

第37回消費者教育推進会議での 「デジタル化に対応した消費者教育の推進」 についての主な議論

第37回消費者教育推進会議での主な議論

【国における消費者教育の取組】

（ICT活用リテラシー）

- ・セーファーインターネットデーの取組は、あらゆる人がいつでも好きなときに学べる内容なので、全年齢の消費者に対してレベルにかかわらず、周知を求めたい。
- ・総務省では、セーファーインターネットデーに合わせてウェブサイト公開等の周知を実施。文科省からはPTA・教育委員会等に対して周知を行い、消費者庁では若者ナビで情報発信をする等コラボをしている。

（有事の際のデジタルスキル）

- ・有事のときは善意で情報を拡散するというケースが見られる。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ほしい。
- ・総務省の情報適正化推進室では、偽・誤情報など情報流通の健全化の施策を推進しており、異常時にも対応できるようなリテラシーの向上を図っていきたい。

（クレジット／キャッシュレス）

- ・クレジットは扱われているが、キャッシュレスを不安なく使うために消費者がどう向き合っていくべきか、小・中・高校の各段階で学ぶべきことについて議論の整理を示せるとよい。
- ・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ことが重要。こういった支援・役割ができるのか文科省と相談・連携していく。
- ・副教材が重要になるのではないか。
- ・キャッシュレスに関して、翌月一括払いといった後払いについては割賦販売法の適用外であり、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状況について何らかの消費者教育が必要。ポイントを貯めて買い物するというキャッシュレスが当たり前になっており、規制もない。

第37回消費者教育推進会議での主な議論

- 後払いができるようなもの、新しく出てきたものの普及状況を見つつ、メリットやデメリット、注意点の情報を提供していくことが重要。
- 最近はクレジットカードを紐づけているショッピングサイトのID等、間接的なクレジットカードの不正利用がある。
- オンラインでの本人認証が不十分なところでクレジットの不正利用がされている。クレジットと紐付けるときに本人認証をしていく等、不正利用対策を進めていく。
- 金融庁と経済産業省、法律の管轄外の決済が入り乱れており、どう整理して啓発をしていくのか課題。

(循環型社会形成のための消費者教育)

- REコマース、Cコマースの商品は所有者が変わっていく製品で、オンライン上でデジタルで取引されており、消費者にとって不安な要素が多い。Cコマース、循環型社会に資するような商品を消費者が購入するための観点で取引・購入していくとよいのか教えていくべき。

(多様化する消費者)

- 消費者が多様化しており、特に外国人に向けた啓発の取組が必要。
- 日本の決済事業者が提供しているサービスについては、決済事業者と連携して、必要なメリット・デメリット、注意すべきことについて、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。
- 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の切り口があり、それぞれで違ったり重なっているところもあり、連携が必要。

第37回消費者教育推進会議での主な議論

【関係団体における消費者教育の取組について】

（啓発方法）

- 消費者教育を受けられない方もおり、正しい情報を届けるには、個人のプライバシーに配慮して、パーソナルな啓発をするのも一つ。本人の行動パターン等のビッグデータを活用したアプリ開発等、業界団体との連携も必要。啓発を受ける立場だけではなく、自ら行動できるようになるとよい。
- 家庭科のホームプロジェクトのように、自分の家庭の課題を知り、実践による課題解決学習を重視していくのが大事。生徒が主体的に学べば、自分事として考えるのではないか。
- 海外の教育で行われている住宅ローンや教育ローンの使い方について、日本でも取り入れていくべきか検討が必要。
- せっかくの教材が有効に学校現場に届いていない。

（社会人・保護者向け啓発）

- 消費者啓発講座で一番集客に苦勞するのが保護者であるが、PTAの単位であると集まる。自分の子供の弱さに正面から向き合いたくない心情・心理があり、うちの子は大丈夫という意識がある。

（高齢者について）

- アクティブシニアの中にはインターネットは怖いから触らないという人もいる。社会で孤立してしまった人にどう届けたらよいのかが課題。

（職域について）

- 事業者団体や経済団体とうまく連携をして知識を入れていくルートはあってもいい。

第37回消費者教育推進会議での主な議論

（教材について）

- 社会の動きに教材内容が追いつかない。
- 家庭科の先生が使いこなせるような研修の充実や、教える時間をどう確保するのが課題。
- 教材は結構たくさんあるのに、それが現場に行き渡っていない。
- 実際に問題になった事例を教材に使えばよい。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るので、新しいものに対応でき、主体的・対話的で深い学びの授業も実現できる。
- 学校の先生が、より良い教材を選択できるようになる方策も考えていく必要がある。

（求められる消費者教育）

- ネット通販サイトのダークパターンに対して、批判的な広告の見方を養っていく必要がある。
- 悪質な広告をなくすことはできず、進化していくので、消費者教育だけで補うのは不可能。「消費者力」で疑う感覚をもつのは大事だが、悪質な広告を出さないようにするためのプラットフォームとの協力や、法律にのっとって処分するようなことを強力にやって抑止してことが必要。
- 金融経済教育によって従前の消費者教育が後回しになり、消費者市民教育がおろそかになってしまうことを懸念。消費者教育が前提としてあって、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。