして、それぞれ漫画調の教材をつくっていまして、これがネット課金について、子供がネットでゲームでいろいろお金を使ってしまっって親御さんがびっくりみたいなことで、どうすればよかったのでしょうかというので気づくべき点、お子さんと保護者向けの教材をそれぞれつくっているところでございます。

次が、大人の方がサプリーを買ったら定期購入になってしまったというケースで、今日のデジタルの教材にもつながると思うのですが、漫画でいろいろ勉強した後に教材での振り返り問題等をつくっているところでございまして、ダークパターン等についても勉強できる内容を盛り込んでいるところでございます。

最後に、実際の被害者の方のお話を聞くのが一番刺さるのではないかという議論があったことを受けて、マルチ商法と靈感商法について、被害者の当事者の方を御紹介いただけたので、それぞれのインタビュー動画を用意しているところです。今日はマルチ商法について、こちらも編集中なので、この場限りということで、マルチ商法の会社の元社員の方がどういう加害の活動をされていたかということと、あと、高齢の女性の被害者の方と、助け出した娘さんの話を少し御覧いただければと思います。

(動画開始)

○山地課長 あとは出来上がったら御覧いただけたらと思います。3月いっぱいまで仕上げる予定でして、ぜひこれを皆様に御活用いただけたらなと思っているところです。また、消費生活相談員の方々にもお届けできるような形、また、学校現場、高校での学習の計画

ですとか、あと、高齢者向けにどのようにやるかというようなことについても試行しているところでございまして、利用方法についてもお届けできるように準備しているところでございます。ぜひよろしく願いいたします。

○大藪会長 どうもありがとうございました。

最後に、全体のことを通してでもいいので、今日まだ御発言いただけていません江花委員、大槻委員、角山委員、並木委員に一言ずつお願いしたいと思っております。

それでは、江花委員からお願いいたします。

○江花委員 基本方針案で指摘されている事項についてはいずれも同感で、重要な指摘がなされていると思っております。

一方で、消費者教育に割ける時間がある程度限られている中で、金融経済教育によって従前の消費者教育が後回しになってしまうというか、特に消費者市民教育がおろそかになってしまうというようなことを少し懸念しております。消費者教育がまず前提としてあって、その上で金融経済教育を実施するという順序を意識する必要があるように思います。

あと、日弁連で、昨年12月15日付けで金融経済教育に関する意見書を出しておりますが、この場で御案内はできないのですが、インターネットで「日弁連 金融経済教育 意見書」などのキーワードでかけていただくと出てくると思います。今回の基本方針についても同じような話ではあるのかなと思うのですが、投資偏重ではないようにということであるとか、今後創設される金融経済教育推進機構の組織の在り方などについて意見を述べているものになりますので御紹介させていただきます。

以上です。

○大藪会長 江花委員、御意見をどうもありがとうございました。先ほどは音声が悪く申し訳ございませんでした。皆さん、ネットのほうで見ていただけたらと思います。

それでは、大槻委員、お願いします。

○大槻委員 各省庁さんでは所管に応じた課題について、すばらしい教材をつくられていると思っております。消費者庁さんも様々な課題に対応した教材をつくっておられるのですけれども、京都府では中学校の消費者教育の教材を先生方と一緒につくっていきまして、聞いていると、先生方は大変お忙しい。先ほども高橋委員から消費者教育が7時間という話がありました。各省庁さんでも啓発資材をつくっておられますが、学校の先生方は、消費者教育以外もいろいろ教えないといけないようなものがあると思います。学校の先生方が、どうやってよりよい教材をあまり労力をかけずに選択できるかというところも考えていかないといけないと思いました。

以上でございます。

○大藪会長 ありがとうございます。本当にそれは非常に重要な点だと思います。どこでどういう授業で使っていくかということを教えていただくという、先生方とも話ができたら良いなと思います。

角山委員、いかがでしょうか。

○角山委員 日本社会福祉会の角山と申します。

小学校、中学校、高校とかは文部科学省さんとの連携という形で進めて、教育とかの場面で、皆様につくっていただきました教材を基にされていると思いますけれども、高齢者の分野等に関しましては、ぜひ厚生労働省さんとタイアップをしていただきながら進めていただきたいと思っております。地域にはコミュニティーソーシャルワーカーであるとか、地域包括支援センターというような形で中学校区に1単位ずつそれぞれ展開をしております。そういった方々を通して地域の高齢者に向けて、こういった教育であるとか、講演等を展開することは可能なのではないかと、また、こういったことができれば面白いだろうなということを考えながら御意見等を伺っておりましたので、ぜひ厚生労働省さんとも一緒に手を組みながら進めていただけ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 角山委員、ありがとうございます。

いろいろな省庁と連携するのは重要だと思います。

最後になりまして申し訳ございません。並木委員から学校教育のことも含めてよろしくお願いいたします。

○並木委員 今日はデジタルという切り口での議題でした。令和2年度以来、GIGAスクール構想により、日本中の小学校や中学校に、一人1台タブレットが導入され、デジタルで教科等の内容を学ぶ、デジタルそのものをスキルやモラルとして学ぶという観点から、内容的にも方法的にも充実しつつあるところです。各省庁や関係団体のプレゼンを伺い、デジタルを活用した様々な教材が開発されているということをお聞き改めて知り、素晴らしいことだと感じました。そこで、学校現場の立場から課題と思われることが2点あります。

一つは、立場や担当官庁等による縦割りの印象がありました。総務省は情報リテラシーの切り口、経済産業省は経済活動の切り口、消費者庁は消費者啓発等の切り口がそれぞれあって、それぞれ違って、逆に重なっているところもあって、少し重複する部分や、量的に減殺の義務教育の教育課程内ではすべてを生かしきれないかなと思いました。

第2として、せっかくの教材が有効に学校現場に届いていない。各市町等では、毎月校長会があるのですが、1年間の中でこれらの教材やコンテンツに関する情報は、この校長会の場でチラシが1枚届くか届かないかどうかという段階のものが多く、現場の教員が日々の授業で実際に活用できるまで届くようにするには、どのようにしたらよいのか、私自身も何ができるのか等を考えながら今日は話を聞いておりました。

以上です

○大藪会長 ありがとうございました。

学校現場はチラシもいっぱい来る中で、それも見ただけかどうかということで、その辺をうまくやるということと、それから、省庁との連携をちゃんとしないと、そのところが重複したりとか、行き渡っていないところがあったということで、今日の内容としては、並木議員がおっしゃったことに凝縮されているのかなと思いました。本当にあり

がありがとうございました。

最後に何かどうしてもこれはということはございますでしょうか。よろしいでしょうか。オンラインの方もよろしいですか。

今日は原田委員と長谷川委員に貴重な御報告もいただきまして、本当にありがとうございました。

それでは、5分過ぎてしまいましたけれども、以上で本日の議題を終了させていただきますということで、司会を事務局にお返しいたします。ありがとうございました。

○山地課長 ありがとうございます。

本日は、デジタル化に対応した消費者教育の推進等について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。オンラインの方も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、後日事務局から御連絡させていただきたいと存じます。

それでは、以上をもちまして第37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。