

第44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 44 回消費者教育推進会議
議事次第

1 日 時：令和 8 年 7 月 24 日（金）16：15～18：00

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 消費者庁における最近の取組について
- 2 地域における消費者教育の推進に向けた地域ネットワークの構築・強化に関する
分科会とりまとめについて（報告）

4 出席者（敬称略、50 音順）

委員：江花 史郎、遠藤 友美子、大藪 千穂、岡田 美保、柿野 成美、角正 康弘、
角山 信司、久波 一行、小井戸 あや乃、坂本 有芳、佐久田 健司、
佐紺 摂子、末吉 里花、高比良 直子、土田 敦久、並木 茂男、原田 由里、
宮木 由貴子

5 配布資料

資料 1 消費者庁における最近の取組について

資料 2 地域における消費者教育の推進に向けた地域ネットワークの構築・強化に関する
分科会とりまとめ（概要）

資料 3 地域における消費者教育の推進に向けた地域ネットワークの構築・強化に関する
分科会とりまとめ

○大藪会長 皆さん、こんにちは。

定刻となりましたので、ただいまより、第44回「消費者教育推進会議」を開催させていただきます。

委員の皆様におかれましては、御多用のところ、本当に暑い中、多分皆さん涼しいところにいらっしゃると思いますけれども、御参集いただきまして、ありがとうございます。

本日は、遠藤委員、岡田委員、柿野委員、角正委員、角山委員、小井戸委員、坂本委員、末吉委員、高比良委員、原田委員、宮木委員、そして私がオンラインで参加となっております。よろしくお願いいたします。

なお、楯委員は御欠席との連絡をいただいておりますのでお知らせいたします。

まず、委員の交代がありましたのでお知らせいたします。J-FLECの倉本委員がJ-FLECから退任されまして、今回よりJ-FLEC理事の佐久田委員が就任されましたので、一言御挨拶いただきたいと思います。

佐久田委員、どうぞよろしくお願いいたします。

○佐久田委員 金融経済教育推進機構の佐久田でございます。4月からこの職に就いておりまして、前任の倉本と交代するような形で任命をしていただいた次第でございます。

私自身はこの4月までは日銀の福岡支店長をしております、地域における金融知識の普及といったことにも携わる機会がございました。また、4月以降は消費者の方々を含めて幅広い皆様に金融経済教育に触れていただくということで役割をいただいているわけでございます。そうしたことも踏まえまして、本席でもなるべく少しでも皆様のお役に立てるようなと思っておりますので、今後どうぞよろしくお願いいたします。

○大藪会長 佐久田委員、どうもありがとうございました。

それでは、本日の議事に入らせていただきたいと思います。お手元の議事次第を御覧ください。

本日の議題は2つございまして、議題1が「消費者庁における最近の取組について」ということと、議題2が「地域における消費者教育の推進に向けた地域ネットワークの構築・強化に関する分科会取りまとめについて（報告）」となっております。

それでは、まず議題1の「消費者庁における最近の取組について」に移らせていただきたいと思います。

資料1に基づいて事務局から御説明のほどよろしくお願いいたします。

○黒田課長 事務局でございます。消費者教育推進課長の黒田でございます。

それでは、議題1について資料1に沿って私から消費者教育の最近の取組について御説明させていただきます。

1 ページ目の消費者教育の現状を御覧いただければと思います。この資料は昨年の12月に開催した第43回消費者教育推進会議でも御説明をしましたが、実績の数字が最新化されてございます。1年進んだということでございますので、改めて御説明をさせていただきます。

たいと思います。

上の箱ですけれども、消費者庁は平成24年に制定された消費者教育推進法に基づきまして、関係省庁とも連携しつつ、ライフステージに応じた場を活用した消費者教育を実施してまいりました。下側、3つありますけれども、学校、地域社会、職域において消費者教育を推進しております。

一番上のオレンジ色の部分が学校における取組です。令和4年3月に閣議決定されました成年年齢引下げ後の若年者への消費者教育推進方針に沿いまして、本日いらっしゃっています文部科学省と、金融庁、法務省など関係省庁と連携しながら、この2つ目のチェックにあります高校生向け教材の「社会への扉」などを活用しつつ着実に進めてきました。一番下のチェックですけれども、地方公共団体による対学生向けの出前講座等については、昨年の4月時点で7,500余りの取組が実施されているということでございます。

中段、緑色の部分が地域社会における取組です。横の文章にありますとおり消費生活センターを地域住民に消費者教育を提供する場として拠点化をしているということでありまして、チェックが4つ並んでいますが、消費者教育の計画の策定、あるいは協議会の設置について、ほぼ全ての都道府県・政令市で進んでいる状況、また3つ目のチェックですが、消費者教育基本方針に基づきまして、全国で消費者教育コーディネーターの配置も進めていただいています、47都道府県・20政令市全てでコーディネーターについては配置済み、中核市についても13の中核市で配置が進んできているということで、引き続き中核市における配置を進めていただいているということでございます。加えて、一番下のチェックの4つ目ですけれども、自治体による出前講座の実施についてもここにありましてかなりの数が行われております。

最後に、一番下の青色のところです。職域における取組ということで、ここについては令和5年度、2023年度から着手をしております、順次、企業の社内研修などで消費者教育を実施する際に御活用いただけるプログラムの開発をしてまいりました。また後ほど詳しく説明しますが、昨年度は全国3か所で自治体の消費者行政部局と地域の商工会議所、事業者等と連携したモデル事業も実施しました。

2ページ目は参考資料として、先ほど御説明した地域協議会の設置状況、そして計画の策定状況を一覧化したものです。

3ページ目を御覧ください。消費者教育コーディネーターの配置状況です。全国で直近では342人のコーディネーターが配置済みです。左側の一番下の箱を御覧いただきますと、コーディネーターの方々の本職の内訳が載っていますが、行政職員が195人、相談員の方が97人、教育関係者が21人、その他ということになっております。ちなみに、右側の表は中核市のコーディネーターの配置状況でございます。この表には出てきていないのですけれども、このコーディネーターが配置されている中核市は消費者教育推進計画などの策定が進んでいるところと結構リンクしていることが見てとれるという状況です。

続いて、4ページ目を御覧ください。実際に地域で実施されている消費者教育の取組の事

例を御紹介するものです。上半分が高齢者等の見守り活動、下半分が食品ロス削減・エシカル消費の普及ということで、具体例を挙げさせていただいております。件数としては全体で一番上の小さい字ですけれども、高齢者等の見守りのほうでは1,213件、食ロス・エシカルの方は858件が実施されておりますが、ここは主なものを挙げさせていただきました。

高齢者等の見守り活動は、例えば福祉と連携した形で高齢者等のための消費者教育をやっている取組や、民生委員や福祉従業者等の見守りを行っている支援者の方々、関係者向けの講座を行う取組など、各自治体で様々な工夫がなされているということでもあります。

また、下の食品ロス削減・エシカル消費の普及の取組としては、例えば親子教室や小学生向けの講座という形で様々な形でこちらも取組が進められているということでもあります。

5 ページ目です。今度は、自治体を実施する事業者向けの出前講座、職域の消費者教育の取組の御紹介です。件数としては全国では104件実施されております。例えば、上から3つ目ですが、消費者志向経営や景品表示法の研修会といったそもそも事業者が興味・関心があるような分野の研修と併せて消費者教育をやるという取組などです。また、その下の新社会人の激励の集いのような形で、一堂に若い社員が集まるところに消費者教育のコンテンツを持って行って出前講座をするということもあります。一番下のほうは公民館職員向けなど、一般企業だけではなく公的部門に近い職場においても消費者教育を実施している事例もあります。

6 ページ目を御覧ください。消費生活センター等が行う講習を受けた方が地域サポーターという形でいろいろな自治体で活動されておられます。件数としてはここに書いてありますとおり都道府県でいうと26、政令市でいうと15、市区町村でも125の市区町村において地域サポーターという形で配置されているということでございます。

7 ページ目を御覧ください。地域サポーターというのは決まった名称ではなくて、いろいろな名称を各自治体でおつけいただいているということでもあります。例えばこの表でいうと札幌市だと「消費生活サポーター」、八戸市ですと「消費者アシスト隊」など様々な名称がございますけれども、我々は地域サポーターということにくくって御紹介させていただいております。ここにありますとおり様々な地域における消費者の普及啓発活動、そこから高齢者等の見守り活動への協力など多岐にわたる活動をしていただいているということでございます。

8 ページ目を御覧ください。令和7年度事業についてこれから御報告しますが、まず体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」ということで、令和5年の靈感商法等の悪質商法への対策検討会の御指摘を踏まえて令和6年4月に公表、リリースしたVR型の体験型教材がございます。これは皆さんも御存じかもしれませんが、使った方々からはかなり好評をいただいているということで、VRなので機材の貸出しも含めて全国で使っている、消費者庁が機材を貸し出すこともしております。

ただ、問題意識のところにもありますけれども、令和6年にリリースしてから早2年ぐらい経つわけですが、その間にも新たな悪質商法の手口が出てきていますし、コンテンツを増

やしてほしいという声も常にありました。あとはもともとあった3つのコンテンツの時間が大体解説動画も含めて20分ぐらいのボリュームのものでして、大学の講義や地域の公民館などで、座学でじっくりやってもらう分には非常に好評なのですが、タイパを重視する現代人が通勤電車の中などで20分ずっと見るのがなかなか難しいので、内容や理解度は下げないで、もうちょっと短くできないかという声もありました。

9ページ目をお願いします。そこを見直していこうという機運もありましたので、もともとあった3つの動画、この9個のマスでいうと9個あるうちの右側の3つ、「偽装サークル」、「暗号資産」、「催眠商法」がもともと令和6年からあったものなのですが、これに加えて、全国の相談員の方々に新たに何を追加したらいいでしょうということいろいろ聞きまして、左側の6つを追加したわけです。その上で、一個一個の動画の長さを5分程度にして見やすさも追求して、勉強になるのだけでもタイパにも対応した形で作成しました。そして、今年の4月末から5月にかけて、今年の5月の消費者月間に合わせて順次リリースさせていただいたものであり、まさに公開したてほやほやということでございます。

続きまして、10ページ目、11ページ目ですけれども、1ページ目で触れました後ほど御説明しますと申し上げた職域での消費者教育の取組に関するものでございます。10ページ目は今までのことなので、11ページ目を御覧ください。特に令和7年度事業ということで、2つ目の四角のところですが、昨年度はここにある全国3か所の山形県、滋賀県、宮崎県においてモデル事業、実証事業を実施しました。内容としては、事業の概要のところに①から④までありますけれども、商工会・事業者団体等向けのセミナーをやって、その後に集合研修をまず商工会向けに行き、それで商工会等の協力を得ながら事業者向けの横断的な研修を行って、その後は個別の事業者に入っていく事業者の中の研修を行って、当然並行して講師の養成もしたという形でありまして、実際に3つのフィールドで職域の従業員教育をやったということになります。

注目いただきたいのは一番下の成果と課題のところでありまして、いろいろな成果と課題が得られました。かいつまんで申し上げますと、まず講師の選定の工夫や商工会等の関与、これによって個別事業者に自分事化していただくことができやすいこと。なかなか企業において社内教育で消費者教育の意義について理解されづらいところがあったのですが、商工会議所などにまず御理解いただいた上で地域の事業者に働きかけることによって事業者もやってみようかということで自分事化していただける、促せることが分かったということでした。

2つ目が、これは第6期の推進会議でも委員の先生方からおっしゃっていただいていたが、カスハラなどのもともと事業者が知りたい、ニーズがある、そういうテーマを切り口にしながら、そこにくっつけて消費者教育をやるのが非常に有効だったということがこの実証でも明らかになったということでした。

あとはニーズの掘り起こしのために関係機関の間で顔の見える形でのコミュニケーションですとか、自治体によるコーディネート機能が非常に重要になったということが、ほかにも

いろいろ書いてありますけれども、そういったような成果が得られたということでもあります。

続きまして、12ページ目です。カスタマーハラスメント関連の取組ということで、消費者庁としても啓発チラシやマンガのキャラクターを起用した啓発冊子の作成などを行っており、周知をしています。もともと厚生労働省で今年の10月1日施行でカスタマーハラスメントを盛り込んだ労働施策総合推進法、カスハラの条文のところはこの10月1日に施行ですけれども、厚労省が中心となって関係省庁、業所管官庁も全て入って、事業者側の国交省や農水省や経産省も入って、消費者側への周知を担当する私たち消費者庁も入り、警察も入りということで、様々な省庁が入った関係省庁連絡会議を立ち上げておりまして、そこでも消費者向けにこういう取組をやっていますということを事業者所管の省庁にも共有していますし、関係省庁と一体となって事業者側にも消費者側にもこのカスハラについての周知啓発をやっているということでございます。

13ページ目、毎年実施しているコーディネーター会議の概略になります。本年2月に実施した会議では、本日御出席いただいている推進会議委員の柿野委員、江花委員、末吉委員にも御参画いただきまして、奈良県と、そして久波様の広島市にも先進事例で久波様のところの職員の方に来ていただいて御紹介いただいて、非常に先進的な取組をやっていたので、この宅見さんに来ていただいて御発表をいただいたということで、皆様に本当に心からこの場を借りて感謝申し上げます。改めましてありがとうございました。

その上で、その後のグループディスカッションも今回90名に参加いただきましたけれども、参加者同士がふだん困っていることを情報共有しながら、それでお互いに課題を共有した上で課題解決策を探りながらピアレビューし合うという形で実施しました。グループディスカッション終了後には、柿野委員や末吉委員からも専門的な観点からアドバイスをいただいたということで、参加したコーディネーターの方々皆様から非常に評価をいただきました。去年も今年もそうなのですけれども、非常によかったということなので、引き続きこういう交流の場、情報交換の場は必要だということだと考えています。

14ページ目、15ページ目を御覧ください。まずは14ページ目です。地域等で消費者教育の担い手となる方々を支援するために消費者庁のポータルサイトにおいて消費者教育に役立つ教材や取組事例等の周知を行っております。自治体や民間企業など様々な主体の皆様が作成した教材を掲載させていただいておりまして、本年も取組事例の拡充を図るなどの取組を進めております。次のページは具体的な事例を挙げていますので、後ほどご覧ください。

続いて、エシカル消費の普及啓発に関する昨年度の取組を御紹介します。まず16ページ目、昨年5月の消費者月間の取組を改めて御紹介します。統一テーマに「明日の地球を救うため、消費者にできること グリーン志向消費～どのグリーンにする？～」を掲げ、消費者庁として消費者と危機感を共有し、消費者一人一人の日々の行動が私たちの生活だけではなくて地球環境をも変えるという大きな可能性を発信しました。

中ほどにありますけれども、シンポジウムには東京大学の江守正多教授をお招きし、地球環境の危機感について御講演いただきました。その後はここに書かれているメンバーで自分

たちの消費生活の中にある身近なグリーン志向の消費行動を発見していくというトークセッションを行いました。この月間に合わせてエシカル消費の取組のヒントとなるような行動チェックリストという37個の行動リストを公表しました。これを作るときには、末吉委員にもアドバイスいただきました。これを公表しながら全国の自治体でこの月間に合わせて地球環境とグリーン志向消費について考えようというキャンペーンを張ったというのが昨年5月の消費者月間でした。

続いて、17ページ目をお願いします。この月間ではなくて通常行っているエシカルの取組を御紹介します。まず、左側の箱ですが、特設サイトと公式Instagramによる情報発信をしております。ここでも、様々な行動のヒントを挙げさせていただいたり、Instagramで毎日とまではいかないですが、数日に一遍という形でかなりエシカル消費の情報についてアップさせていただいたりしております。

右側ですけれども、各種イベントへの参加・説明会の実施ということで、エシカル消費を体験していただけるワークショップを実施したり、下のほうですけれども、普及啓発資料を作成・公表したりしています。これは何も消費者庁だけではなくて様々な主体が作っている教材について無料で見ていただけるようにして、各地域で活用いただいている状況になります。

続きまして、18ページ目を御覧ください。最後に、今年度の予算事業の主なものをここから数ページで紹介します。まず予算規模です。これは令和8年度予算要求のときのものですけれども、このまま確定していますので、額としては消費者教育の充実・推進ということで若干予算が増えまして、約1億円を計上しております。

その上で、具体的にどのようなことを重点事項としてやるのかが19ページ目以降です。まず19ページ目、これは今年の消費者月間の御紹介ですが、今年は「見える情報 見えない仕組み～AI時代の消費者力を高めるために～」という統一テーマで法政大学の坂本旬教授による「デジタル社会と消費者リテラシー」の基調講演、その後ここに掲げるメンバーでパネルディスカッションを行って「デジタル社会の消費者リテラシー」などについて、皆さんで御議論いただきました。

また、左下ですが、今回テーマが結構難しいという話もあったので、月間の開催に先んじて、月間は5月なわけですが、3月には「インターネット広告の仕組みと付き合い方」にスポットを当てた解説動画を公開して、全国の地域で消費者月間に合わせて消費者教育を展開していただく地域の担い手の方々に勉強していただける形の動画も公開しました。これは今も見られます。9月30日まで公開しています。また、5月のシンポジウム本番については、アーカイブスで御覧いただけるようになっております。

続きまして、20ページ目です。職域における消費者教育の取組について、先ほど御説明したとおり昨年度は実証事業をやりました。その成果を踏まえ、今年度は事業者が社内研修で消費者教育を実施する際にそのまま手軽に導入していただくことができるe-ラーニング教材を開発したいと考えております。

続きまして、21ページ目です。全世代の「消費者力」育成・強化に向けた地域連携事業ということでありまして、あらゆるライフステージの消費者に消費者教育を届けるべく、地域ネットワークの構築・強化、そして地域の教育資源の有効活用、これが重要だという観点に立って、コーディネーターが地域の消費者教育の担い手等を発掘・整理する取組に対して全国複数の地域において消費者庁がコーディネーターに伴走して、その発掘や整理に伴走すると。そこで得られた具体的なプロセス、好事例、ノウハウ、地域の今まで参加していない主体も消費者教育に巻き込んでいくためのノウハウみたいなものを見い出して、それを近隣自治体に共有する地域連携会議というものも年度内に行って、ノウハウを共有していきたいという事業を考えております。

最後に、22ページ目です。防災関連の消費者教育の取組を実施したいと考えておりまして、内閣府の防災担当、内閣府防災というところがあります。そこと防衛省と連携して、震災などの災害時に発生する消費者トラブルを体験できるVR動画の教材を開発したいと考えています。いったんパイロット版としてVR教材を作成し、秋にかけて防災関連のイベントが日本全国でありますので、そこに出展して実際に消費者の方にも体験していただいて、フィードバックもいただいて、それでさらにそのフィードバックをVR教材に反映させて、年度末に向けてもう一度VR動画教材をブラッシュアップして、消費者の声を踏まえてさらによいものにした上で、年度末に正式に災害関連の体験ができるVR動画教材の最終版を公開したいと考えております。

駆け足になりましたが、私からの説明は以上でございます。

○大藪会長 黒田課長、どうもありがとうございました。

それでは、説明していただきました「消費者庁における最近の取組について」ということで、御質問や御意見などをいただければいいかと思っています。ぜひ皆さん方に一言ずつでも言っていただけたらと思います。学校教育のことだとか、地域のことだとか、様々な教材の作成ということもありましたので、いかがでしょうか。

江花委員、どうぞよろしくお願いします。

○江花委員 ありがとうございます。委員の江花です。

事業者における消費者教育についてコメントさせていただきます。

私は新潟にある適格消費者団体の消費生活ネットワーク新潟に関わっており、そこで毎年消費者志向経営普及セミナーを企画して実施しております。これは消費者と事業者を対象としたセミナーで、消費者志向経営により関心を持ってもらおうと思って取り組んでおりますが、事業者の方に参加していただくのにとっても苦労しているという実情があります。事業者の場合は、売上げを上げて、利益を追求して、業務効率を上げてという本業のところをどうしても重視しがちですので、職域において従業員向けの消費者教育に取り組むことはなかなか優先度が上がってこないということは実情としてあるのかと思っております。その辺りは消費者庁さんも十分承知の上でだと思っておりますけれども、教材やマニュアル等を御紹介いただいている中で、これをより活用してもらうためにこういったアプローチを考えていられ

やるか教えていただければと思います。よろしくお願いします。

○大藪会長 江花委員、どうもありがとうございました。

事務局、よろしくお願いいたします。

○黒田課長 ありがとうございます。

先ほど御説明した資料の今年度事業、20ページ目を御覧いただければと思いますが、昨年度は全国3か所で実証事業をやりまして、様々な成果と課題を得たわけですが、1つあったのは大企業にしても、中小企業にしても、まさに江花委員がおっしゃったように、消費者教育が自社の売上げや利益につながらないと思われている部分があって、何でこれをやらなければいけないのだからというところの理解がなかなか得られないところがあるので、当然そこで実際に採り入れてみてやってみた、実証地域でやってみたところはやってみたら結構従業員にとってよかったという事業者さんも結構いらしたのですけれども、なかなか実施するに至らない事業者も多いのが現実です。

そのときに、例えば著作権フリーで消費者庁が消費者庁印をつけて手軽にそのまま社内イントラの社員研修の動画コンテンツなどがある中に入れられるようなものをつくってくれば、手間なくそれを会社の中に導入できるから、まずそういうものをつくってくれないかというようなお声もいただいておりますので、令和8年度はそのまま事業者の皆さんに採用していただけるような動画コンテンツを幾つかのテーマで作ってみようということで考えているということです。これを作った暁には、それを社内イントラなどで研修を行っているところは当然そのまま使いますし、そうではないまだ紙などで研修を行っているようなところでも、うちのポータルサイトにも載せますので、そういった形でいつでも利用できますという形で公開し、活用していただけるようにしたいと考えております。

今までも、実は令和5年度以降、新人向け、壮年期向け、高齢者向けの研修プログラムを作って、それをどう活用するか活用マニュアルも作ってきましたし、そこに付随する動画もつくってきたのですが、一個一個教え方がどうだとか、これを活用するにはどうしたらいいかというマニュアルがあっても、いいものができているのですけれども、なかなか活用マニュアルを読んで研修を実施するまでの時間がないのだというお声があるので、今度作るものは資料が映っていて、説明者の画面が映っていて、それで最後のチェックテストみたいな確認テストをして、100点になるまで繰り返してみたいな、よくあるeラーニングコンテンツのような形にして、消費者教育の内容が理解できるようなもの、それだけで完結して、それを入れておけば消費者教育ができる、手間もなく教える人も要らないような形でできるものになりたいと考えております。

○大藪会長 ありがとうございます。

江花委員、よろしかったでしょうか。

○江花委員 ありがとうございます。

○大藪会長 ありがとうございます。

それでは、末吉委員、よろしくお願いします。

○末吉委員 御指名いただき、ありがとうございます。

御説明ありがとうございます。従業員向けの教育のことについて少しだけ私から意見を申し上げたいのですが、従業員を私生活上の消費者として教育するだけでなく、企業意思決定に関わる人として捉えていくことも大事だと思っています。例えば、この研修のテーマの中に消費者トラブル防止に加えて、調達先の人権や環境への配慮、商品・サービスの設計、分かりやすく誠実な環境表示、グリーンウオッシュ、エシカルウオッシュの防止、あとは修理や再利用、回収を前提とした循環型ビジネス、消費者の声を経営に反映していく消費者志向経営などを盛り込んでいくことで、企業側の行動変容につながる視点を強めると、消費者教育が企業にとってリスクを減らすだけではなくて、価値を高めることにもつながるのではないかと感じました。

ほかに意見もあるのですが、一旦従業員への教育話だったので手を挙げさせていただきました。

○大藪会長 末吉委員、御指摘いただきまして、ありがとうございました。

ほかにいかがでしょうか。今、企業側の話が出てきておりますけれども、企業の話でACAPさん、もしも何かコメントがあれば教えていただけないでしょうか。土田委員。

○土田委員 ACAPの土田です。御指名ありがとうございます。

今、ちょうどお話があった20ページのところで私も思っていた部分がございます、先ほど黒田課長から御説明がありました全国3か所の実証事業のセミナーの講師を1か所、私が山形の方で務めさせていただきました。そのときに一番気をつけた点がございます。先ほど御意見があったように、なぜ消費者教育が従業員に対して必要なのかというところ、これがきちんと理解されないとその次に入っていく、入り口のところで止まって入ってこないというところを実感として持っておりました。一番訴えたところは、全体で60分の時間でしたけれどもその中の30分ぐらい使って今の消費者被害は全国でどれだけ起きていて、例えばそれが1人当たりでいくとたしか46万円ぐらいの金額だったと思うのですが、そういった消費者被害が起きていますと。これは昨年度の消費者白書のデータを使って御説明をさせていただいて、もし皆さんの従業員が消費者被害に遭うと四十数万円失ってしまう可能性があるのですと。そう考えたときに、もし失った従業員がいたときにその従業員の方はきちんと仕事ができますでしょうかという、そのような観点からお話をさせていただきました。

一番大事なのはそういった動機づけのところ、これをいかにきちんとお伝えができるかが重要と思っています。ぜひ今年度予定されているコンテンツの中にそういったところも入れていただいて、企業で一番大事なのは従業員の方だと思いますので、従業員を守るために消費者教育が必要なのだというところを伝えていただきたいと思います。

以上です。

○黒田課長 ありがとうございます。

○大藪会長 実際にやられてということで、動機づけが非常に重要だということをお話し

いただきました。ありがとうございました。

宮木委員も手を挙げていらっしゃると思いますので、宮木委員、お願いいたします。

○宮木委員 ありがとうございます。

今の御意見とほぼ同じなのですけれども、消費者庁さんが実施するという観点からも事業者が消費者教育を行う意義や意味や効果をしっかり明示することが大前提だと思っています。例えば従業員が消費者トラブルに巻き込まれることによってどういった損失があるのか、社業に対してデメリットがあるのだという「ネガティブな点の回避」という側面と、一方で従業員が消費者教育を受けることで社業に対して社業に何らかのメリットがあるという「ポジティブな側面」があります。その両面をしっかりとPRするところが重要だと思っています。企業ではハラスメントや働き方など、多大な研修が毎月のようにあります。、そうした中で、流れ作業的にこなされてしまう側面はなきにしもあらずということが現状だと思っています。せっかくのコンテンツがしっかり使われるような仕組みを整えていく上でも、「何でやるのか」に関する点をしっかりとPRして、どうして事業者が行わなくてはならないのかというところを腹落ちさせるような工夫もぜひ行っていただきたいと思います。と思っています。

以上です。

○大藪会長 宮木委員、どうもありがとうございました。非常に重要な点だと思います。

今、ずっと事業者関係のことがありましたけれども、この関係でもしも何か御指摘していただける方がいらしたらお願いいたします。なければ別の視点でも構いません。いかがでしょうか。

今のところはないみたいなので、末吉委員、先ほど言っていた次のところということで口火を切っていただけたらと思います。お願いします。

○末吉委員 再び恐縮です。ありがとうございます。

消費者庁様には日頃エシカル消費の普及啓発に力を入れていただいて、大変に感謝申し上げます。

かなりの回数に及んでエシカル消費の講座もやってくださっていることもとても心強いです。一方で講座の回数を重ねるのは非常に重要なのですけれども、知識を伝えるということだけでは行動変容がなかなか生まれにくいということも実感をしているところですので、消費者が実際に参加したり、自分の声や選択が店舗や企業、行政の変化につながったことを確認できるような仕組みが今後は求められていると思っています。そういった意味でもKPI的なものを示すのであれば講座の回数や参加人数はもちろん大事ではあるのですけれども、行動の変化や自己効力感、継続的な協働関係、事業者や行政側の改善というところまで捉えていただくことが望ましいのではないかと考えています。

同時に、行動変容を消費者個人の責任だけにすることもしないということが重要であると思っています。分かりやすい情報や選びやすい価格、身近な回収、再利用の仕組みなど、エシカルな消費のアクションを無理なくできて選べる環境を行政と事業者が整えていくことが必要なのではないかと考えています。

もう一点だけ最後に、何度も言ってきた本当に申し訳ないのですけれども、エシカル消費をグリーンに矮小化しないことが大事です。エシカルは環境破壊だけでなく人権侵害や児童労働といった問題があるので、消費者教育に、フェアトレード、労働、人権の視点を落とさずに組み込んでいくことを今後も継続的にお願いしたいと思っております。そして連携先のネットワークに福祉、金融、防犯だけではなくて国際NGOあるいはフェアトレードの認証団体や人権関連の主体も加えるといった視点も組み込むべきだと考えます。

以上です。

○大藪会長 末吉委員、どうもありがとうございました。KPIの中身のことを言っていたと。

こちらは事務局から何かありますか。

○黒田課長 幾つかいただきましたので、エシカルの前に今、映っている従業員教育、私も言葉足らずでして、土田委員にも御参画いただいた実証事業でまさにそこが大事だと思ったので、補足します。実は今年作ろうとしているeラーニング教材は3つのパートに分かれています。投影している資料の一番左の営業コンテンツがまさに人事部向けの営業コンテンツになっていまして、何で事業者がこのようなことをやらなければいけないのみたいなところがあつたので、事業者において消費者教育の意義を理解していただくために作りたいと考えております。実は土田委員が御所属しているACAPの方にも、今年これを作るときに御相談することになっていまして、まさに土田委員やほかの方にもほかの地域では登壇いただいたので、土田委員も含めてそういった方々のお知恵を借りながらここは作ろうと考えておりました。説明が足りておりませんでした、もとよりこれまでも一緒にやってきたのでその問題意識は持っておりますということでありました。補足でした。

エシカル消費について末吉委員にはいつも御指導いただいて、ありがとうございます。私どももまずグリーン志向消費を昨年5月の消費者月間をやったとき、そして第6期の取りまとめのときにも、これは議事録に残る形で申し上げましたけれども、グリーン志向消費を月間では打ち出しましたけれども、当然エシカル消費の旗はそのまま立て続けますし、エシカル消費の中に例えば障害者支援とか、地産地消とか、地域とか、労働とか、人権とか様々な社会課題が入りますので、そこはちゃんとやりますというお約束はさせていただいたので、改めまして引き続きそこは変わっておりませんということを申し上げます。

その上でKPIについてですが、私どもも予算事業をやるときに行政事業レビューという形でKPIを世の中に説明しなくてはいけないということがありまして、まさに末吉委員がおっしゃった行動変容のところをどうするかをKPIとして取ってきています。短期のアウトカムは行動変容につながる前提として手段なのかもしれませんが、エシカル消費の認知度の向上やサステナブルファッションの認知度の向上ということで、認知度がどう変化したかを毎年消費生活意識調査で定点観測をしていますので、そこが我々の施策によってどう変化しているのかを取っていて、中期のアウトカムや長期のアウトカムで行動変容の部分、例えば中期アウトカムはエシカル消費を実践する意向のある消費者、単に言葉を知っているとかではなくて

実際にやろうとしている消費者の割合を取っていますので、そこの変化を見ているところです。そして、長期アウトカムはまさに行動変容した後の日常的にエシカル消費を実践していますと答えている消費者の割合、これを高めていくということをKPIとして設定して、それを追っていかうとしております。

ただし、その結果が出る、実践しましたという消費者が増えるということに対しては、様々ないろいろな政策ツール、政策手段、やり方、周知の方法も含めて駆使しなければいけないと思っていますので、消費者庁はかなり限られた少ない予算の中ですけれども、いろいろな手法で消費者に訴求しようと思っています。その中の1つにこういう月間の取組がありますし、先ほど申し上げたSNSなどを活用した取組がありますし、実際に体験してみるという話がありましたので、そこはまさにそのとおりだと思うので、消費者庁が自らブースを出してエシカルな素材を使って物をつくってもらってエシカルを考えてもらうというイベントもやってみたりとか、そういったこともやりながら地道に取組を進めているということでございます。確かに知識を伝えるだけではなくて行動変容につながる事が大事なので、そこに消費者が自ら参画して体験してエシカル消費を感じていただいて行動変容をしていただくということは、まさに私たちもそういう観点で考えておりますので、引き続き御指導いただきたいですし、一緒にやっていただきたいと考えております。

お答えになっていますでしょうか。

○大藪会長 黒田課長、ありがとうございます。

ほかにいかがでしょうか。何かこちらの御質問や御意見はございますか。

坂本委員、よろしくお願いします。

○坂本会長代理 鳴門教育大学の坂本です。ありがとうございます。

学校教育のことなどについてコメントを申し上げたいと思います。

私は小学校や中学校のいろいろな研究会などに参加させていただく機会があるのですが、文部省関連の事業で教科教育の研究会というものがある、その全国大会などで消費生活についての新しい授業や、いろいろな消費生活の学習で意欲的に小学校、中学校の先生で取り組んで新しい実践をすることはすごく広がっていていいなと思っています。一方で、それは本当に特定の研究した指定校だけ頑張っていて全体になかなか広がっていかないとか、文科省のほうで頑張っているけれども、その取組は消費者庁の方はご存じないという状況なので、もっと広がっていくにはどうしたらよいのかと思っています。

一方、高校では新しい消費生活の学習が、今は金融教育のことばかりになってしまっていて、しかも金融教育もベーシックなところではなくて投資の話になってしまっているみたいなどころがあるので、もうちょっと基本的なことをしっかり勉強するというのはできるようにはなっていないのではないかと気になっています。「社会への扉」ももう古くなってしまっていますし、徳島県でつくったデジタル教材は全然活用されていないのですが、でも、すごくお金をかけてつくった教材なのですが、あまり活用が進んでいないし、それも古くなってきてしまっているということもあるので、そういうものをうまく活用して、

もう少し高校での基礎的な教育を進めるということが今は課題なのではないかと思っています。

先ほど新しい体験型教材、VRゴーグルを使った教材の紹介がありましたけれども、私は新しいコンテンツが加わったことを知らなかったのです。皆さん、知っていましたか。私は消費者庁の徳島でいろいろ携わっているのに知らなかったのだと衝撃を受けましたので、消費者庁の方も何か新しいものをつくったらしつこいぐらいいろいろなチャンネルを使ってPRしていただければと思います。

それから、防災などと連携をした事業を進めるということで、徳島県でも防災と一緒にやると伺っているのですが、本当は防災教育、環境教育、食育などいろいろなことをそれぞれの団体がばらばらやっているのですけれども、連携を深めながら、例えば防災だったら災害のときにすごくニセ・誤情報が広がって消費者トラブルにつながることもあるので、そういうテーマで防災と一緒に消費者教育をやっていくのがいいのかとか、食育だったらエシカルな選択が非常にマッチすると思うのですけれども、それぞれの領域で違和感なく大切なことが伝えられるような内容を探って消費者教育と一緒にいろいろな方と連携して広めていくことをどんどん進めていけたらと思っていますところ。

以上です。

○大藪会長 坂本委員、いろいろなところにPRしてもらわないとまだまだ知らなかったことが多いと思います。ありがとうございました。

金融教育のことや高校での教育の話が出ましたので、御意見も一緒にということで、できましたら佐紺委員と角正委員に御意見をいただければと。

角正委員、手を挙げていらっしゃるんですね。お願いいたします。

○角正委員 福井県の角正です。

今、高校の話が出ましたので、先ほどの御説明の中で教材等のことがありまして、それについて御意見させていただきます。

高校は大変忙しい中で、高校1年生、2年生までに消費経済のところについての学習を家庭科では終えるということで、非常にタイトなスケジュールの中なので、先ほどの5分間の動画教材をつくっていただいたことは非常に有効ではないかと思っています。20分といった長い時間の動画だと使いづらいところがあって、そしていかに先生方に使っていただくというか、刺さるかというところが非常に重要な視点だと思いますので、この動画については非常にいいなと個人的には思いました。

ポータルサイトについても非常に選びやすいというか、実際に開いてみると種類、制作者、対象、主な教科、時間、領域で最初から選択してその教材に飛べるような仕組みになっておりますので、これも非常に有効で、まずは先生方に知っていただき、活用していただく、というところから始まり、活用していただければ、先生方の自己研さんやアイデアを取ってくるのに使えるのではないかと思います。

以上です。

○大藪会長 角正委員、高校の状況を教えていただきまして、ありがとうございました。

佐紺委員、いかがでしょうか。

○佐紺委員 御指名ありがとうございます。

私も先ほど御紹介いただいた5分程度の動画について、来週、北海道全域から家庭科の教員が集まる研修会がありますので、そこで早速紹介したいと思った次第です。

金融教育について家庭科の先生方の関心が強く、そちらの研修を受けたいという要望がとても多いです。それももちろん重要なのですが、消費者教育の根幹になるところについても変わらず重要であるということで研修を深める必要があると改めて思った次第です。

そして、消費者教育というと家庭科や地歴・公民科が主に高等学校では担当として当たることが多いのですが、私が校長として働いている職場の教員に消費者教育をしたらという視点でも考えていました。確かに教科としての生徒への切り口はありますが、職場として消費者教育ということを教職員にもどのように伝えたらいいのかを考えながら伺っていました。

最後としましては、防災関連の消費者教育の推進のお話がありましたが、これは非常に興味深い試みですので具体的にもう少しどのようなイメージで今は考えていらっしゃるのか、教えていただければ幸いです。

○大藪会長 佐紺委員、どうもありがとうございました。

それでは、黒田課長、何かコメントできたらお願いします。

○黒田課長 坂本委員、角正委員、佐紺委員、ありがとうございます。

まず、坂本委員のところで私が答えられるものと答えられないものがあると思っていて、学校教育のところはあまり答えられないかもしれませんが、「社会への扉」が古くなっているということは確かに御指摘のとおりなので、そこも含めて今後の検討課題として受け止めたいと思います。

VRの周知については、まだ5月に出たばかりということもあるのですが、実は我々も工夫をしまして、4月30日に最初に消費者庁の長官会見で発言してもらって、そこから実は9個一遍に出すのではなくて、3個ずつ1週間ごとに分けて何回も、毎週木曜日に長官記者会見をやっているのです。記者の方々にも毎回体験してもらって、流して、それを記事にしてくださいねとやりながら、裏では自治体や消費者団体などに通知を流してこういうものが出ましたのでよろしくと言って、5月はかなり毎週のように記者の方々にも流したし、消費者庁長官に長官会見で毎週触れてもらうという取組を行って、そして我々のSNSでもそのたびに出ましたと周知させていただきました。

ただ、おっしゃるとおり、学校の先生などに届いていなければ意味がないと思います。だから、坂本先生に届かなかったこと自体が課題であり、やり方の工夫はして何とか届けたいと思って頻回にやったのですが、まだ足りなかったのだと思いますので、今後反省してやり方を考えたいと思いますが、我々もできる範囲で何回も周知広報を行っているということは、言い訳がましくお伝えさせていただきました。引き続き頑張っていきたいと思い

ます。

角正先生、5分の動画を有効だと言っていたき、ありがとうございました。ポータルサイトについても選びやすいというお話もいただきました。一方で、実は第6期の消費者教育推進会議において、第7期に引き継がれた検討事項が2つありまして、地域の消費者教育の話が1つですが、もう一つは、現場で消費者教育を担っていただいている学校の先生などは忙しい、そして学校の先生に限らず地域で消費者教育の担い手になる方は本業を持っていられっしやるので忙しいという中で、世の中には消費者庁だけではなくてポータルサイトで様々な主体がつくった様々ないい教材があるのだけれども、先生方からは、自分の目の前にいる生徒、例えば何年生でエシカル消費をやりたいとか、何年生で消費者トラブルを学びたいとか、様々な場面があったときに、どの教材が真に自分の生徒にマッチするのかを一個一個の教材を先生方が吟味して勉強する時間がないのだという御指摘があって、第7期の申し送り事項として、地域の消費者教育の担い手や学校の先生が、世の中に数多ある教材の中でこれが自分が行おうとしている授業に使うのに適切な教材だと効率的に選びやすいような方策を消費者庁は考えなさいということを言われていますので、これはもう一つ宿題をいただいているものだと思います。第7期の消費者教育推進会議の期間、来年の9月末までありますけれども、そこで引き続き検討する宿題として受け止めておりますので、今、既に選びやすいとお褒めいただきましたけれども、さらに改善していくことは我々も考えていきたいと考えているということだけ申し上げておきます。

佐紺先生もありがとうございます。早速5分の動画を北海道の先生方に御紹介いただけるということで大変助かります。そういった中で、防災の話、何を考えているのかということでありまして、実はまだこれから調達なのであまり詳細までは言えないのですけれども、なぜ内閣府防災や防衛省が出てくるのかということだけ端的に言える範囲で申し上げますと、そもそもこの予算が消費者庁の予算ではなくて、消費者庁の予算は非常に小そうございますので、先ほど申し上げたとおり1億円しかないのです。その範囲でこの防災までは手は伸びないのです。ただ、内閣府防災という政府全体の防災対策の取りまとめをやっているところがございまして、そこが防災の予算を一括で持っている。

その中で、防災はいろいろなフェーズがあると思いますが、事前防災といって災害が起こった後の予算も当然あるのですけれども、災害が起こることを未然に防ぐことはできないのですけれども、大災害が起こる前にいろいろな形で備えておくとか、教育を受けて知っておいて行動できるようにするとか、いろいろなものがあるそうです。能登半島地震のときもそうでしたけれども、様々な災害が起こるたびにいろいろな詐欺トラブルに見舞われたりするなど被災者を狙った非常に悪質なトラブルがあることに着目して、我々も何かできないかと思っていたところがあり、そこに内閣府防災の予算を使って、防災関連の消費者教育を行うことを認めてもらったので、今回、内閣府防災と連携して取組を進めることにしました。

防衛省が出てくるのは、そういうときにSNSなどでどのような情報がどのように拡散したのかについて防衛省としては把握できる部分があるかもしれないということなので、防衛省と

内閣府防災から、そういう偽・誤情報みたいなものがどのように拡散し、どのように炎上し、それでどういう人が何をやったらそれは鎮火していくのかというような情報を整理していただいて、それを消費者庁側にいただいた上で、VR動画教材作りの際にリアル感を高めるために活用したいと考えております。例えば義援金詐欺みたいな話があったりとか、点検商法で壊れてしまった家を直しますと言って助成金詐欺みたいなものに遭ったりとか、いろいろな形で現場では詐欺トラブルが発生していますので、何を題材にするかはこれからですが、そういった形でSNSなどの情報で何かあおられてだまされてしまったみたいなことを体験しながら学べるみたいなことを考えたいと思っています。まだ構想段階なので仕上がりのものが違うものになったら恐縮ですが、今はそのような形で考えていこうとしております。

以上であります。

○大藪会長 黒田課長、どうもありがとうございました。御説明いただきました。

時間がいっぱいいっぱいになってきているのですけれども、今の段階で何かもしも御質問などがありましたらいかがですか。よろしいですか。

それでは、また後でもしも時間が余ったらということで御意見をいただけたらと思います。

次の2つ目の議題ということで、議題2の「地域における消費者教育の推進に向けた地域ネットワークの構築・強化に関する分科会取りまとめについて（報告）」ということで、資料2及び資料3に基づきということで簡潔に事務局からお願いいたします。

○黒田課長 ありがとうございます。

続きまして、議題2について資料2及び資料3に基づきまして御説明をしたいと思います。主に今日は資料2を使いたいと思います。「地域における消費者教育の推進に向けた地域ネットワークの構築・強化に関する分科会～取りまとめの要点～」ということで、この概要資料に基づいて御説明します。

資料2の1ページ目を御覧いただければと思います。本分科会の趣旨のところでございます。昨年12月のこの推進会議において、この分科会の設置を決議いただき、お決めいただいたときの趣旨はどうだったかということで振り返りますけれども、消費者教育はまさに全世代を対象としていると。幼少期から高齢期まで全てのライフステージの方を対象としているわけです。その上で、さらに各ライフステージに応じた消費生活の場面ごとに必要な諸能力を切れ目なく身につける、これがまさに必要なことでありまして、それを体系的に実施するというのが消費者教育でございます。

その中で、デジタル技術の飛躍や進展、消費者の取引環境の急激な変化など様々な変化がありますが、それは私も含めてですが、誰もが条件がそろってしまうと一見脆弱ではなくても多様な脆弱性を有することになり得るということがありますので、全員が消費者力の育成・強化を図る必要があって、そのために役立つ消費者教育、これが必要なのだということでありまして、2つ目ですが、扱う分野も多岐にわたっていて、デジタルもそうです、金融もそうですいろいろな分野がありますけれども、すごく幅広いと。

本体の資料3には書いてあるのですけれども、一方で、地域において消費者教育を推進していく自治体の人員や予算には実は限りがあります。人手不足の中で自治体の皆さまも一生懸命やってくださっているし、消費者教育コーディネーターの方も非常に必死にやっています。先ほど御説明したとおり、全国には342人の消費者教育コーディネーターの方々がいらっしゃるわけですが、本業も抱えながらすごく一生懸命やっています。ただし、これは限界があるという中で、消費者行政に携わっている者だけで進めていくだけではなくて、消費者行政や消費者教育に関係のないような主体でも地域に様々な多様な主体がいて、そこに協力を求めたり巻き込んだりしながら地域における消費者教育を推進する仕組みを構築していくことが課題だという認識の下に、この2つ目の四角にある地域における教育資源を積極的かつ有効に活用するための地域ネットワークの構築・強化に関して必要な方策を検討しようということで始まったのがこの分科会です。自治体は目いっぱいやっていますけれども、予算も人も不足しているという前提の中で始まっております。

そうした中で中段ですけれども、各地における取組の現状と課題ということで、この分科会の開催に先立ちまして全国の都道府県・政令市、そして中核市にアンケートを取りました。そして、1月から7月まで分科会を4回やりましたけれども、1回目、2回目、3回目ということで自治体からのヒアリングを複数の県や市からさせていただきました。

その結果、把握した事実としては、コーディネーターは全都道府県・政令市で配置済みだったと。アンケート調査によると、この左側の箱ですけれども、多くの自治体で学校との連携はかなり積極的に出前講座や教材の提供や教職員向けの研修などをやっている。学校以外のところについても幅広い年齢層に向けた出前講座なども実施して頑張っているということでありました。

コーディネーターも教育委員会との調整や地域の福祉関係者への講座の周知などコーディネート機能をしっかりやるということで、まさにコーディネーターの役割を果たしているということでありました。

一方で、マンパワーの限界もありますので、今、学校など関係ができているところは結構できていても、新たにやりたいところ、本当は開拓していきたいところ、例えば職域だったら商工会議所などに出張っていきたくたりするのだけれども、どうしても余裕がなくて能動的に新規の申込みやニーズの発掘につながるというところまではできておらず道半ばなのだという御意見もあったと受け止めています。ですから、皆さんすごく頑張っている中でもなかなかできないというもどかしさを持っているという現状があったという状況でした。

さらに、都道府県・政令市・中核市で消費者教育コーディネーターが配置されているところに聞いたところ、消費者教育コーディネーターの方々が、その肩書を名乗っているところは3分の1ぐらいでした。名乗らない理由もいろいろあるものと推察しますが、コーディネーターの意義や役割を消費者教育を知らない主体の人たちに説明して回る武器がないとか、自分たちの意義や消費者教育の意義を分かってもらうためのツールなどがあればいいのにと。という御意見もありましたので、それは後ほど分科会の委員の先生方から国への宿題としてこ

いうことをやりなさいということが出てきますけれども、そういったことの問題意識を持っていたということでもあります。

一番下のところですが、いろいろな自治体にヒアリングしたところ、消費者教育を地域ネットワークの中で継続的に機能する仕組みを発展させる視点や、その推進力がコーディネーター機能であるという点が見いだされたということでした。

右側の現状の評価と課題ということで、学校現場と消費生活センターとの連携は相当程度進んでいました。高校と都道府県は特に進んでいて、市町村と小中学校はそれに比べたら劣後するけれども、それでも進んでいるということでした。一方で、学校以外のところについては、学校であれば、そこに教えられる人、教える人、そして場所があって教育の場を組みやすいのですけれども、太字で書いてある、学校以外のあらゆるライフステージの属性のところの取組は、地方公共団体の意識としては、学校とやるよりは1歩ハードルが高い、取り組みづらさを感じているという話も出てきました。

コーディネーターと名乗らずに活動している方々については、なかなかやりたいことができていないというもどかしさを持っていることと、委員の先生方からは、消費者教育の必要性について気づいて促すプッシュ型の働きかけをしていくことが重要だという話もありました。

下から2つ目ですが、ここもなかなかハードルが高めかもしれませんが、受講者のニーズを的確に把握して、受講者が知りたいことに合致するような講座や講師の調整をするのが大事なので、まさにオーダーメイド型の講座の設定ができれば非常にいい、理想論としてはそうだという話でありました。

また、一番下ですが、本来的にふだん消費者教育をやっていないような主体も巻き込んでいくためには、その外側にいる主体に消費者教育と一緒にやることで、その主体にとってもいいことがあるのだということを、さっきの職域の話と似ていますけれども、その方々に対してのメリットみたいなことも見せていかないとなかなか乗ってきてくれないだろうという話がありました。

続いて、2ページ目でございます。そうした中で現状と課題をヒアリングとアンケートから把握した上で分科会の委員の先生方からいただいた視点としては3つ挙げられています。

1つ目が、消費者教育の機会を生み出すためにプッシュ型の働きかけを通じて地域の消費者教育を俯瞰的に整理して発掘した上で、必要な関係主体を連携させて統合させていく企画調整機能が必要だと。これをまさに担うのが消費者教育コーディネーターであり、コーディネーターがいないところでは自治体の消費者行政部局などがやることになりますけれども、いずれにしてもここがコーディネーターをしてつないでいくことが重要だという視点。

2つ目が、先ほども申し上げましたが、地域に存在する様々な既存の教育資源を消費者教育の側に協力していただくためにつないでいくためには、関係する主体それぞれのメリットみたいなことを言語化して、見せて、参画いただくことが必要ではないかということ。

もう一つ、一旦つくった関係を一過性で終わらせることがなく持続的に継続していくこと

が重要だということで、小さな成功体験を積み重ねながら一緒に何度もやって連携から協働へと高めていく視点が重要だということを取りまとめいただいていたということです。

その上で、今後の取組の方向性ということで国、自治体、その他の主体に期待することということで提言をいただいています。主に国のところを御説明しますが、我々消費者庁として宿題を請け負ったと思っているのはこの国のところでごさいます、分科会の委員の先生方から言われているのは、ここにありますとおり消費者教育コーディネーターの役割の発揮に向けて国がコーディネーターを後方支援する、そして追い風をつくることが重要だろうということです。

一例として、成年年齢引下げのときは、社会的にそれが重要だということで文部科学省さんも含めて消費者庁も含めて全国で進んだわけです。それで学校教育も進んだし、消費者教育もそういう面で進んだということなのですけれども、そのようにコーディネーターの方々が地域で活動できる、活動しやすい環境づくりをするために追い風を吹かせてほしいという御要望があったということでもあります。そして、それは何かというと、消費者教育の意義や重要性を繰り返し国が粘り強く何回でもいろいろなところに発信していくのだということです。

具体的には何をすべきかということで、支援策の具体例ということでここに並べていますけれども、消費者教育コーディネーターの意義や重要性について認知を広げるための活動の手引きを作るということや、消費者教育コーディネーターについて外向けに名乗りやすい肩書とするような仕組みも考えてほしいということもありました。コーディネーター向けのコーディネートの手法の講習会やコーディネーターの相互の場の確保、コーディネーター研修は毎年やっていますけれども、それだけではなくて、年に1回ではなくて、ほかにももうちょっと相互の交流の場の確保みたいなことが、デジタル化も進んできている現代なので、様々なやり方があるのではないかと考えてみてくれないかというお話がありました。

また、個別のアドバイスということで、コーディネーターの方が現場で独り思い悩んでいるときに何らかのアドバイスが得られるようなサポート体制や仕組みづくり、それも考えてくれというお話がありましたし、先進事例の横展開、連携先や担い手、講座のテーマ、教材等の情報整理を国側でもやってほしいというお話、あとは今日いらっしゃっている佐久田様が所属されているJ-FLECもそうですし、文部科学省もそうですけれども、国側で消費者庁とJ-FLECとか、消費者庁と金融庁とか、消費者庁と文部科学省ということで全国版の連携関係、全国ネットワークを構築・強化して、それを地域に波及させてほしいというお話もありましたし、交付金の活用ももっと周知してほしいというお話もありましたということで、このような内容で取りまとめをいただいたということでもあります。

3 ページ目、これは消費者教育コーディネーターの役割ということで、これまでずっと我々は第1期の消費者教育推進会議のときから消費者教育コーディネーターの役割などについては縷々議論してきたわけですが、今回新たに今までの議論を踏襲しながら、下側のオレンジのところに括弧書きに書いてありますが、各地におけるコーディネーターの育成・配

置、コーディネーター自身の活動のしやすさに資するよう、役立つように、抽象的な概念ではなくて具体的な業務内容として消費者教育コーディネーターはこういうことをやっていくと、やっている方がほとんどだと思いますけれども、やっていくのだということを示した上で、こういったことを盛り込んだ形で消費者庁が今後手引きや消費者教育コーディネーターの方が現場で地域の人に私たちはこういう仕事です、こういう重要な仕事を受け持っています、ぜひ協力してくださいと持って回れるような武器など、そういったものを作るということをしてほしいということで、整理いただいたものです。抽象的な概念ではなくて具体的な業務内容を示すことでコーディネーターを後押しするようなことを消費者庁のほうで作りなさいということを言われているということでありまして、我々もしっかりやっていきたいと思っています。

最後になりますけれども、ここには書いていませんが、この取りまとめが消費者教育の裾野を広げる、要は消費者教育で我々はふだんやっている人たちだけではない様々な地域の関係者を取り込んでいって裾野を広げていきたいと思っていますけれども、地道な取組の積み重ねである上に成果が見えづらく、現地の消費者教育コーディネーターや自治体の皆さんは非常に御苦労されながら抱えている課題や個別性も高い中でやっておられるという困難さは我々も本当にこの分科会を通じて把握して、一生懸命我々もやっていかなくتهはいけないと思っています。

推進会議から選ばれた分科会の委員の先生方の熱心な御議論も踏まえ、そして自治体の皆さまの御意見も様々ないただきました。取りまとめに向けて多くの自治体の御意見もいただきましたので、それも踏まえた上でこの取りまとめが出来上がっているということなので、今後これを踏まえながら地方公共団体の消費生活部局を中心に各地で取組をさらにバージョンアップ、地域の消費者教育をバージョンアップしていただくための指針としていただけるのではないかと思いますし、消費者庁もこの分科会でいただいた宿題を来年度以降、今年度も含めてですけれども、来年度予算の要求などをしながらしっかり実現できるようにしていきたいと考えているところです。

分科会の取りまとめだけではなくて、消費者庁としても今後頑張りますということも含めて御説明させていただきました。

以上でございます。

○大藪会長　ありがとうございました。

分科会の取りまとめについて御説明いただきましたので、今後の進め方に対する御提案などがありましたら言っていただけたらと思いますので、時間がぎりぎりになってきますので、皆さん簡潔によりしくお願いいたします。

○黒田課長　1点だけ補足です。この分科会自体は7月に取りまとめが終わっておりまして、昨日の長官会見をもって全国には公表しています。公表したてなので今後これを全国に周知していきますし、消費者庁としてもこれを受け止めて、これから何ができるかということは今から考えていきたいというフェーズにあるということでございます。そういうステータス

であります。

以上です。

○大藪会長 ありがとうございます。

それでは、いかがでしょうか。皆さん方から手を挙げていただけたらと思います。

久波委員、よろしくお願いします。

○久波委員 広島市消費生活センターの久波でございます。

資料を見せていただいたのですけれども、現場サイドからということで、現実をすごく突きつけられたような、しっかりと整理されていますし、言われていることは確かに事実ではあるのですけれどもという上での話なのですけれども、一責任者として非常にこれについては厳しい意見をいただいたと本当に思っているところでございます。

先ほど黒田課長からもおっしゃっていただいたのですけれども、我々現場で実際に動いているサイドとしましては、いろいろな事情等もございます。一番の事情というのは、先ほども御紹介いただいたのですけれども、人材的なものが非常に大きいと思います。特に都市部であれば分からないのですけれども、私は広島なのですけれども、こういったコーディネーターができる人やこういう意欲を持っている人は、特に公務員という立場からするとこの人材が不足しているところがございます。それも1つの課題でございます。

また、これも難しい話だと思うのですけれども、消費者庁でまとめられて一律的にできるかと言われると、地域によって事情がそれぞれ違っていると思います。かなりコミュニティがしっかりしたところもあるでしょうし、コミュニティ自体が存在しないようなところ、我々広島市の単なる一地方政令市を見たとしてもそういった温度差がある、地域にはそのような温度差があるということになると、なかなかこういうものを一律にまとめていくことは難しいのではないかとことがございます。

また、現実的な問題としましては、まだまだ人材的なものでもあるのですけれども、どうしてもこの前の推進会議でも申し上げたのですけれども、何といたっても実際の目の前の課題である相談業務、いわゆる対症療法ということになると思うのですが、そういったものに人材を割くのがどうしても中心となってしまいまして、こういった予防的なもの、教育というものは非常に大切だと思うのですけれども、そういった面でのものがどうしても後回しになっているのが実情でございます。そうすると、先ほど来のお話なのですけれども、消費者教育コーディネーターという業務自体を見直していかなければいけないのかと私個人的には思っているところでございまして、今までと立場が変わるというのは語弊があるかもしれませんが、ますます責務が非常に重要になっていくのではないかと。

また、我々の反省点ではございますが、組織内においても位置づけをしっかりと固めていかなければいけないのではないかと。実際問題、本音を言いますと、今は若干片手間的なところがございます。そういったところをしっかりと現実を見ながら、先ほど申し上げましたが、厳しい意見をいただいたのは事実でございますので、そういったものについて向き合っていかなければいけないのではないかと考えております。

また、先ほど資料1でも見せていただきましたけれども、消費者庁さんにも地域教育コーディネーターと事業全体を伴走しながらやっていきたいと言っていましたので、そういった面でもこれから有効活用をしてしっかりと考えていきたいと、今後の課題だと思っているところでございます。

時間をいただいて、ありがとうございました。

○大藪会長 久波委員、どうもありがとうございました。

それでは、手が挙がっていますので、原田委員、柿野委員の順番でお願いいたします。

○原田委員 原田でございます。ありがとうございます。

私はまた毛色が違うことを言うてしまうので、コーディネーターの見直しと同じようにそもそも論として消費者教育というものの自体の根底を見直さないといけないのではないかという時期に入ってきているのではないかと思います。何故かといいますと、AIが日常的になってきたということになりますと、AIに関して日常に使うということは、消費者教育についても常にAIがつきまとうということを根底に考えていないといけないと思うわけです。

今年度の消費者庁さんの5月の消費者月間のスローガンが「AI時代の消費者力」というとてもすてきで余計なお世話なタイトルをつけてくださったので、その後5月、6月、7月の消費者向けの啓発講座はAIをつけてくれと言われて、それでAIの話をつけてAI時代の消費者問題やAI時代の消費者はどうしたらいいかみたいなタイトルをつけますと、すごく食いつきがいいのです。だから、それだけ消費者の人はAIのことを知りたいのだけれども、何を知っていいのかわからないと。

その割には、事業者側のほうはフェイクニュースみたいなものなどが出てくるわけですね。そういうものが普通に出てきて、さっきの最後の災害のところでも私はその後の事例に使うのは、その地域のところでまず熊が出ましたというフェイクニュースですね。その熊が出ましたというフェイクニュースが出た後に熊よけスプレーを買いませんかとしたら買ってしまうでしょうと。けれども、それはフェイクニュースだから熊なんか出ていないのだよという形で、世の中、必ずAIがついてくるわけなのです。

そうすると、例えば今は企業側の広告においても単なる検索のSEO対策だけではなくて、AIに対するSEO対策を本気でやっているわけです。つまり、AIに拾ってもらう情報を自分たちのほうで優先的に拾ってもらうSEO対策を普通にやり始めているわけです。そうすると、AIの回答自体が拾ってきた情報に不均衡が起こっていることを何も知らないで、私たちは普通にチャッピー（ChatGPT）に聞くわけですね。そのようなことをある程度知っていて教育ができる人がどれだけいるのかとなると、それは消費者教育をする立場の人もかなりのリテラシーをこれから持たなければならないし、逆に資料をつくるときにAIを使って資料をつくるのが当たり前になってくるときに、そのAIの情報は正しいのかというその人自身にリテラシーなどが必要になってきたり、ファクトチェックが必要になってきたりするわけです。

資料をつくるといったときも、例えば最近は皆さんが使うような国の資料などもいらすやではなくてAIのイラストをくっつけてくるのですけれども、AIのイラストほどつまらない

ものではなくて、絶対に心に刺さらないのです。そうすると、そういう形でつくられたものは消費者に引っかけられないので、消費者教育にAIを使ったら便利だねと前々は思っていたのですが、実はAIに一番向かない分野に消費者教育が入っているのではないかとすると、例えば国が総力を挙げてフィジカルAIに金を出しましょうみたいなことをやっていますけれども、介護とかそういうものはいいかもしれないけれども、フィジカルAIに消費者教育を教えてもらおうと思っても誰も聞かないと思うのです。そうすると人間力が必要になってくるという、かえってAIが進めば進むほど教育をする人の人間力が必要になってくるのだということも考えていかなければならないとなると、この消費者教育ということそのものの根底を覆す転換点に今は来ているのではないかと。

そして、消費者像も変わっていると。全てAIを使って聞いてきて、それでAIと違う回答が相談窓口から来ると、それはAIと回答が違うではないかと言ってくるわけです。それを聞く消費者像もかなり変化をしてきているというところも踏まえて消費者教育ということを考えなければいけない、こういった時期に来ているのではないかと私は全体的に思っております。

長くなりました。

○大藪会長 原田委員、非常にこれからとても重要になる点だと思います。御意見をいただきまして、ありがとうございます。

柿野委員、いかがでしょうか。

○柿野委員 御発言の機会をありがとうございます。

今、原田委員がおっしゃったこと、私も同じようなことを考えてはいるのですが、AI時代だからこそ地域における消費者教育がより一層重要になってくるのではないかと考えています。地域でより身近なところに、これはどうなのかといったことを少しでも話ができる相手がいることが安心・安全な生活を支えていく基盤になっていくと考えると、地域における消費者教育をどのように展開していくのかという課題と、消費者教育コーディネーターという役割がますます重要になってくるという視点について、私もこの議論に参加させていただいて、地域の重要性を一段と感じたところです。

地方自治体については、先ほど広島市の久波委員もおっしゃったように、本当に自治体ごとに全く異なっていて、地域資源も違うし、消費者教育の進み具合も全く違います。都道府県でも違うし、政令市・中核市といった自治体レベルでも違いますので、全く違うことを前提に全国的にどう進めていくか、ということが今回のテーマにはなっていたわけなのですが、国からの働きかけによって、地方に負担をかけることがないように、どのように進めていくのかという点についての配慮の必要性を強く感じたところです。

地方自治体では消費者教育に活用できる交付金が十分になく、予算が確保できないという課題を共通に抱えているので、コーディネーターのことを検討する時には、予算確保において国が支援できることはないのかという観点も非常に重要ですし、この後、消費者庁が伴走支援をして地方自治体のコーディネート機能をより精緻化してマニュアル化していくというお話が先ほどの話にありましたけれども、すぐにできるようなものではきっとないと思いま

すので、しっかり腰を据えて地方自治体に向き合いながら進めていくことをお願いしたいと思います。

以上です。

○大藪会長 柿野委員、どうもありがとうございました。

それでは、最後のほうになりますので、一言ずつ1分今日発言していない人に、コーディネーターの話でも消費者教育の話、今の話でもいいですし、先ほどの1のところでも構いませんので、お願いしたいと思います。

それでは、高比良委員からお願いできますか。

○高比良委員 御指名いただき、ありがとうございます。全消協の高比良でございます。

私からは今日全体のお話を通しての感想になりますが、お話しさせていただきたいと思います。

まず、今回の分科会、私は4回参加させていただいたのですが、4回の議論の中で全国各地の自治体さんの取組等をお聞かせいただき、消費者教育コーディネーターに関しましても非常に活発に活動されている方のお話等をお聞きすることができて、大変勉強になりました。ただし、全国それぞれ自治体によって全然事情が違うということもございます。それでも、ただできないからといってできないままにしておくのも問題ですので、国が今回主導してプッシュ型ということで進めていくということですので、各市町村におきましてもその上の県、その上の国ということでいろいろアドバイスを受けながら、できることから進めていくことが大切なのではないかと思いました。

それから、企業の取組ですね。企業の消費者教育についてなのですが、私のような消費生活相談員の立場から考えますと、企業がきちんとコンプライアンスを守って販売方法にも問題のないような営業をしていただければ、消費者問題も少しは減るのではないかと思います。もちろんその両輪として消費者教育も必要なのですが、そういうことから考えますと、企業をつくっている社員に対してもコンプライアンスの教育、それから消費者志向の経営についても企業向けの消費者教育にはぜひ入れるべきではないかと思いました。

以上です。ありがとうございます。

○大藪会長 御指摘いただきまして、ありがとうございました。

それでは、岡田委員、いかがでしょうか。

○岡田委員 先ほど来、教育コーディネーターの件について御意見をいただいて、私も実施側として分科会の最後のほうで消費者庁さんと意見交換もさせていただきました。あるべき論と実態に乖離がある部分についてはということでお話もさせていただいたのですが、
「かくあるべき」というところは一定程度示していく必要があり、そこに権威を持たせる必要があると強く感じたことと、そして地域ごとに「できることから」やっていく。国としてもいろいろなやり方でほかの機関との連携についてバックアップをくださるということでしたので、やっていくしかないと思った次第です。

1点だけ補足しますと、地域がどうなっているのかということをお本県、埼玉県でも調査を

したいと思いましたが、実情把握は案外困難なのです。ですから、できれば消費者庁さんが今年行ったような全国調査をまた別の機会にいただければ、その実情に合わせてどうやって進めていけばいいのかということの方向性が出ますので、お願いできたらと思いました。

以上です。

○大藪会長 岡田委員、どうもありがとうございました。

続きまして、遠藤委員、お願いいたします。

○遠藤委員 NACSの遠藤です。

私からはまず分科会に参加をさせていただいた感想なのですが、自治体の方のヒアリングや様々なデータをお示しいただいて、地域社会の中で本当に自治体の方が非常にいろいろな工夫を凝らして努力されているということを改めて感じたのですが、その中で消費者教育コーディネーターさんが担う役割は非常に大きいのではないかと。消費者教育の推進の土台であるのかということを感じました。

今日の消費者庁さんの取組の資料の中で地域サポーターの取組というものがあつたかと思うのですが、私もNACSの派遣事業の中でまさに消費生活推進員さんと出前講座を進めているところなのですが、地域の出来事に関心を持つのは非常に重要なことだと思っていて、地域社会に関心を持つことは啓発の入り口ではないかと思っています。本当に民生委員さん、消費生活推進員さん、地域包括センターの方、とても熱心にされていて、そういったことに思いをはせていらっしゃるのかと思います。

その中で時々お声をいただくのが、消費者教育ポータルサイトですね。何か私たちでも使える教材はないですかということを聞かれるので、こういったポータルがありますよと紹介をするのですが、例えば消費者教育に携わっている方だけでなく地域社会の中でこういった活動をされている方ももっと使えるように、さっきなかなか声が届いていないというお声もありましたけれども、もっとPRしていただいてより多くの方が使えるようになるのではないかと思います。

以上です。

○大藪会長 遠藤委員、どうもありがとうございました。

それでは、角山委員、お願いできますか。

○角山委員 日本社会福祉士会の角山です。

文科会に参加をさせていただきました。このたびの取りまとめにつきましては、改めて消費者庁さんが取り組まなければならない方向性や課題が挙げられ、それを推進されるのだという強いメッセージが盛り込まれたのではないかと感じております。

その中で、消費者教育コーディネーターさんを支えていただくことが今後の取り組みとなると思っております。

そして、消費者庁さんにおける最近の取組につきまして、各企業が積極的に消費者教育を推進するためにどのようにするかという点で、私の主観にはなりますけれども述べさせていただきます。どのタイミングで企業向けに実施するかという観点での意見になりますが、既

存の複数の教材に各企業が消費者教育をする意味を、きちんと組み込んでパッケージ化していただくことがよろしいのかと思っております。

学校教育などはカリキュラムがございまして、どのタイミングでどのような形で実施して下さいますとありますが、企業はそういったものがなく、ハラスメント教育であるとか、人材教育であるとか、専門領域の内容の教育等様々あります。その中で企業におけるそれぞれの優先順位の中で埋もれてしまっているのかと思っております。そこで、使用するタイミングをあえて指定をするというのも1つの方法かと思っております。例えば新人職員向けのオリエンテーションに使用する教材であるとか、管理職になった際の消費者教育のポイントという形でパッケージ化した教材を、その意味と目的を合わせてこういうものを使ってはどうですかという組み合わせであると、管理職になった職員に対してのオリエンテーションであるとか、新入職員のオリエンテーションで使えるのではないかと思います。そして、そのようなタイミングで使えますよというパッケージ化で実施をされると企業としては取り扱いやすいのではないかと思います。

以上になります。

○大藪会長 角山委員、どうもありがとうございました。

それでは、あとは学校関係ですけれども、並木委員、小井戸委員、そして佐久田委員でお願いいたします。

○並木委員 東京都杉並区立松溪中学校の校長の並木でございます。

小中学校、義務教育の視点から3点まとめて意見を申し上げます。

第1に、小中学校ということで教育内容のガイドラインとなっている学習指導要領は、今年次期の告示の準備が進んでいると思われませんが、義務教育の一番強いところは全ての児童生徒が必ず学ぶカリキュラムですので、しっかり学習指導要領の中で多様性のある子供たちを含め、消費者力の基礎を育てるような内容をしっかり位置付けていただきたいと思います。また、それ以外に出前講座や教材等については、先ほどから問題となっているうやって心に刺さるかという話もありましたが、心に刺さり、かつ、現場の先生方の手元に確実に届くというところをしっかりと具体化していただけたらと思っております。

第2に、主体の問題でありますけれども、先ほど来、消費者教育ポータルサイトの話題がありましたけれども、昨年度末に「三鷹市の『コミュニティ・スクール』から学ぶ地域から学校へ、学校から地域へと双方向に展開する協働のヒント」というタイトルで前任校の事例を掲載をさせていただきまして、そちらを御覧いただけると、主体が学校、地域とそして職域というだけではなくて、学校からPTA、そしてコミュニティ・スクール、学校運営協議会、学校支援本部、そういったものが広がっていく中で、新たな主体としてこれからいろいろな活躍が期待されると思いますので、先ほど一覧の主体の中に省略されているのかもしれませんが、入っていなかったのですが、一覧表に入れるかどうかは別としても、内容的には入れていただけるといろいろな可能性が秘めた主体ですので、ぜひ盛り込んでいただければと思っております。

第3に、職域における消費者教育ということで、学校も例外ではなく、先ほどの言葉もありましたけれども、教員の消費者教育も必要かと感想として思いました。出前授業のようなものを学校でお願いするというのも1つだと思いますし、初任者研修や11年目に受講する中堅教員研修等がございますので、そういった研修の中に組み込むというのも1つかと思いながら先ほどお話を聞かせていただきました。教員も就職して以来、消費者教育を受ける機会は乏しいものですので、そういった機会もあったほうがいいのかと感じました。

以上でございます。

○大藪会長 3点につきましていろいろと御意見をいただきまして、ありがとうございました。

それでは、小井戸委員、お願いいたします。

○小井戸委員 よろしく申し上げます。岐阜大学の小井戸です。

私は1つ目の学校教育についてお話しさせていただきたいと思います。

ポータルサイトはすごくたどり着きやすく、いろいろなものが提供されていてすごくいいと思いました。学校現場ですと、指導要領や教科書のどこに当たるかというすごく細かいところまで示していただけるともっと活用していただけるのかということを思いました。今は教科と学年とを示してあると思うのですけれども、さらにこの教科のこことなっていくともっと使いやすくなるのかということを思いました。

子供たちは1人1台タブレット端末を持つ時代になりましたので、学校で時間があるときや休み時間などに教育関係の動画を見ることがよくありました。ですから、ポータルサイトも子供向けのポータルサイトみたいな感じで動画を集めていただいて空いているときに自分で選んで見られるという仕組みになると、自動的に子供たちに消費者教育もできるのかということを思いました。

先ほどのこの地域ネットワークのほうで学校教育はすごく進んでいるということで、すごくうれしいということを思ったのですが、進んでいるということはコーディネーターの役割もちょっとずつ手放していてもいいのかと、浅はかかもしれないのですけれども、そのようなことを思いました。ですから、教育委員会や学校などに準コーディネーターみたいな役割を位置づけて少しずつ移行させていくことも1つかと思いました。

ICTの活用が進んでいろいろな支援ツールがあると思うのですけれども、そこでは認定ティーチャーということで研修を受けると箔がつくというか、そういう仕組みもありましたので、学校現場でも何とかティーチャーみたいな感じで検定みたいな感じでやっていくとより進んでいくのかということを思いました。

以上です。

○大藪会長 小井戸委員、どうもありがとうございました。

最後に、佐久田委員からどうぞよろしくお願いいたします。

○佐久田委員 金融経済教育推進機構の佐久田でございます。

初めてこの会合に参加させていただき、皆さんの取組をお聞きして大変勉強になった次第

でございます。

金融経済教育についても少し御言及がありましたので、その点も含めて2点ほど申し上げたいと思います。

1つは、金融経済教育といった場合に人によって持たれるイメージや捉えられ方は違って、例えば今の株価の状況などを考えると、投資みたいなことを強く思われる方もいらっしゃると思います。ただ、一通りお金についての知識などを持っていただくとすると、投資の話だけではなくて家計をどのように管理するかとか、その中で御自身の将来のマネープランをどのように考えるかというものがあって初めて資産形成を考えることになるということだと思います。そのようなことを一通り御理解いただくとすると、どうしても一定の時間がかかることになると思います。

ただ、その一方で、本日の会議でも話題になりましたように、特に社会人の方などはお忙しいのでなかなかまとめて動画を見る時間が少ないという、短い動画やあるトピックにフォーカスしたようなものも出てくるのだろうと思っています。こういったことのある種バランスというのでしょうか。ある程度しっかり教育するには相応の時間が必要なものだけでも、そうするとなかなか届く方が限られるので、そこどうやっていくのかという課題があるということは、私どももある種意識していることでありまして、恐らく両面から考えていく必要があるのではないかと思います。

地域のお話も話題になりましたが、私どもの機構でも地域における金融経済教育をどのように広めていくかは大きな課題であると認識をしております。まだ手探りでいろいろやっている時期に当たるのかもしれませんが、私自身は先ほど申し上げたとおり福岡に2年おきまして、5年ぐらい前には新潟で支店長をしていたこともございます。そうすると、福岡と新潟という地域との規模もかなり違いますし、地域の中の経済社会の構造みたいなものも恐らく違っているのではないかと思います。例えば福岡と北海道は同じような人口ですけども、かなり人口密度というか住んでいる地域の広さが違うわけでありまして、そうするとそれを1つの地域だといって同じようにやっていくことも難しいのだろうという感覚は持っています。ですから、地域の実情に合わせてできることからやっていく、あるいは必ずしも一律にではないかもしれないけれども取り組めることから取り組んでいくという切り口も大事なのではないかと考えて、今日のお話をお伺いしました。

私からは以上です。

○大藪会長 最後で申し訳なかったのですが、たくさんのことを言っていただきまして、ありがとうございました。

多くの御意見いただきまして、本当にありがとうございました。

この辺りで今回の議論は終了させていただきたいと思います。

お時間が足りない中でいろいろ言っていただけたので、本当に感謝申し上げます。ありがとうございました。

それでは、司会の黒田課長、どうぞよろしくお願いいたします。

○黒田課長 様々な御意見をいただきまして、今後に活かしていきたいと思います。本日はありがとうございます。

本日は御多用のところ御議論等をいただき、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ます。

以上で第44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。