第45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 45 回消費者教育推進会議
議事次第

1　日　時：令和８年 11 月４日（水）10：00～12：00

2　場　所：中央合同庁舎第４号館 共用 1208 特別会議室

3　議　題

１　消費者教育教材・コンテンツのアクセスに関する現状について（報告）

２　意見交換

３　第７期消費者教育推進会議検討スケジュールについて

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、
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 第６期消費者教育推進会議における課題等の整理

資料２ 消費者教育教材・コンテンツのアクセスに関する現状（消費者庁）

資料３ 第７期消費者教育推進会議検討スケジュール（案）

○大藪会長

本日は、江花委員、遠藤委員、柿野委員、角山委員、小井戸委員、坂本委員、高比良委員、宮木委員、そして、私がオンラインで参加ということになっております。よろしくお願いいたします。

角正委員と末吉委員、楯委員は御欠席という御連絡をいただいております。

それでは、先ほど御紹介ありましたけれども、今回から事務局の体制が変更となっております。８月に消費者教育担当として就任された廣瀬審議官に御挨拶をいただきたいと思います。廣瀬審議官、どうぞよろしくお願いいたします。

○廣瀬審議官　おはようございます。廣瀬と申します。よろしくお願いいたします。８月から消費者教育を担当させていただいております。

本日は、お忙しい中、御参集、また、オンラインで御参加いただきまして、誠にありがとうございます。　委員の皆様には、それぞれの立場で日頃より消費者教育の推進に御尽力いただいていることを改めて深く感謝を申し上げます。どうもありがとうございます。

消費生活に関する知識を適切な行動に結びつけることができる実践力が非常に重要だと考えてございます。我々は「消費者力」と申しまして、これの育成強化を図るため、消費者教育を推進しているところでございます。幼児期から高齢期までライフステージに応じた体系的・継続的な消費者教育を推進するために、消費者教育推進会議において幅広い知見・御経験を有する皆様に御議論を深めていただくことは非常に重要だと思っており、感謝をしているところでございます。

本日の会議では、第６期から引き継がれた検討課題である消費者教育教材・コンテンツへのアクセス改善に向けた方策について御議論を深めていただきたいと考えて思っております。消費者庁といたしましても、この会議における御議論を適切に取組に反映してまいりたいと考えてございます。

消費者教育のさらなる推進に向け、委員の皆様に活発な御議論と一層の御指導を賜りますよう、改めてお願い申し上げます。どうぞよろしくお願い申し上げます。

○大藪会長　廣瀬審議官、どうもありがとうございました。よろしくお願いいたします。

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、オンラインの方は画面共有ですけれども、この３つの議題ということで、１つ目が消費者教育教材・コンテンツのアクセスに関する現状について（報告）、２つ目が意見交換、この２つが今日のメインになりまして、３番目に第７期消費者教育推進会議検討スケジュールについてということになります。

それでは、議題１「消費者教育教材・コンテンツのアクセスに関する現状について」ということで、この報告について、資料１、資料２を使って事務局から説明を20分程度でしていただいて、その後、皆さん方から御意見をいただくことになりますので、ぜひよろしくお願いいたします。

それでは、田中課長、よろしくお願いいたします。

○田中課長　それでは、事務局から御報告をさせていただきたいと思います。

まず、資料１、消費者教育教材・コンテンツへのアクセス改善に関して、第６期消費者教育推進会議でどのような課題が挙げられていたかということを御紹介させていただきます。２ページ、現状の課題に関しまして、御意見としては主に６点挙げられていたかと思います。

１つ目といたしまして、国、地方自治体、事業者、民間団体が作成した実用的な教材が教育現場で十分に共有活用されていないという点が挙げられております。

２つ目といたしまして、教員が多忙なため、教材の選択や活用に労力をかけられないという点が挙げられております。

３つ目といたしまして、消費者教育コーディネーターの存在や役割が学校現場や教育委員会に十分周知されておらず、活用が進んでいないという点が挙げられております。

４つ目といたしまして、デジタル化に対応した教材が多数存在するものの、その普及が進んでいないという点が挙げられております。

５つ目といたしまして、教材が多すぎてどれを選べばよいか分からないという声がある点が挙げられております。

最後に６つ目といたしまして、教員が必要な教材・コンテンツにたどり着く仕組みが必要であるという点を挙げられております。

続きまして３ページ、これらの課題に対しまして検討すべきアクセス改善の方策について大きく２つ挙げられております。

１つ目といたしまして、教材の内容・開発に関する事項、そして、２つ目といたしまして教材へのアクセス・共有に関する事項となっております。

まず､教材の内容･開発に関する事項につきましては次のような御意見がございました。

AIを活用したデジタル教材の開発を進め、多様な消費者ニーズに合わせた教材を作成・提供する仕組みを構築する必要があり、また、AIの提供する情報をうのみにせず、批判的思考力を育成する教育が必要であるという点が挙げられております。

また、知識を授けるだけではなく、生徒が主体的に実践して学習できる課題解決学習が重要であり、消費者教育教材についても課題解決学習を取り入れることを検討すべきである。さらに学校現場で活用されている教材については、教員が使用方法を理解し、授業の内容に合わせて利活用しやすいよう、指導資料や指導案、授業展開に即した資料、特にワークシートやスライドなどを合わせて提供したほうがよいという御意見をいただいております。

さらに教材を自治体や民間団体が活用しやすいよう、活用ガイドや、実施するに当たっての準備段階の情報をまとめたものなどを合わせて作成して提供すると活用が進むと思われるという点、また、授業を見据えた教材・コンテンツの拡充・改修や担い手が授業・講座で活用しやすい工夫を検討することが重要であるといった点が御意見として挙げられておりました。

続きまして、教材へのアクセス共有に関する事項につきましては、次のような御意見がございました。

まず、消費者教育の機会を創出し得る団体や担い手が適切な教材・コンテンツを選択して活用しやすくなるよう、アクセスを簡易化する仕組みの構築が重要であるということ。

また、消費者教育ポータルサイトなどを活用し、学校や地域で使える教材、取組事例を収集・紹介し、活用を促す必要があるという点。

教員にとって最もアクセスしやすい教科書から各種教材にアクセスできる仕組みの構築が必要である。例えばQRコードの掲載や教科書会社との連携などが挙げられております。

以上が第６期消費者教育推進会議の議論の中で委員の皆様から御発言のあった消費者教育教材・コンテンツのアクセス改善に関する御意見でございます。

続きまして、消費者庁において現在どのような教材・コンテンツを作成しており、また、どのような情報発信を行っているかについて、資料２を用いて御説明させていただきます。

資料２では消費者庁が作成している消費者教育教材やコンテンツ、また、情報発信ツールについて御紹介をしております。

まず２ページ、こちらが消費者庁で作成している消費者教育教材・コンテンツの一覧となっております。なお、食品ロス削減に関する教材・コンテンツにつきましては別途まとめておりますので、これには含まれておりません。学生から高齢者向けなど、あらゆるライフステージ特性の消費者に向けた消費者教育教材やコンテンツを開発し、公表しております。教材や啓発冊子のほか、動画や講師用ガイドなども併せて提供し、研修、学習、啓発活動など、幅広く対応するように作成をしております。

教材テーマについては、主に消費者トラブル、金融経済教育、デジタル関連、製品安全、消費者市民社会としてエシカル消費やカスタマーハラスメントなどの消費者教育教材を開発しており、令和８年10月１日現在で484点の教材・コンテンツを公表しております。

続きまして３ページ、消費者庁が作成した消費者教育教材・コンテンツの情報発信手段について御説明させていただきます。

初めに、消費者庁ウェブサイトによる情報発信がございます。消費者庁ウェブサイトは法律から会議情報、教材、普及啓発など、消費者庁が発信する消費者教育に関する多様な情報を提供する窓口となっております。アクセス方法は、まず、消費者庁のトップページから注目キーワード、または政策のタブから消費者教育推進をクリックいたしますと、消費者教育推進課のページへと遷移いたします。ここから制度、政策の情報教材、ツール、普及啓発、取組事例会議、調査資料などの情報発信につながってまいります。このページは消費者庁が行っている情報発信の全てを掲載しているため、教材・コンテンツに限らず、あらゆる情報を総合的に紹介している状況となってございます。

続きまして４ページ、情報発信ツールの２つ目は消費者教育ポータルサイトとなっております。現在はセキュリティ強化のためのシステムメンテナンス中のため、一時サイトの公開を停止しておりますけれども、12月中には再開を見込んでございます。

こちらは消費者庁のコンテンツに限らず様々な主体が作成した消費者教育に関する教材・コンテンツを専門的に掲載しております。消費者教育を実践する事業者・事業団体や消費者団体、行政が製作したコンテンツを公表し、地域の消費者教育の担い手がその場に合わせた教材やコンテンツを利用することができるように情報提供するサイトとなっております。教材や各地の取組事例、講師派遣団体の紹介、啓発チラシや啓発動画などの情報を集約して発信しております。

アクセス方法につきましては、消費者庁のウェブサイトや消費者教育ポータルサイトを検索いただき、各メニューを選択していただきます。取組事例や教材を探す場合はフリーワード検索、チェックボックスによる検索を行うことができるようになってございます。チェックボックスは教材の種類としてテキストや動画、作成者の属性、受講対象者、主な教科、領域といたしまして市民社会、安全、生活・契約、情報の４項目について選択することができるようになってございます。

令和８年10月１日現在の教材・コンテンツの分類と登録数は資料の右側にございますけれども、教材・コンテンツの登録数の全数は673件となっております。教材の種類といたしましてはテキストが最も多く、製作者は地方自治体、受講対象者は高校生、そして、主な教科といたしましては家庭科、領域といたしましては生活・契約といったものがそれぞれの項目で最も多く登録をされております。

以上が消費者庁の消費者教育教材・コンテンツに係る現状となってございます。

続きまして、消費者庁の教材やコンテンツをふだんから御利用いただいている地方公共団体の消費者行政担当部署の方々に宛てまして、アクセスの状況や教材・コンテンツの使用感について伺うアンケート調査を実施しておりますので、ここで御紹介をさせていただきます。

５ページ、アンケート調査は令和８年９月に47都道府県、20政令都市、62中核市の計129自治体に対して実施いたしました。昨今の自然災害の状況に鑑みまして、可能な範囲での回収といたしましたため、回答数は69件となっております。次のページから主なアンケート結果を抜粋して御紹介いたします。

６ページ、まず、今回のアンケート調査の基礎情報についてですけれども、回答者の属性といたしましては行政職員が最も多く、回答数は先ほどお伝えしたとおり、69件となっております。

回答者の方がふだんの出前講座や講習で使用している教材やコンテンツは、自組織で作成した教材コンテンツが最も多く、次いで講座テーマに合わせて毎回自作されている場合が36件、３番目に多かったのが消費者庁の作成した教材・コンテンツを利用しているという結果となっております。また、消費者教育教材やコンテンツについて、ふだんよく検索されているサイトや検索条件などを自由記載いただいたところ、下段にまとめてありますとおり、機関のサイトについて検索をされていることが分かっております。

次に７ページ、ポータルサイトの認知率につきましては、94％とほとんどの方が認知を

していただいておりましたけれども、ポータルサイトを知っている方でも利用していないという割合が43％となっておりました。

続きまして８ページ、消費者教育ポータルサイトの利便性についてお伺いするために、先ほどの基礎情報の中で、消費者教育ポータルサイトを知っており、かつ消費者教育ポータルサイトを利用していない以外の選択をした方、37件になりますけれども、その方々に消費者教育ポータルサイトの利便性について伺った結果となっております。

ポータルサイトのコンテンツの見つけやすさは、普通から見つけやすいとの回答が多くなっておりますけれども、見つけにくいと回答された方も一定程度見られております。メニュー選択や検索機能の箇所で見つけにくいと回答いただいた方の理由は、コンテンツ名から内容が想像しにくい､検索機能が使いづらいという回答が多く見受けられております。

また、優先的に改善してほしいという項目、上位３点の結果につきましては、教材・コンテンツの探しやすさというところが最も多く見受けられております。総じて検索機能の向上、教材やコンテンツの探しやすさが求められている状況となっております。

続きまして９ページ、全ての回答者に対しまして消費者庁の教材・コンテンツの使用感について伺った結果となっております。ふだん利用しております消費者庁の教材の使用割合は、「社会への扉」と「消費者力教材」が多く見受けられておりますけれども、いずれも使ったことはないと回答された方々が３番目に多い状況となっております。利用しなかった理由を伺いますと、使用機会がなかったという回答が多く、次いで教材の存在を知らなかったというような回答も多く見られております。

続きまして10ページ、教材・コンテンツの使用感に関する設問の続きとなります。消費者庁の教材・コンテンツの評価を見てまいりますと、内容の分かりやすさや内容の信頼性などは高い評価をいただいておりますけれども､実践での活用しやすさ､各対象別の教材・コンテンツの充実度は普通という評価が多く、また、使っていないという回答も多く見受けられました。

また、今後充実してほしいコンテンツについては、地域の実情に応じた様々な教材が求められており、引き続き偏りなくあらゆるライフステージの特性の消費者に向けた教材・コンテンツの開発が必要であると認識されております。

教材・コンテンツの開発につきましては、総じて作成した教材・コンテンツの周知のほか、実践での使いやすさを意識した教材・コンテンツの開発が求められているように思われます。

全体のポイントといたしまして、消費者教育ポータルサイトの認知率は高いものの、実際にポータルサイトを利用いただいている割合は半数程度にとどまっているということ、また、ポータルサイトのコンテンツの見つけやすさについては、サイト内検索機能の強化に関する項目が目立ったため、より探しやすいサイトを目指すことが望まれております。

さらに消費者庁の教材・コンテンツはいずれも使ったことがないという回答も多く、使う機会がない、教材の存在を知らなかったという意見も散見されておりますことから、教

材・コンテンツの周知をはじめ、実践での使いやすさを意識した教材づくりが求められているのではないかといったことが、アンケート結果から見受けられております。

以上を踏まえまして、委員の皆様には消費者教育教材・コンテンツのアクセス改善について、現状の課題や今後の方向性について御議論いただければ幸いに思います。よろしくお願いいたします。

○大藪会長　どうもありがとうございました。

まず、現状についてということで、その前の資料１では、第６のところの御意見のところでもかなりの意見が出ているとは思うのですけれども、今日、皆さんに言っていただくことは重なっても全然構いません。

２つ目が、現状、行政をメインとしてのアンケートではありましたけれども、それについてということで、まず、最初に質疑応答ということで、その後に御意見をいただきたいと思っています。まず、資料１と２について御質問はいかがですか。

原田委員、お願いいたします。

○原田委員　質問なのですが、障害者向け資料というのは、障害者とひとくくりにされていますけれども、具体的にどのような障害者を指していますか。私が今年の夏に２～３か所､知的障害と精神障害の施設に行っているのですけれども､そのほかにも身体障害とか、どういう障害者の方を対象としているのでしょうか。

○田中課長　ありがとうございます。

現状の教材につきましては、知的の障害を持たれている方でも御理解いただくような非常に簡素な分かりやすい資料ということで作成をしております。特別支援学校向けの教材ということになってございます。

○原田委員　ありがとうございます。

○大藪会長　ほかにいかがでしょうか。

坂本委員、どうぞ。

○坂本委員　この教材ですけれども、ネット上に載っているものが多いと思います。アクセス数などは把握されていますでしょうか。

○田中課長　少々お待ちください。調べます。申し訳ございません。

○大藪会長　岡田委員、お願いいたします。

○岡田委員　御説明ありがとうございます。

資料１について１点だけ、２ページの（１）のAIを活用したデジタル教材について、具体的にどういう感じのものが想定されているのか教えていただけますか。

○田中課長　ありがとうございます。

今現在、AIを活用したそのものの教材というのは、これからの課題と理解をしておりますけれども､まさにAIですとインタラクティブにやり取りができるというようなところで、個人の問いかけに対して即時に反応が返ってくる、そういった教材も有効ではないかということで考えられてございます。

○岡田委員　分かりました。ありがとうございます。
○大藪会長　ありがとうございます。
ほかにいかがでしょうか。何か御質問はありますか。
　ではこれは私からですが、文科省とか、ほかの省庁からリンクというのはあるのですか。
○田中課長　ありがとうございます。
　当然文科省とも連携をしつつ、文科省側から、そして、こちら側からも相互リンクがなされております。
○大藪会長　分かりました。それこそ文科省からのリンクもアクセス数も分かれば本当はいいかなと思いました。
○田中課長　大藪会長、先ほどのサイトへのアクセス数ということですけれども、月のアクセス数になりますと、平均６万ということになってございます。
○大藪会長　分かりました。ありがとうございます。
　坂本委員、よろしいですか。
○坂本委員　ありがとうございます。
　定期的にどういう教材がどれくらいアクセスされているのかというところを把握されているのかが分かればいいかなと思った次第です。
○大藪会長　ありがとうございます。
　多分、授業によって、多くなったり、進行によってというのもあるのかもしれません。
　それでは、せっかくなので、しっかりと皆さんから御意見をいただきたいと思いますので、教材・コンテンツのアクセスに関する現状を踏まえてアクセス改善に関する意見交換ですが、もっとこうすればいいのではないかということ、今の坂本委員のも一つだと思うのですけれども、ありましたら教えていただきたいと思います。
　まず、先に欠席の末吉委員から御意見をいただいているので代読させていただいて、それに関連することでも構いませんし、御自分の御意見でもいいかなと思います。
　田中課長、よろしくお願いします。
○田中課長　それでは、末吉委員からの御意見を代読させていただきます。
　まず、１つ目といたしまして、エシカル消費教材について御意見をいただいてございます。エシカル消費教材の充実を望む自治体が27件ある一方で、既存のエシカル消費教材の利用はエシカル消費17件、サステナブルファッションが３件となっております。未利用の最大の理由は使う機会がなかったであり、トラブル防止中心の講座では活用の場が生まれにくいのが実情です。商品の背景にある見えないつながりを創造する視点は違和感に気づく力とも重なり、消費者力の一つである社会へ働きかける力を育みます。こういった点を踏まえて３点御意見をいただいております。
　１点目として、既存の講座、トラブル防止、金融、デジタルに組み込める短時間のエシカルの視点教材の作成。
　２点目として、ESDの視点から探究学習や家庭科・公民科で使える素材の作成。

３点目として、自治体の環境、食品ロス部局や企業研修との連携により学ぶ機会から設計することをぜひ検討いただければと思っております。

続きまして、第７期の検討に向けてということで御意見をいただいております。今回の調査は行政職員が中心でしたが、教員や企業、消費者団体、NPOなどの声も把握し、活用のしやすさを指標としたり、授業等での利用、準備負担の軽減、学びを日常生活に生かせたかという観点も取り入れた上で、現場の負担が小さい方法で確認し、教材や提供方法の改善につなげていただきたいと考えています。

また、障害者向けの教材は35自治体が充実を望む一方、ポータルサイトの掲載は４件にとどまります。届きにくい層への対応も重要課題と考えます。一人一人が自分の選択で社会は変えられると実感できる学びに向けて、私たちの団体としても引き続き尽力してまいります。

このような御意見をいただいてございます。

○大藪会長　ありがとうございました。

エシカル消費の視点ということ、それから、どういう対象に対してやったほうがいいのではないかという御意見をいただきました。

今、ちょうど行政職員が中心と、先ほども私は質問させていただいたのですけれども、まず講座をやってらっしゃる岡田委員、久波委員からこういうのがあればというのがあれば、口火を切っていただけたらと思いますけれども、いかがでしょうか。

久波委員、お願いいたします。

○久波委員　広島市の久波です。いろいろ御意見をいただいたのですが、行政サイドとしましては、基本的に出前講座とかをよくやっていますけれども、相手によってバージョン変えていく必要があったりするものですから、消費者庁さんのほうでつくっていただいたものがそのまま使えるわけではないのです。変な話ですけれども、ポイントポイントだけを取っていって再構築してやっていくということで､対象が小学校から高校まであったり、あるいは先ほどおっしゃられましたが特別支援学校、そういったところにも出前講座という形で消費者教育を我々はやっていっていますけれども、同じコンテンツは使えないものですから、それをアレンジしていくことになるという形で、ちょっと使いにくい点はあるのかなという気がしております。

また、最後の教育教材について使う機会がなかったというのが結構多いので、これはつくられる側と我々使う側との思いが一致していないのかなという残念な思いはした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。

アレンジがしにくいというのは､パワポになっていて変換はできるのでしたか｡PDFになってしまっているのですか。事務局、どうですか。

○田中課長　できるものもございます。

○大藪会長　アレンジがしやすい部分があればいいということだったと思います。ありがとうございます。

岡田委員、いかがですか。

○岡田委員　御説明いただいた資料２の３ページのウェブサイトでの情報発信と、４ページのポータルサイトの発信について拝見しまして、私は正直に申し上げて、このようにうまく検索できていなかったと思いました。私のように自分に必要なものを検索したときにうまくヒットしなくて、そこにたどり着けないということがあるので、こういう検索の仕方とかサイトの構成というのを現場のほうで知らせることもとても有効なのだなと思いました。

自治体のアンケート調査につきまして問題かなと思ったのが、行政職員がアンケートに答えているわけなのですけれども、その中で見つけやすさについては普通が一番多かったということで、行政職員が普通というのは、外部の方はもっと見つけにくいのかなと思って、自治体側で自治体の持つ消費者教育情報を伝えていくということも必要ですし、消費者庁のポータルサイト検索については一般の方がよりアクセスしやすいというか、検索しやすいようにしていくことが重要かなと思いました。

以上です。

○大藪会長　ありがとうございました。

行政職員の普通は難しいというか、普通と答えてくれているというところもあるのかもしれませんけれども、検索のしにくさというのはあるかなと思いました。

ほかにいかがでしょうか。

視点は違うかもしれませんけども、ACAPの土田委員、いかがですか。

○土田委員　ACAPの土田です。私は学校での教育についてあまり知見がないものですから、そこについて申し上げる意見ではないのですけれども、事業者向けというところでいきますと、消費者教育ポータルサイトに載っている教材ですが、実は私自身が昨年消費者庁から委託された全国３か所でやった実証研修、その講師を務める際に、どういった教材があるのかを自分自身が調べてみて初めてこういうポータルサイトがあるのに気づいたというのが実態でございます。

特に事業者向けというところで絞って申し上げさせていただくと、自分から取りに行かないとどこにあるのか、こういう教材があること自体も知られていないというのが、まず一つあって、内容を充実させていくですとか、そこに至るまで、入り口に立っていないような状態ではないかなと思っています。

前回、前々回も申し上げましたとおり、まずは各企業・事業者に対して従業員に対する消費者教育が絶対必要なのだという動機づけ、そこについては今年度、各事業者の人事担当宛ての動機づけの資料を今作成いただいているというところに非常に期待をしています。

もう一つが、学校の場合は各都道府県、地方公共団体のつながりが強いと思いますので伝えていく手段は多種多様にあろうかと思うのですが、事業者に対しては、なかなかそこ

のつながりを探していかないとつながっていかないのかなと思っています。ですので、私どものようなACAP、事業者団体を通じてというのも一つですし、それ以外に、例えば消費者庁でしたら、今、消費者志向自主宣言企業があります。こういう企業に直接PRが可能かと思いますので、そういった近いところから広げていく。その中でさらに広げていく手段を見つけながらやっていかないと、なかなか難しいのか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した。

まだ入り口にも達していないというようなところだったと思うのですけれども、まず、従業員に対する啓発というか、情報を知らせるところから始めなければいけないという非常に重要な点だったと思います。

柿野委員、いかがでしょうか。

○柿野委員　私のほうから３点ほどあります。

１点目は、先ほどの末吉委員の話にもあったように、今回の調査が行政職員対象ということですが、結局、教材というのは、それを使う人がアクセスし、評価するかというところに尽きると思うので、担い手となる人に調査をする必要があるのではないかということです。

２点目ですが、教材は本当にたくさん存在していて、こんなにたくさん教材がある国はないのではないかと思っているのですが、その一つ一つの教材の効果検証のスキームが弱いのではないかという課題も感じています。特に消費者庁で作成する教材については、どのように改善していくのか、どのレベルになったら公開停止とするのかという設計も含めて、事前にしっかりと設計する必要があるのではないかと思います。

３番目に、ポータルサイトへのアクセスという話が今日は中心になっているのですけれども、最近、例えば教材を探したいと思ったときに、AIに聞くことも多いのではないでしょうか。AIも判断できるような評価情報のように、AI活用を前提とした情報公開の方法に変えていくことも考えてもいい時期なのではないかと思います。

評価情報という点では、消費者教育支援センターで、大藪先生にも選考委員の委員長をしていただいている消費者教育教材資料表彰もやっていますので、そういったところとの連携もより強くしながら、より探しやすい教材情報を提供していくという御検討をいただけたらと思います。

以上です。

○大藪会長　柿野委員、ありがとうございました。

３点、非常に重要な点を言っていただきました。最初の末吉委員とかと同じように、対象を行政だけにしていいのかということがあって、それは今後広げていかないと駄目ですよね。また、教材が多いので、効果検証というのは消費者庁のものは効果検証できるけれども、ほかのところのものもやってしまっていいのかどうかというのは、消費者庁としては難しいのかもしれません。学会としてはいいのかもしれないですけれど。あと、アクセ

スということで、AIは非常に重要な点だったと思います。

これに関連してでもいいですし、先ほど皆さんに当てていましたけれども、もし、ここで言いたいということがあれば、ぜひ手を挙げていただけたらと思います。いかがでしょうか。

坂本委員、どうぞ。

○坂本委員　申し上げたいことがたくさんあってすみませんという感じですけれども、申し上げたいと思います。

まず、教材を探すのが大変だというのは確かにそう感じているのですけれども、柿野委員がおっしゃったように、AIが解決するようになってきているのではないかと思います。私自身も学部生の授業で教材を探すのですけれども、使いやすい教材がそもそも少ないなと正直思います。というのも、１つのテーマについて詳しすぎるのが多いかなという感じがあったり、古くなってしまっているかなというものも結構多いかなと思っています。

今、AIを利用して教材もアプリとかも簡単につくれるようになっているので、自分がつくった教材のほうが使いやすい、皆さん、ほかの人がつくった教材よりも自分がつくった教材が使いやすいのです。なので、自分でつくるほうが使いやすいので、AIのプロンプトを公開すれば十分ではないのかみたいな感じになってきたのではないかという気もします。なので、現在公開されている教材に本当にニーズがあるのかというのを再検証する必要があるのかなと感じている次第です。これが１点目です。

２点目が教科書についてです。私は高校の教科書の編集代表もしているので教科書の事情は非常によく分かるのですけれども、デジタル教科書から汎用的な資料であれば今直接リンクを張っているものもあります。正直に言って、変に教材になっているよりも、調べ学習の資料になるような詳しい資料があるのが一番助かります。

教科書会社も独自にデジタルコンテンツを用意していて、以前よりは副教材も充実させようという動きもあるので、ほかのところをあえて使わなくてもというところもありますし、教科書本体のデジタル教科書からだと、特定の事業者さんとか、特定の自治体の教材についてリンクを張るのは難しいかなという感じで、消費者庁が出しているのであれば、非常に汎用的な教材であれば、教科書検定を通るかなという感じがしますけれども、なかなか本体からリンクを張るのは難しいように思います。ですが、副教材にいろいろ紹介することができるので、いいものがあれば副教材でどんどん紹介したいとは思っています。

教科書の最大の問題はつくるのに４年もかかることで、最新の内容が入れられない点です。この４月に高校生用は新しい教科書になったのですが、今となってはもっと詳しく入れたかった内容が、編集段階では時期尚早という感じで詳しくは入れられないものがございました。消費者庁で出している教材などは、最新のものが常に載っている状態にしておいていただけるのが、本当に重要だなと思っているところです。

これはトラブル防止についての教材についてなのですけれども、エシカルについてはまた別で、それが３点目です。NHKも教育のコンテンツをつくっていて、環境問題とかエシカ

ルなどは映像で理解することが重要なので、それはNHKが充実させるのがいいのではないかと私は考えているし、申し上げているところです。環境問題については映像で本当に理解してもらうことが必要と思っています。

様々な立場の人がいろいろな役割で教材をつくって、それが分かりやすくなっているというのは本当に重要だと思いますが、消費者庁については、最新のものが載せてあるというのも意識してほしいし、古いものをそのまま載せているのも止めたほうがいいのではないかなと感じる次第です。

あと一つだけ、国民生活センターで出している注意情報が、今は印刷向けで縦長で１ページになっているのですけれども、横長のパワーポイントスライドで、事例のページと留意点とかに分けた形のスライドになっていると、授業や講座で使いやすいなと思っているところです。動画というのは時間がかかったり、アクセスできないというようなトラブルが起こりやすいので、それよりも写真になっていて、スライドになっていて、最新のトラブル情報がここに行けばすぐ手に入れられるみたいなものがあったら、すごく使い勝手がいいのになと思っているところです。

以上です。

○大藪会長　坂本委員、詳しくいろいろ教えていただいてどうもありがとうございます。

確かに自分がつくるほうがやりやすいというので､今言っていただいた一番重要な点は、新しいものがすぐ、そして、すごく専門的なもの、普通のようなものは要らないので、専門的に深いものがあって、古いものは削除していったほうがいいということを言っていただけたのではないかなと思います。

江花委員、お願いいたします。

○江花委員　今ほどの坂本委員と柿野委員のお話とも重なる部分ですが、資料２のスライド６の（２）を拝見すると、「自組織で作成した教材・コンテンツ」と「講座のテーマに合わせて毎回自作」が上位になっていて既存の教材をそのまま使うのではなく、自作ないし自組織で教材をつくっているケースがかなり多いことが分かると思います。

一方で、同じスライドの（３）では、教材の情報をどのように探していますかという問いに対して、消費者庁や国民生活センター等の資料を参考にしているとの回答が挙げられています｡自組織でつくる､自分でつくるといっても１からつくるというのは難しいので、こういったところから情報を取って自分でつくっていくことが多いと思われます。私自身も講座をさせてもらうときは基本的に自作の教材を使っていますが、消費者白書などの資料を大いに参考にしてつくっています。

今後は生成AIの発展によって講師が自分で教材をつくることがますます増えていくことが推測され、そうすると、ソースとなるような素材、信頼できる資料を充実させることがより重要になってくると思います。

具体的には３つあります。一つが、先ほど坂本委員からもお話があったとおり、統計や相談事例を最新の状態で使いやすく提供していくということ、２つ目は、図表やイラスト

といった素材が自由に使える形で提供されること、３つ目が、著作権の問題とも関係しますが、利用条件を明確にすること、アップされている情報を自由に使っていいのか、アレンジしていいのかを明確にしてもらうことで、自作の教材をより安心してつくれるということにつながっていくと思います。

以上です。

○大藪会長　江花委員、どうもありがとうございます。

自組織というか自作の多い中だったら、先ほど言っていたように最新のものを自由に使えるということと、イラストとか図表が一番大事です。そして、条件の明確化ということで非常に重要な点を御指摘いただきました。

今日、遠藤委員が早めに退席されるということを伺っておりますので、遠藤委員のほうから先にお願いできますでしょうか。

○遠藤委員　私のほうからは、資料２のグラフを見て少し思ったことがございまして、まず、６ページの基礎情報のところで、先ほどから出ているように、自作の教材やコンテンツを使う方が非常に多いということで、複数回答ですので、ポータルに掲載されている教材も参考にされていると思うのですけれども､自分でずっとつくられている方というのは、これまで例えば参加者の反応がよかった話題であったり、地域で実際に発生した消費者トラブルのようなものがあれば、それまでの積み重ねのようなものがあるので、どうしても自分のレジュメのほうが使いやすいのかなと思っています。

ただ、先ほど江花委員からもあったとおり、１から自分でつくるのは非常に大変だと思いますので、こういったポータルをもっと利活用いただいて、そして、正しい情報といいますか、データソースが非常に明確なものを使えるようなアプローチというか、プロモーションのようなものがあるといいのかなと思っています。

それから、消費者にポータルをもっと活用してほしいなと、私が出前講座に携わる中で思っていたのが、自治体だけではなく、市民活動レベルの方にももっと裾野が広がるといいなといつも思っています。私たちNACSのほうにも出前講座をたくさん御依頼いただくのですが、行政からだけでなく、例えば自治体で運営している消費生活推進員さん、それから、社会福祉協議会さん、地域包括センター、あるいは障害者の就労支援施設、フリースクールなど､自分のところで啓発をされている方もたくさんいらっしゃるのですけれども、教材を探すというのも非常に苦労されていて、そういった方でも使っていただけるような仕組みがあるといいのかなと思っています。

自治体で運営されている消費生活推進員さんの活動の支援とか、それから、市民講師といった消費者教育を担う一般消費者の方にも、このポータルの認知度を上げていただいて使ってもらえるといいかなと思っています。そうすると、自治体の方からの一層の情報発信というか連携があるともう少しいいのかなと、このグラフを見て感じたところです。

以上です。ありがとうございます。

○大藪会長　ありがとうございました。

またお時間があったら、ぜひ御意見をいただけたらと思います。自治体の人が活用できるような仕組みづくりが大事だということ、あと、正しい情報、確かに間違っていたら大変困りますし、あと、環境省とか、税金のところ、財務のところを見てみると、本当に新しいデータがいっぱいあって、それをすぐに使ったりできるので、データだけを出していただくのもすごくいいのかなと思いました

原田委員、お願いいたします。

○原田委員　皆さんの意見を聞いていて、すごくレベルが高くてそのとおりだなと思っております。私のほうはいろいろな面で啓発活動をしておりますので、実務的なところで感じたところ幾つかお話しさせていただきたいと思います。

私はデジタル専門なので、電気をいっぱい使うところで、既にエシカルと相反している存在ではございます。AIに引っかかってもらうというのはそのとおりだと思うのですけれども、AIを使ってつくるというのはファクトチェックがかなり重要なので、ファクトチェックができるぐらいのレベルの人を一緒に備えて初めてAIで資料はつくれるのではないかと思っております。

６ページの資料のように、私も皆さんの御意見と同じで、基本的に私も全て100％自作で資料をつくって、いろいろな学校さん、生徒さん、一般の消費者の方、相談員さん向けとか、職域もそうですけれども、そういったところにやっております。

ただ、自作が全てではないとは思いますので、こういった既存のコンテンツが、自作に近いような形でアレンジしやすいような許諾とかも含めて使いやすく、ここの部分だけ取り出させてもらうとか、そのようにしてアレンジがしやすいようにしていただくと、非常に多様な相手に対して、この分野の人たちはこれとこれ、高齢者はこれとこれみたいな、いいとこ取りみたいな、対象者向けの資料をそのまま使うのではなくて、高齢者だろうが若者だろうが、その中でも多様化していますので、対象者に合わせて取捨選択できるような資料があると、すごく利便性が上がるのではないかと思います。

先ほど質問させていただきましたけれども､障害者というのは支援学級だけではなくて、私が消費者啓発で行くところは就労支援施設、いわゆる大人の方で、Ａ型とかＢ型とかの施設の方々でございます。この方々は施設の中でも個性がありますので、なかなか人としゃべれない方もいれば、ずっとしゃべっている方もいらっしゃって、その人たちに一遍にお話しするのです。これが結構面白くて、面白いというのは対話型でできる方なのです。だから､対話型でどんどんアレンジしていく。ということは､既存の資料を使っても無理、席を立っていってしまうと思うのです。

ニーズに合わせて使い回せるとは言わないのですけれども、興味のあるようなところを持っていく。特に就労支援とかにいらっしゃるような精神的、もしくは知的な障害者に関しましては、デジタルの分野の知識は非常に高いのです。ほかのことができないのでそれに頼ってしまっているので、その分野の知識がすごく高くて、それでいて、話とかコミュニケーションの部分が難しい。そういうようなところでのトラブルとかというような、そ

ういったアレンジ力というのが自作資料をつくるに当たって消費者庁さんにお願いしたい資料のつくり方だと思っております。

デジタル化の普及によりまして、デジタル関連の資料をこれから充実させていくということでしたけれども、ほかの方からも御指摘がありましたように、現場のニーズに合っているかというところを考えていただくのが大事かな。デジタルの分野は全世代で切っても切り離せない世代ではありますので、それが現場のニーズに合っているか。

これは私が個人的に啓発をするときにお話しするのですけれども、例えば悪質な広告を見分けるみたいな教材があったとしても、知識を与えたとしても、それで消費者啓発につながるのかといったらば、私は個人的にはそう思っていないのです。

何でかと言うと、例えばどんなに金融リテラシーとかを上げたとしても、それでも毎日見ているSNSとか情報とか動画とかの中には、億り人だったりとか、これで一発もうけましたみたいな人たちのチャンネルがいっぱいあって、投資系ユーチューバーとかのチャンネルがいっぱいあって、そういうのを見ると、インスタとかもお勧めでそればかり流れてくるではないですか。そうすると、それを毎日刺激として見ていて、どんなに金融リテラシーを上げて知識を与えたとしても、毎日そんなものを見させられていたら、自分もと思ってしまう。要は心理的な部分というのも今後の消費者教育には必要なのではないか。

どんなにこんな広告が、お腹がぺちゃんこになるなんてあり得ませんと、これはAIで加工していると言ったって、それでも美容系インフルエンサーが毎日マンジャロを打ってやせていますみたいなものが出てくると、私もマンジャロを打ってしまおうかなみたいになってしまう。ということは、どんなに知識を与えたとしても被害が減らないというのは、実は心理的な部分として毎日見ている情報で行ってしまう。

だから、知識だけではなくて心理学的なものも含めていくというのが、今後の消費者教育というか、消費者教材に重要な視点なのではないか。どんなに知識を与えたとしても、毎日の生活の中で見ている情報を見ていれば洗脳されていきますので、だから、美と金に関しましては、ダークパターンもそうかもしれませんけれども、知識だけではなくて心理面から気をつけるべきポイントをお知らせするということです。

長くなって申し訳ないですが、今、企業が情報漏えいをたくさん起こして、AIがその後ろにあるというような話もしていますけれども、情報管理意識というのも消費者被害にはなくてはならないものと思っております。情報管理というようなところも実務的な資料として加えていきますと、ニーズに大分合っていく資料ができていくのではないかと思います。ありがとうございます。

○大藪会長　非常に重要な点をたくさん言っていただきましてありがとうございます。

ファクトチェックが必要というのは、確かにAIのところで大事だと思いましたし、先ほど言ってくださっていた知識だけではなくて心理的なところが大事なのではないかということも、私も昨日かな、学長がLINEのリンクをつくってほしいと言っているので、すぐにつくってくださいというメールが来て慌ててましたが、今それがすごくいろいろなところ

に来ていて、あなただけですみたいなのがあって、引っかからなかったのですけれども、何となく心理的なもの、そこでどう対処すればいいのかということは教えていかなくてはいけないという気がいたしました。

また､情報の漏えいの話､この辺のところで消費者庁のほうからコメントはありますか。

○田中課長　ありがとうございます。

今、確かに不正アクセス、情報漏えいの問題がかなり起きてございます。消費者庁におきまして、不正アクセスの多発を踏まえた対応といたしまして御紹介をさせていただければと思います。

消費者庁といたしましては、消費者の被害、特に二次被害の防止に向けて必要な注意喚起等を行っております。具体的には流出したログインIDを変更し、パスワード設定に大小英字、数字、記号を混ぜて使うなど、安全なパスワードを設定した上で、使い回しは避けることという注意喚起を行っております。

また、クレジットカード、キャリア決済、インターネットバンキングの利用明細をこまめに確認すること、さらに事業者や公的機関などのSNSやメールを見るときにはフィッシングをまず疑う、そして、記載されているURLにはアクセスせず、事前にブックマークした正規のサイトや正規のアプリからアクセスをすることなどについて、消費者庁全体として注意喚起を行ってございます。

足下の消費者被害を防ぐためには、まず、こうした注意喚起の情報を参照いただきたいと考えておりますけれども、フィッシング詐欺などの個人情報の流出に伴う二次被害に遭わないようにする観点から、自ら届く情報について批判的思考力を持って慎重に判断し、不安な点があれば消費生活センター等の信頼できる機関に相談することが非常に重要であるという点を考えておりまして、この点でかなり注意喚起を行ってございます。

かつ、その観点から消費者庁におきましては、違和感に気づく力、あるいは相談する力なども含む「消費者力」の育成・強化のための教材の充実、利用促進に取り組んでいるほか、インターネット上の情報に対する批判的思考力を養うための教育・啓発を実施しているところでございます。

引き続きこの点に関しましては、特に関係省庁としっかり連携した上で取組を推進していきたいと考えておりますけれども、消費者教育として求められる視点、具体的に考えられる対応等につきましては、委員からも御意見等を頂ければと考えてございます。よろしくお願いいたします。

審議官のほうから追加で御発言がございます。

○廣瀬審議官　消費者教育とは関係ないところでもあるのですけれども、地域のセンターの方もいらっしゃっているので少し追加させていただきます。

消費者庁といいますか、この不正アクセスの問題は全省庁が力を合わせて取り組んでいる中で、不安に思われる消費者の方などが消費生活センターに御相談の問い合わせをされることがたくさん予想されているところでありまして、そういう中で、既に消費生活セン

ターには一定の役割もお願いをさせていただいているところであります。

消費者庁だけではなく、政府全体としてセンターの取組を支えていきたいと思っておりまして、何かトラブルがあったり、相談員の方がどこへ御相談すれば分からないとか、そういったことがあれば、直接消費者庁のほうに届くような連絡窓口のようなものもつくらせてもらっておりますし、デジタルではありますけれども、全自治体を対象とした説明会のようなものもさせてもらっておりまして、しっかりと対応させていただきたいと思いますので、よろしくお願いいたします。消費者教育と関係のないところでしたが恐縮でございます。よろしくお願いいたします。

○大藪会長　廣瀬審議官、どうもありがとうございました。

皆さんが一番気になるところで、私が本物ですとか言って学会長からメールが来て、どうやって本物を見分けたらいいのかもよく分からない状況になっています。

それでは、ほかにいかがでしょうか。

高比良委員、お願いします。

○高比良委員　全国消費生活相談員協会の高比良です。私からは、まず、自治体のアンケートを拝見しまして､そこで気づいたことについてお話しさせていただきたいと思います。

今回の対象自治体が129あるところ､お答えいただいた自治体が69件ということで､いろいろ御都合があってのことかとは思うのですけれども、そもそも今回のアンケートにお答えいただいている自治体というのは、ポータルサイトについては身近なものとして知っているところが多かったのではないかということで、それが７ページの結果にも現れているのかなと思いました。

このポータルサイトを知っている自治体というのは、恐らく日頃から「社会への扉」などの消費者庁の教材もお使いになっている一方で、自分のところの自治体の教材を使って講座などをしているところが多いのではないかと思いました。ただ、その中で、アンケートの結果を拝見しますと、自前のコンテンツ、自分のところでつくったものを使っているところも非常に多かったので、それぞれの自治体において自分のところの教材があったとしても、それをより現状に合ったものにその都度つくり変えて使っているのではないか。つくるに当たっては消費者教育ポータルサイトが非常に役立っているのではないかと感じました。

次にポータルサイトについてですけれども、ポータルサイト自体が、必要としている人が誰なのかということが漠然としていると今まで感じておりました。整理しますと、使う人というのは、まず、考えられるのが自治体、あと、相談員、それから、教員、講師というところで、各自治体の養成講座を受けたような講師もいらっしゃると思いますし、今まで皆様の御意見の中にも出てきましたフリースクールとか、就労支援事業所とか、社会福祉協議会関係の機関とか、福祉事務所などで、こういった情報を提供したい講師によっても利用できるようなところなのではないかと考えております。

私は相談員なのですけれども、相談員の立場として今回のポータルサイトについて日頃

思っていたことをお話しさせていただきたいです。相談員自身も実はこのポータルサイトを利用しているかというと、あまり利用していない方もおられます。

私はこちらの推進会議に参加させていただいている関係もありますのでよく拝見しているのですけれども、どうして相談員でもこういったポータルサイトを知らないのかというと、出講する機会というのが自治体から言われて行くことが多くて、自分で出講先を開拓していくことが少ないからだと思います。自分で開拓するところに行くような場合は必然的に自分でつくった教材を基にお話しすることになると思うのですが、そのようなときにポータルサイトが使えればいいのですが、使いにくい理由というのが、検索の窓というのが分かりにくいということがあると思います。

どのようにしたら検索がしやすくなるのかということなのですが、先ほど柿野委員からの御意見もありましたけれども、今は、AIを使って講座の資料などもつくることができるのですが、AIをこのポータルサイトに取り入れられたらいいのではないかと個人的には考えております。どういうことかと言いますと、まず、消費者教育の講師として出講する立場として、例えば「私は消費者教育の専門家です」というのを根底にして、その上でツールを提案してもらえるようなつくりが必要なのではないかと考えました。

それから、実際に教育現場で使っていただけたらよりよいと思うのですが、教員の方々もかなり多忙ということもありまして、ポータルサイトを使って、御自身で講座の資料をつくるというのはハードルが高いところかと予想されます。

私自身、教員の家庭科の先生向けの消費者教育の手法ということで講座をさせていただいたことがあるのですが、そのときにある自治体のつくった消費者教育のポータルサイトに載っている教材を紹介させていただいたことがございます。そして、その先生方には、今回紹介させていただく教材を自分の自治体というか、学校のある居住地、学校のある場所に適したようなものにアレンジしていただくことも可能ですというような形で紹介させていただいたことがあります。しかし、実際には先生方は御多忙で、すごろくの教材だったのですが、そういったものもつくるのは難しいというのが現状のようでした。

一応ポータルサイトの使い方というか、ポータルサイトをより使いやすいものにしていく方法ということで幾つか私自身のお話をさせていただきました。

以上です。

○大藪会長　高比良委員、ありがとうございました。

今のお話をお伺いしていると、自作でやる人が使えるものと、学校の先生などのお忙しい方がそのまま使えるものと両方できるようなのがいいかなと思います。

学校の先生として並木先生と佐紺先生、小井戸先生もよろしければと、コメントいただければと思いますけれども、いかがですか。

並木先生、どうぞ。

○並木委員　杉並区立松渓中学校の並木と申します。義務教育の中学校の立場からお話しします。

今、お話を伺っていて、消費者行政と、その中の消費者教育という分野、消費者教育も幼児から社会人までを対象としているという中で、義務教育段階の児童・生徒を対象としたものでつないでいかないと、消費者行政と児童・生徒を対象とした消費者教育とが、すごく離れているなという印象を持ちました。

ちなみに今日の会議に向けて、私の身の回りの教員に消費者教育ポータルサイトの認知度を確認したのですけれども、かなり低いような現状がありました。一部ですので全国的な傾向ではではないとは思うのですけれども、ポータルサイトを知っていてなおかつ授業で実際に使ったという教員は残念ながらいませんでした。

それぞれの言葉をまとめますと、一つは、知らないということ、あと、忙しくてそこまで手が回らないというのが意見の総和かなと思いました。

とはいえ、どのように改善したらいいかということで幾つか考えたのですが、今、学校現場はGIGAスクール構想ということで､本当に以前の学校とは違って､小学生から中学生、高校生、一人１台タブレットを持って授業に臨んでおりますので、そういった機器をうまく使うことを前提とした教材であると、非常に導入が円滑なのかなと思いました。

あと、生成AIの問題もありました。学校現場のほうでもどうしたらいいのかということで試行錯誤中ではあるのですけれども、この秋、２学期辺りで各研究会や日常の授業の中でも生成AIを使った授業が普通の公立中学校でも見られてきている状況がありますので、今後はそういったことも前提になるかなと思います。

あと、様々な教材について、先ほどポータルサイトのトップ画面の資料もありましたけれども、便利すぎて不便というか、特に教材が想定している対象の明示があると非常に選びやすいかと思いました。具体的には、フリーワード検索の中の幾つかの項目に対象というものは入っているのですけれども、教材の内容が何も見えない状況で選ばなければいけないのです。先ほどの意見にもありましたけれども、できましたら、幼児対象とか小学生対象とかということと、内容のあらましがある中で全体を見て、例えば中学校でも必ずしも中学生対象ではなくても小学生のものを使うようなニーズもありますし、逆に発展的に高校生以上とか社会人のものも使いたいというニーズもありますので、そういう中から中身を見て選べるという形になると、もう少し活用しやすいのかなと思いました。

あと､毎回申し上げていますけれども､時間がないからできないという問題に対しては、できる仕組みづくりということで、学習指導要領とか、今、内容の厳選が進められている教科書に、これから消費者教育というのはますます重要になってまいりますので、そういったものをしっかり位置づけていただくのが全学校での確実な実施につながってくると思います。

先ほどの原田委員のお話の中で思ったのですけれども、中学生の実態を考えたときに、やはり動画サイトをよく見ております。教材や啓発関係については、むしろ届くか届かないかという見えないところ、手の届かないところに教材をつくるよりも、動画で流していただいたほうが届くのではないかと思います。しかも、最後のところで例えば消費者庁と

いう表示があると、信頼できる情報ということで、子供たちも信頼できる情報とそうでない情報を選びながら、受け手として主体的に受け止め行動につなげられるのではないかなと思います。

以上でございます。

○大藪会長　ありがとうございました。すごく重要な点でしたよ。

便利すぎて不便、まさにそう思いました。

あと、先ほど原田委員もおっしゃっていたように、対象が小学校・中学校なのだけれども、だからといってそうではない部分があるので、内容的に段階があって、そこで選べるというのはすごく大事で、高齢者といっても60～100歳ぐらいまで40歳も差があるので大分違います。だから、そこのところで選べるように十把一絡げにしないということと、学校は学習指導要領との位置づけがしっかりしていることが学校の先生としては使いやすいという点だったかなと思います。

佐紺委員、いかがでしょうか。

○佐紺委員　市立函館高校、佐紺と申します。学校現場、そして、高校家庭科の立場でお話をさせていただきます。

今回、議題が「消費者教育教材・コンテンツへのアクセス改善に向けた方策」ということでしたが、方策のお話をする前に、北海道として、この消費者教育ポータルサイトについて周知のためにどのような取組をしてきたかということを簡単にお話しします。北海道教育委員会の家庭科担当指導主事が、長年にわたりまして高校家庭科教員に対して、年に２回ほど対面の大きな研修会で、それから、北海道教育委員会の悉皆の研修、初任研であるとか経験者研、教育課程研等でずっと周知をしてまいりました。

また、今年７月に開催した研修会では、体験型教材「鍛えよう、消費者力　気づく・断る・相談する」の紹介をさせていただきました。

また、「社会への扉」につきましても長年周知を図っておりまして、冊子でなくデータになったことによって非常に使い勝手がよくなりました。これは現場の家庭科教員もそのように申しております。

そこで、方策と言えるほどのものか分かりませんが、何点か考えてみました。

１点目としましては、資料でこういうポータルサイトがありますというお知らせだけではなく、例えば、家庭科担当の全国の指導主事会があると思うのですが、その際に改めて家庭科の教科調査官から口頭で周知をしていただくとか、それから、全国の高等学校長協会家庭部会が５月と２月に研究協議会を開催しております。そちらで、例えば調査官から各都道府県の校長先生に周知をお願いするといったことを改めてやってみてはどうかと思います。もし、されていたら申し訳ありません。

２点目としましては、高等学校家庭科は、消費者教育はもちろんとても大切なので一生懸命生徒に指導しておりますけれども、ほかにも指導をしなければならないことがたくさんございます。その中で、先ほど皆さんからもいろいろ御意見が出ていますけれども、い

かに容易にこのポータルサイト等にアクセスをして活用ができるかというところが鍵になると思っております。

したがいまして、例えば対象年代をもっと簡単に絞って検索できる、小学校、中学校、高校、成人の方、高齢者の方と絞れる、また、契約であるとかテーマごとに、それから、学校現場としては、できましたら授業時間数ごとに、これは何時間ぐらいでできますとかいうものがありましたら、現場の教員は見やすいのではないかと思います。

３点目としましては、文部科学省、各都道府県教育委員会との強力な連携ということになるのでしょうけれども、指導案とセットになった教材パッケージ、こういったものを準備していただいて、学習指導要領のカリキュラム内に組み込みやすくするであるとか、そういった工夫があれば嬉しいと思っております。

また、他教科と、例えば地歴公民科などと連携した取組の紹介などがあってもよいかなと思っています。これは指導時間数が限られているということ、そして、北海道は家庭科教員の未配置校も多いです。いても時間講師であるといった状況が非常に困難を極めている状況です。ですので、こういったポータルサイトのコンテンツなどを有効に活用し授業に組み込んでいければ、きっと皆さんが助かるのではないのかなと思っています。

加えて、家庭科の教員養成が北海道内でなかなか難しくなってきている状況です。そういう家庭科教員の採用・配置の現状なども考えていただいて、いかにどの立場にあってもできるというところも考えていただけると、すごくありがたいなと思っております。

また、これは学校現場だけではないと思うのですけれども、多言語、バリアフリー対応というところもこれから必要かなと思っています。日本語指導が必要な生徒さんなどが増えてきていますので、そういった方にも情報が届くように、多言語の翻訳ですとか、音声の読み上げですとか、ルビつきの教材ですとか、言うのは簡単ですけれども、本当に難しいと思うのですが、そういったところも工夫されたら、よりよいのかなと思いました。

長くなりましたが以上です。

○大藪会長　ありがとうございました。

研修はたくさんやっていらっしゃるということだったのですけれども、周知の仕方でかなりいろいろ言っていただいたので、ぜひそれを使って消費者庁さんから周知していただけたらと思います。あとは時間と連携、あと、指導案がパッケージになっていたりとかいうのと他教科との連携、あと、多言語というのは、それこそAIとかを使ったらできるのかなと思います。その辺で使えそうかなと思います。

それは、小学校で結構長いこと授業をしていらっしゃった小井戸先生からお願いできますでしょうか。

○小井戸委員　重なる部分が多いと思うのですけれども、2点お話しさせていただきます。

まず、アクセスのしやすさというところで、岐阜県の場合だと、学校間総合ネットとかという岐阜県内の公立学校と教育委員会がつながっているようなサイトがあるのです。そこにいろいろなリンクがあって、たまに飛んでいったりするのですけれども、全国にもそ

ういうところがあると思いますので、教育委員会とか、岐阜県でいう学校間総合ネットみたいなところにポータルサイトのリンクを張っていただけると飛びやすいのかなということを思いました。

先ほどの先生もおっしゃっていたように、ぜひ研究会に出向いてポータルサイトの紹介をしていただきたいということを思いました。お恥ずかしながら、私はポータルサイトを小学校の教員をやっていたときには知らなかったし、その言葉が家庭科の先生の中でも出てきたことは全くなくて、こんなにいいものがあったのかというところで残念だったなと思います。

ありますというのとともに活用方法、こんなものがあってこのように活用できますというところまで、使い方講座のようなものをやっていただけるといいかなと思います。家庭科は一番関わりが多いと思うので、家庭科部会、全国大会とかもありますし、東海北陸大会とか、市町でも年に３回ぐらいは必ずやっていると思いますので、より小さな単位で和気あいあいとやっている中で紹介していただけると、質問とかもしやすくなりますし、先生方に広めることで、各学校に戻って広めていただけるというメリットも出てくると思いますので、その辺をやっていただけるといいのかなと思いました。

あとはアクセスしたくなるポータルサイトになっていくといいなと思いました。消費者教育とか金融経済教育は聞きなれないというか、ちょっとハードルの高い言葉を聞くだけで、きっと拒否反応を起こす先生が多いと私は思うのです。なので、先ほども出たように指導案をきっちりと完成させるというのと、その中に、不安な先生もできるように先生方に対する基礎知識、あと、プラスアルファの豆知識みたいな感じで、情報量はちょっと多くなるのですけれども、整理していただいて位置づけてあると、安心して授業ができるかなと思いました。

ポータルサイトの中でも整理はされているのですけれども､この教科のこの単元でとか、この題材で使いますということで、単元名とかでも検索の絞り込みができていくといいのかなと思いました。

また、できれば指導案の中に市町の何とかに連絡すると専門家を派遣することができますみたいなただし書をしておくと、コーディネーターの方との連携もできていくのではないかなと思いました。

指導案も言い方はあれですけれども、大学生でも見ればできるくらいの丁寧さにしていくと、本当に安心できるのかなと思いました。さらに指導案だけではなくて、ここで使えるこんなアイテムみたいな教材をつくっていただけるといいのかなと思いました。

教科書の連携ということもありましたので、子供たちが使う教科書ではなくて、先生方が持っている指導書に、消費者庁のポータルサイトのここを見るとこんな教材が出てきますと、教科書の指導書に情報を載せるというのも一つかなと思いました。

以上です。

○大藪会長　小井戸先生、どうもありがとうございました。

アクセスの仕方、全然知らないということなので、学校の先生にいかにつなげていくかというのはすごく重要かなと思いました。いろいろなところのリンクをつなげていただけたらと思います。あと、言葉です。金融ならまだ分かるのですけれども、お金に関する授業だとか、だまされない何とかとか、そういうのも大事だし、単元名で検索ができると安心できるというのと、それから、先ほど最後に指導書にリンクをつなげるというところは結構大事かなと思いますし、専門家、もし、よかったらJ-FLECの佐久田さんに話を振ろうかなと思ったのですけれども、それとかコーディネーターだとか、そういった人がいるということを知らせていただくというのもすごく大事です。

J-FLECの佐久田さん、お願いできますでしょうか。

○佐久田委員　佐久田でございます。私どもも自分たちの事業をどのように世の中に広く知っていただくかということですので、むしろ共通の課題に直面しているという言い方もできると思ってお話をお伺いいたしました。その上で３点ほど申し上げたいと思います。

資料２の自治体の方々のアンケートの中で、８ページを見ると、右下のグラフで優先的に改善してほしい項目の中でコンテンツ量というのが２番目に挙がっていると思います。２番目といっても近接した２位です。その一方で、10ページを見ると、積み上げグラフの一番右で見ると、コンテンツの量に関する不満みたいなものはないみたいな回答になっているように見えるところです。これをどう考えるかですけれども、多少コンテンツが多すぎたりすることが必ずしもプラスになっていないみたいなことはあり得るかもと思いました。もちろん需要がある限り供給力の範囲内ではなるべくたくさんつくるというのは一つの自然な考え方ですし、そのこと自体がプラスになることも多いと思います。

ただ、心理学とかマーケティングで言われますけれども、商品の数が多いと、かえって売上げが下がるみたいなことは、いわゆる心理学の実験などでは広く知られていて、そういうことが起こっているのか、起こっていないのかみたいなことは少し気になるなと思った次第です。コンテンツの量とかはどのような形で考えていくのかというのは一つ思ったことです。

２つ目としては、これまでの議論でも出たところですけれども、使い方の案内とか、このように使われているみたいなことが分かるというのが一つの切り口かもしれないなと思っています。私どものほうでも一部の授業については比較的最近ですけれども、そういうようなものを動画で御紹介するみたいなことを少し始めたりしています。

例えば金融経済教育推進機構で講師を派遣しますと言われても、文字情報としては理解できるでしょうけれども、一体どのように進むのだろうみたいなことが少し分かったほうが多分入り口としてはいいのかなみたいな感じで、そのような動画をつくったりしているのが最近の状況です。ただ、それはインターネットの世界ですので、例えばポータルサイトを御覧にならない方についてはアクセスしないみたいなことが多分起こるのだろうと思ってお聞きをしておりました。

そうすると、ほかの委員の方からもありましたけれども、ある程度対面で周知をすると

か、そういうようなチャンネルがないと本当に行き届くかというと、そうではないのだろうなということは改めて思った次第であります。ですので、デジタルと対面の両面が必要なのだろうなと思いました。

あと、自分自身もいわゆる私どもの事業の周知などをして思うことですけれども、特に教育関係の皆様とかは年度単位で動かれていらっしゃるので、例えば今から申し上げてすぐに授業に取り込んでいただくとか、そういうようなことは年度単位で動かれているのでなかなか難しいみたいなことなのかなという印象を受けるところもございます。ですので、例えば今から少し時間をかけてやっていくと来年度に間に合わないで再来年度みたいなことになることもあるのかなと思います。だからといって、やらないというよりは、少し時間がかかることも認識しながら、少し長い目線で取り組んでいくみたいな領域でもあるのかなと思ってお伺いした次第です。

私からは以上です。

○大藪会長　情報量が多すぎるとなかなか選べないというのは、確かにそのとおりだと思います。年度単位でやるということで、学校でやっていくのだったら、学校の先生にどのぐらいのときに言えばいいかということを聞くということは非常に重要だと思いました。ありがとうございました。

それでは、宮木委員、お願いできますか。

○宮木委員　私のほうからはカスタマイズとリコメンドと効果検証の３点でお話をさせていただきたいと思います。

AIで簡単にコンテンツをつくれるようになっている中で、例えばＡのコンテンツとＢのコンテンツを合わせて30分ぐらいのスライドにしてみたいなことというのも今非常に簡単にできるようになっている。それでさらにＡとＢを使ってコンパクトなものがつくれたら、それをまた共有できる仕組みがあってもいいのかなと思いました。ただ、やみくもに増やしてもよくないので、会員限定とか、教育関係者専用とか、そういうことになるかもしれないですけれども、皆さんの得意分野を生かす形でコンテンツがバージョンアップされて、カスタマイズみたいなものがやりやすくなるといいなと思ったのが１点です。

２点目がリコメンド機能です。例えば内容とか領域などを事前に登録していると、新しいものできましたとか、バージョンアップしましたとか、場合によっては法改正があったようなときに、その情報がすぐに入ってくるような、資料としてすぐにほかに展開できるような形であると非常に効率的だと思います。第一ライフグループでも第一生命がライフサイクルゲームという消費者教育コンテンツを出しておりまして、今、バージョン３ですけれども、例えばバージョンが変わりましたみたいなものも、そういうところでお知らせを適宜していただけるといいと思います。

また、先ほど選択肢が多いと選べないというところもありましたが、例えば今月の上位人気のような形でリコメンドされるとか、あとは例えば星をつけて人気のコンテンツが上位に来るとか、選びやすくする仕掛けみたいなものをしていただけると、今、皆さんはこ

ういうものをお使いなのだなという形で選びやすくなっていくのと思いました。

３点目、柿野委員が先ほどおっしゃっていましたけれども、効果検証というところも非常に重要です。これはなかなか難しいところではあり、やったことによってどのような受講者変化があったのかはなかなか測りにくいのですけれども、例えば実際に教材を使って教育を展開された側のほうが、受講者の反応としてよかったなというところを資料に対して星をつけるみたいな形でフィードバックすると、それがまたリコメンド機能に反映されるみたいな形で、効果検証というところでもリコメンド機能と連動できるのかなと感じました。

以上でございます。

○大藪会長　ありがとうございました。

面白いですね。両方だと思うのですけれども、学校の先生とかが、これはすごく使いやすいとか言っていたら、ほかの学校の先生も使いやすかったりとか、ここで使うといいとか、あるいは事業実践をされた例えばほかの行政の方だとかも、みんながこれについてはすごく頷いていたけれども、これは乗ってこなかったとかいうのがあると、すごく面白いなと思いました。ネットショッピングのところに書いてあるような、本当にちゃんとしたものがあるといいなと思いました。

角山委員、お願いいたします。

○角山委員　角山です。私からは３点ほどになります。

先ほどからアクセスのお話が出ていましたけれども、私の法人もホームページ上のどのような表示の仕方が専門職等の職員の採用につながるか、また利用者増につながるかを検討するために、アクセス数を定期的に確認しております。たとえば検索されるキーワードや、どのサイトが一番見られているとか、そういったようなことから、どこに手を打っていくか、目を引くためのどのような言葉を多く使っていくとか、そういったことをホームページとかでもしております。

もしすでに実施されていましたら申し訳ございませんけれども、ぜひポータルサイトにおけるアクセス数を定期的に確認することによって、検索サイトでヒットした言葉を多く使っていくとか、先ほど宮木委員からございましたが、それによって人気ランキングみたいなページをつくると非常に面白いと、思いました。

また、動画について、多言語であるとか、字幕などをぜひつけていただきたいと思っております。手話とまでは言いませんけれども、英語、、スペイン語、ポルトガル語、また、韓国語、中国語など、主要なところでも宜しいかと思いますけれども、そういった多言語対応であるとか、また、字幕ということを御検討いただければと思いました。

最後に､アンケートでは高齢者･障害者のコンテンツなどが望まれていましたけれども、そこに対してアンケートでは使われていないという実態もあるということでした。私たち職能団体としては地域共生社会の実現に向けて、介護保険とか障害サービスとか、いわゆる制度の研修は多く扱っていくのですけれども、そうではなくて、地域住民の皆さんが消

費者の一員なのだということを視点に、職能団体としてはより一層、このポータルサイトの活用を、研修等に組み込める方法はないかというのを検討したいと思いました。ありがとうございます。

○大藪会長　角山委員、ありがとうございました。

字幕があるといいですよね。あと、言語も選べたら出てくるというのも先ほどありましたけれども、これから多分できるのではないかなと、あと、ランキングの話もいいと思いました。

一応皆さんにお伺いしたのですけれども、あと７分ぐらいありますので、ほかの人の御意見を聞いてもうちょっと言いたいということがあれば、ぜひ御意見をいただけたらと思います。

遠藤委員、どうぞ。

○遠藤委員　先ほどあった使いたくなるポータルというのを見せ方で、ハードルを下げて使いやすく入りやすくというのは、とても重要だと思っているのですけれども、このポータルというのはコンテンツだけでなくて、そのコンテンツを実際に使った使用事例というのですか、活動事例なども載せてくださっています。私どものNACSの教材も一度掲載していただいたことがあるのですが、コンテンツを文字だけで見て、概要だけでは理解できないものも実際に使った事例などを見ることで、今まで自作の教材だけを使っていた方も、もしかしたら、使ってみようという訴求のポイントにもなるのかなと思いましたので、こういったところもPRできるといいのではないかなと思いました。

以上です。

○大藪会長　遠藤委員、ありがとうございます。非常に重要です。

事例があると、特に学校の先生とかは分かりやすいかなと思います。

土田委員、お願いいたします。

○土田委員　今お話があったポータルサイトの実際の教材の使用実例についてなのですけれども、私も改めて見た中で、この実例はいいなと思って見ていました。ただ、事業者向けというところでは、まだまだ実例が少ないなと思ったのもございまして、ぜひそこを増やしていただきたいと思います。

それに当たっては、昨年行いました実証研修を受講された企業の方に対して、ぜひ御意見をいただくといいのかなと、実際に使ってみてこうだったというところを集めていただいて御紹介いただくと、今後進めていく中で非常に参考になると思いました。よろしくお願いします。

以上です。

○大藪会長　ぜひ企業さんも、特に企業さんのところになかなか広がっていかないというところもありますので、どうやって広げていっているかということも含めて教えていただけると、すごくいいかなと思います。ありがとうございます。

ほかにどなたかいらっしゃいませんか。

坂本さん、どうぞ。
○坂本委員　私は学会でも発表しようと思っているのですけれども、全国調査をしたところで、物凄くたくさんの人がお金をだまし取られているということが分かりました。本当にお金をだまし取られないようにする教育、普及啓発とかをどうしたらいいのか。ポータルサイトをよく見てもらえるようにするというのも必要なことだと思うのですけれども、それ以外のことでプッシュ型で積極的に届けていくという方法を本当に考えていかなくてはいけないなと思っているところです。
以上です。
○大藪会長　ありがとうございます。
私もだまされたので何とも言えないです。どうすればいいのという感じがするのですけれども、また何かありましたら坂本先生に相談したいと思います。
たくさんの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、議題２に関する議論はこの辺りということで、最後に議題３のスケジュールについて事務局から説明していただきたいと思います。よろしくお願いします。
○田中課長　それでは、資料３を御覧いただければと思います。事務局のほうから、この資料３に基づき第７期消費者教育推進会議の検討スケジュールについて御説明をさせていただきたいと思います。
こちらのスケジュールは第７期推進会議の１回目の会議である第43回推進会議でもお示しをしておりますけれども、予定の変更や第８期に向けた論点整理などのために修正をしたものとなってございます。
本日が第45回推進会議で、第７期推進会議で検討すべき課題の２点目である消費者教育教材・コンテンツのアクセス改善について御議論をいただいたところでございます。
本日御議論いただいた内容も踏まえまして、次回第46回会議では、教材・コンテンツのアクセス改善に関する方向性の整理をさせていただき、また、令和８年度の事業報告等を通じて、第６期取りまとめにおいて今後取り組むべき課題として挙げられておりました消費者市民としての行動の実践につながる取組の充実や、職域における消費者教育のさらなる推進、消費者力の育成強化に関して御報告をさせていただきたいと考えてございます。
また、第47回推進会議では、今期会議でお示しいただいた課題の整理と、次期第８期で検討すべき課題の整理を御議論いただき、第48回会議で取りまとめをいただきたいと考えてございます。
第７期の推進会議では、今後、以上のような形で進めてまいりたいと考えておりますけれども、こちらで進めてよろしいか、委員の皆様から御意見を頂戴できればと思ってございます。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した。
スケジュールについて御説明がありましたけれども、いかがでしょうか。何か御意見はありますでしょうか。もうちょっとこうしたほうがいいとかはありますか。よろしいでし

ょうか。会場の方もよろしいでしょうか。

ありがとうございました。そうしたら、御異議なしということで、今期の会議の進め方については資料の３のとおりに進めていきたいと思います。

以上で本日の議題は終了となりますけれども、最後にこれだけは言いたいということがあれば言っていただけたらと思います。会場のほうでありますか。大丈夫ですか。

私のほうから、今週末の７、８日に、先ほど坂本委員から少しありましたけれども、私が会長をさせていただいております日本消費者教育学会を弘前でさせていただきます。消費者庁の方も来ていただけるということなのですけれども、もしも、お時間がありましたら御参加いただけたらと思います。

それでは、よろしかったでしょうか。皆さん、本当にたくさんの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、本日の議題はこれで終了となりますので、司会を事務局のほうに返したいと思います。よろしくお願いいたします。ありがとうございました。

○田中課長　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まして、誠にありがとうございます。

次回以降の推進会議の開催につきましては、大藪会長とも御相談の上、後日、事務局から御連絡をさせていただきます。

以上で第45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。