

第1回 東京都消費者教育推進協議会
(第22次東京都消費生活対策審議会 部会)

平成25年6月21日(金)
東京都庁第一本庁舎33階北側 特別会議室N6

午後 1 時 2 9 分開会

越山部会長 それでは、お時間になりましたので、これから第 1 回「東京都消費者教育推進協議会」を開会いたします。

最初に、事務局から新規専門員の御紹介と定足数の報告をお願いいたします。

企画調整課長 企画調整課長の吉村でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

今回、東京都金融広報委員会推薦の専門員の交代がございましたので、新たに御就任いただきました専門員を御紹介させていただきます。

谷原章文専門員でいらっしゃいます。

谷原専門員 よろしくをお願いいたします。

企画調整課長 次に、出席状況でございますが、本協議会は委員 5 名と専門員 3 名で構成されております。本日は 6 名の御出席をいただいております。東京都消費生活対策審議会運営要綱第 8 による、委員の半数以上出席という定足数に達しておりますことを御報告申し上げます。

なお、この協議会は同じく審議会運営要綱第 11 によりまして公開の扱いにさせていただきたいと存じます。また、議事録についても公開する予定でございますので、よろしくお願いいたします。

越山部会長 それでは、第 1 回の開会に当たりまして、部会長を務めさせていただくことになりました、千葉工業大学の越山と申します。どうぞよろしくお願いいたします。

昨年度から、東京都の消費生活基本計画の作成の段階からお手伝いさせていただいております。もともとの専門は製品安全でしたが、近年では消費者教育の問題を少しずつ考えられないかなと取組はじめております。大学ではむしろ消費者教育を行える人材を育成するにはどうしたらいいのかななどを広く研究しております。

どうぞ、今後ともよろしくお願いいたします。

それでは、続いて、藤井消費生活部長より御挨拶をお願いいたします。

消費生活部長 どうも、皆さん、こんにち。足元の悪い中、御出席いただきまして、まことにありがとうございます。消費生活部長の藤井でございます。

皆様方におかれましては、大変お忙しいにもかかわらず、東京都消費者教育推進協議会の委員をお引き受けいただきまして、まことにありがとうございます。協議会の開催に当たりまして、一言御挨拶させていただきます。

東京都は今、部会長からお話がありましたとおり、本年 3 月に改定いたしました東京都消費生活基本計画で「ライフステージに応じた消費者教育の推進」を重点施策の一つとして位置づけいたしました。

また、本年 4 月から企業の新入社員向けの無料の出前講座を実施するなど、早速取組を開始しているところでございます。

先日開催いたしました消費生活対策審議会では、夏までに消費者教育推進計画と消費者教育アクションプログラムを策定する予定であるという御説明をさせていただきました。

東京は大学ですとか企業が多く、若者が多く集まる町でございます。また一方で、ひとり暮らしの高齢者が多いという特徴がございます。

策定する計画に基づきまして体系的な消費者教育に取り組んでいくことはもちろんでございますが、このような東京の特性を踏まえて、特に力を入れていく世代やテーマなどを定めて、具体的な取組をしていきたいと考えております。

委員の皆様方には、それぞれ御専門の見地から御意見・御提案を賜りますようお願いいたします。簡単ではございますが、私からの挨拶とさせていただきます。

よろしくお願いいたします。

越山部会長 どうもありがとうございます。

それでは、事務局の方から配付資料の確認をお願いいたします。

企画調整課長 本日お配りしております資料の確認をさせていただきます。

まず、資料1、協議会委員名簿でございます。

資料2、協議会の書記名簿でございます。

資料3が「東京都消費者教育推進計画(案)」でございます。

資料4が「東京都消費者教育アクションプログラム(案)」でございます。

その他、参考資料といたしましてお机の上に、3月に策定させていただきました「東京都消費生活基本計画」の冊子。

緑の表紙で「消費者教育に関する実施状況調査報告書」の冊子。

そのほかにホチキスどめで、消費者庁さんのほうでおまとめになっておられる途中でございますが「消費者教育の推進に関する基本的な方針(原案)」をつけさせていただきました。

不足している資料がございましたら、お知らせください。

大丈夫でしょうか。

越山部会長 どうもありがとうございました。

それでは、審議に入りたいと思います。

資料3「東京都消費者教育基本推進計画(案)」、それから、資料4の「東京都消費者教育アクションプログラム(案)」について、事務局の方から用意されていると思いますので、御説明をお願いいたします。

企画調整課長 御説明させていただきます。資料3の推進計画(案)をごらんください。

まず、表紙をおめくりいただきまして、目次をごらんいただけますでしょうか。

こちらの推進計画の構成でございますが、第1章は計画の基本的考え方でございます、計画策定の趣旨や計画の位置づけなどを内容としております。

第2章は、消費者教育の現状に対する基本認識で、消費者教育が行われているそれぞれの場や主体ごとの現状について記載をしております。

第3章は、その現状認識に基づく消費者教育の今後の取組について記載をしております。

巻末には、付属資料といたしまして、消費者教育推進法などを添付しております。

1 ページは「第1章 計画の基本的考え方」でございます。

まず「1 計画策定の趣旨」でございますが、現在、都・区市町村や学校におきましても様々な形で消費者教育に取り組んでおりますけれども、都内の消費生活センターに寄せられる相談件数は高どまりの状況で、消費者被害の防止のために、消費者が消費生活に関する知識を習得し、これを適切な行動に結びつける実践的能力を育んでいくことがこれまで以上に必要となっております。

昨年末に施行されました消費者教育推進法では、都道府県に対し消費者教育の推進を責務として明記しておりまして、消費者教育推進計画の策定を努力義務として定めております。

こうした趣旨を踏まえ、都は関係機関と連携して消費者教育にこれまで以上に積極的に取り組むため、推進計画を策定するとしております。

「2 計画の位置付け」でございますが、都の消費者教育を体系的に推進していくために、消費者教育推進法第10条1項に基づき策定する計画でございますが、ことし3月に改定いたしました東京都消費生活基本計画の一部として位置づけ、基本計画の4つの重点施策の一つである消費者教育を具体的に推進していくための実施計画といたします。

なお、この計画で言う消費者教育の範囲につきましては、2ページの冒頭でございますように、消費者教育推進法第2条第1項の定義に従いまして、消費者の自立を支援するために行う教育・啓発をいうものといたします。

次に「3 計画期間」でございますが、消費生活基本計画の一部という位置づけになりますので、基本計画と同じ平成25年度からの5年間といたします。

「4 計画の推進体制」ですが、都は体系的・効果的な消費者教育の実施に向け、こちらの協議会を設置いたしまして、構成員間の情報交換・調整や連携強化を図るとともに、協議会の意見を取り入れながら計画を推進いたします。

また、広域的自治体として、関係機関との連携を図りながら消費者教育の取組を実施するとともに、都内全域における消費者教育の水準を向上させるため、区市町村支援を強化してまいります。

3ページは「第2章 消費者教育の現状に対する基本認識」に関する記載になっております。

都内では、学校や行政の消費生活部門などによる消費者教育が実施されておりますが、消費者教育推進法が基本理念とする、児童から社会人に至るまでの体系的な消費者教育をきめ細かく実施しているとはまでは言えない状況でございます。

以下が現状を記したもので、まず「1 学校における消費者教育の現状」でございます。

「(1) 小・中・高等学校」につきましては、米印のゴシック体のところに書いてありますけれども、都が昨年度実施いたしました実施状況調査の結果に基づき記載をしております。

まず「小学校」では、4ページの図表1のとおり、消費者教育の授業の実施率は約

8割となっております。

図表2の2つ目の棒グラフにございますように、学年としては5～6年生ということで、高学年で実施している割合が高く、授業時間としては年間で1～2時間の実施が多くなっております。

5ページの図表3にございますが、消費者教育を推進するに当たっての課題ということでお答えいただきましたけれども、3本ある棒グラフのうち一番上の白い棒グラフが全体の数字になっておりまして、課題としては「他の優先課題があり取り組めない」という御回答が最も多く、約5割となっております。次いで「活用できる教材が少ない」、また「どのような取組をすればよいか分からない」という回答となっております。

図表4は、学校において消費者教育を推進するために必要だと思うことについての回答で「実践事例の紹介」「児童・生徒向け教材の作成・配布」、次いで「教員に対する研修」との回答が多くなっております。

7ページ中段から15ページは「中学校」と「高等学校」についてそれぞれ実施した調査結果に基づく記述でございまして、消費者教育の実施率につきましては、中・高とも約9割程度となっておりますが、授業時間としましては小学校と同じように年間1～2時間というところで、いろいろな課題がある中で消費者教育にも苦勞して取り組んでいただいているのかなという感じで受けとめております。

消費者教育を推進するに当たっての課題といたしましては、中・高共通しての課題ですけれども「他の優先課題があり取り組めない」が最も多く、次いで「活用できる教材が少ない」となっております。

また、消費者教育を推進するために必要と思うこととしましては、中・高とも上位3つといたしましては「実践事例の紹介」「児童・生徒向け教材の作成・配布」「消費者被害の最新情報の定期的な提供」となっております。

小・中・高における年間の授業時間は限られておりますので、消費者教育の授業を優先的にふやすことは困難かと思われましても、先生方が授業を実施する際に活用できる教材の提供や情報提供など、学校現場への支援を実施していくことが必要と考えられます。

16ページからは「(2)大学・専門学校等」の現状でございまして、文科省さんが平成22年度に全国の大学や短期大学等を対象に実施した調査をもとにして記述をしております。

17ページの図表19のとおり、大学等における消費者教育は授業以外でやっている場合が多くて、最も多いのが「学内へのポスターの掲示」、次いで「入学時等におけるガイダンス」「学生便覧等への記載」となっております。

18ページの図表21は学外機関との連携についての回答でございまして「消費生活センター」や「警察」と連携している大学もそれぞれ3割弱あるのですが、半数が「特に連携していない」と回答されております。

19ページの図表23にございますが、今後、特に重点的に行いたいと考えている取組

といたしましては「学生に対する啓発・情報提供」や「学生からの相談への対応」という回答が多く「授業・ゼミにおける教育」というのは1割強にとどまっております。

ということで、大学では授業として消費者教育を取り入れることはなかなか困難と考えられますので、授業以外で活用できる教材の紹介や入学時等のガイダンスなどを活用した取組を働きかけていく必要があると考えております。

20ページからは「2 企業等における消費者教育の現状」でございまして、都が昨年度実施いたしました調査結果によると、都内の企業で従業員に対する消費者教育を実施している割合は、図表24のとおり1割強で、規模別に見ると、5,000人以上の規模を除きましては、規模が大きいほど割合が高くなる傾向にございます。

21ページの図表26をごらんいただけますでしょうか。今後、実施可能な消費者教育の方法といたしましては「チラシやパンフレットの職場内回覧」や「チラシやパンフレットの配布」という回答が多くなっております。

図表28は、研修等を実施できない理由としてお答えいただいたものですが「研修受講者の時間がとれないから」という理由が多いですけれども、3行目に書いてありますように「消費者教育を企業が従業員に行う必要があるとは思わないから」という回答も3割近くになっておりまして、消費者教育の意義を理解していただく必要があるということが分かります。

23ページは「3 地域における消費者教育の現状」でございます。

まず「(1)高齢者への消費者教育」につきましては、都内の消費生活センターに寄せられる高齢者の相談件数が増加傾向にあることや、契約金額も相談者全体の平均を上回る状況にございまして、被害が深刻であること。また、東京ではひとり暮らしの高齢者の方が多いなどといった特徴もございまして、高齢者向けの消費者教育が重要となっております。

多くの高齢者の方はお元気で、判断力もありますので、御本人に対しての教育を実施していく必要がありますけれども、中には認知症などによりまして判断力が低下していらっしゃる方もいらっしゃいますので、御本人への消費者教育とともに、家族や介護事業者など身近な方たちへの消費者教育も実施していく必要があると考えております。

24ページは「(2)家庭での消費者教育」でございます。子供や若者については、家庭での教育も重要でございます。

生活設計の知識を身につけさせることや、環境や食に関する教育のほか、子供がトラブルに巻き込まれることが少なくない携帯電話やSNSの利用などに関しまして、家庭向けの消費者教育の機会を設けるなどの方法を検討していく必要がございます。

また、生活の中には商品等の使用などに伴い多くの危険が潜んでおりますので、安全の問題についても家族で学んでいくことが重要と考えております。

「(3)区市町村での消費者教育」につきましては、現在、区市町村におかれても、地域の住民を対象とした講座の開催や教材の作成など、様々な取組を行っていらっしゃいま

すが、消費者教育を進めるに当たり課題がある自治体もありまして、都は区市町村への支援を実施していく必要があると考えております。

25ページの「4 消費者団体・事業者団体等による消費者教育の現状」につきましては、消費者団体・事業者団体などもそれぞれのノウハウを生かして、消費者教育や啓発に取り組んでおられますけれども、その情報がなかなか知られていないため、十分に活用されているとは言えない状況でございます。

今後は、行政を含めて情報交換を密にしていくことで、既存の取組を有効に活用していくことが必要と考えております。

その下の「5 都の消費者教育の現状」でございますが、都は、各種講座の開催や教材の制作・提供など、様々な取組を実施しております。

また、国や区市町村、団体等におきましても、それぞれのノウハウを生かして消費者教育に取り組んでおりますので、これらの団体との連携を強化することで、体系的な消費者教育を展開していくことが必要でございます。

次のカラーのA3のペーパーなのですが、これは都が実施している消費者教育の取組状況を、横軸をライフステージ別、縦軸を領域別として整理をいたしました。消費者庁さんの分類を参考にさせていただいて分類をしたのですが、このようにいろいろな取組を行っているところでございます。

26ページ～28ページまでは、こちらの図に掲載されている主な取組の内容について御説明をさせていただいております。

29ページは「第3章 消費者教育の今後の取組」でございます。

こちらの章では、ライフステージごとの消費者教育の取組と、関係団体や関連分野の教育との連携など、効果的な消費者教育のための取組について記載しております。

また「特に重点的に取り組む世代・テーマ等」として、枠内に記載しております5つを設定し、その具体的な取組について、3年間を期間とする「東京都消費者教育アクションプログラム」を策定し、毎年協議会の意見を取り入れて、内容の見直しを行いながら実施するとの考え方を示しております。

30ページ～35ページまでは「1 ライフステージごとの具体的な取組」について記載をしております。

まず、30ページの「(1) 幼児期(保護者等を含む)」につきましては、子供の安全を確保するための取組を中心に実施することといたしまして、保護者や周囲の大人を対象として、ヒヤリ・ハット調査結果をもとに作成する「事故防止ガイド」やホームページ等による注意喚起などを行ってまいります。

「(2) 小・中・高校生」につきましては、学校現場では、学習指導要領に基づく消費者教育に取り組んでいくとともに、消費生活部門で作成した教材や外部講師を活用することなどによりまして、効果的に消費者教育を進めてまいります。

また、消費生活総合センターでは、学校現場への支援として、子供たちが巻き込まれや

すい消費者トラブルに関する情報提供や、教員が授業を行う上で役立つ実践的な講座などを実施してまいります。

また、学校現場以外での消費者教育も重要になりますので、関係機関との連携を図りながら、地域や家庭における消費者教育を実施・支援いたします。

32ページの後段は「(3)若者(大学生・新社会人)」についての記述でございますが、若者につきましては、インターネットの取引に伴うトラブルや、SNSをきっかけとして悪質商法の被害に遭うといった被害実態がございますので、そういった実態を踏まえ、若者が多く利用する媒体を活用して、普及啓発を実施してまいります。

また、若者の中には、アルバイト感覚で悪質商法に加担してしまう事例も見受けられますので、被害者にならないという視点とともに、加害者にならないという視点も取り入れて、啓発を実施していきたいと考えております。

33ページは「(4)成人一般」という分類になっております。成人一般につきましては、様々な媒体の活用や消費生活総合センターの講座などを通じまして、一般的な啓発を行うとともに、職場での研修などを通じて広く消費者教育の機会がふえるよう、企業等への働きかけを強化していきたいと考えております。

また、区市町村や消費者団体・事業者団体等と連携しまして、消費者教育の取組を実施してまいります。

34ページの後段の「(5)高齢者」につきましては、身近な地域での取組が中心になると考えられます。

高齢者本人や家族向けに普及啓発等を行うとともに、高齢者が多く集まる場所に出向きまして、高齢者が巻き込まれやすい消費者トラブルや対処方法などについて知ってもらう機会を設けるなどの取組を実施したいと考えております。

また、介護事業者や民生児童委員など高齢者を見守る立場の方に向けた取組を実施してまいります。

36ページからは「2 効果的な消費者教育の展開に向けた取組」というタイトルにしております。

まず「(1)区市町村への支援」につきましては、地域における消費者教育の推進には、区市町村が大きな役割を果たすことが期待されます。現在も地域の特性に沿った様々な取組を実施しておられますけれども、都は、都内全域における消費者教育のさらなる充実のため、人材育成や情報提供などを通じて区市町村を支援していきたいと考えております。

37ページは「(2)消費者団体・事業者団体等との連携」についてで、消費者教育を体系的・効果的に推進していくためには、様々な主体と連携していくことが重要でございます。特に、消費者団体や事業者団体の中には消費者教育に実績のある団体も多くありますので、そういった団体のお取組を広く紹介することなどによりまして効果的な消費者教育を推進していきたいと考えております。

その下の「(3)消費者教育の担い手の育成」につきましては、地域や職場における消

消費者教育を推進していくためには、消費者教育を担う人材の育成が必要になりますので、消費生活行政を担う職員、これは相談員も当然含みますが、そういった職員の育成や、地域や職場で中心的な役割を果たす人材の育成を行ってまいります。

最後の「(4)情報の収集・提供、調査研究等」につきましては、消費者教育推進法では、地方公共団体に対し、消費者教育の先進的な取組に関する情報の収集・提供、また消費者教育の内容や方法に関する調査研究に努めることを定めておりますので、都においても取り組んでいきたいと考えております。

続きまして、資料4のアクションプログラム(案)をごらんいただけますでしょうか。

表紙をおめくりいただきますと、上のほうの記載は推進計画(案)に書いた記載と重なっておりますけれども、プログラムの趣旨と「特に重点的に取り組む世代・テーマ等」として枠内の5つを挙げております。

2ページ以降は、本日の資料では項目しか記載しておりません。大変申しわけないのですが、本日の御議論も踏まえまして、それぞれの取組の具体的な内容を の項目の下に書き込んでいきたいと考えております。今日は口頭で恐縮なのですが、各取組のエッセンスの部分だけ簡単に御説明させていただきます。

まず「1 若者向けの消費者教育」につきましては「若者向け悪質商法被害防止キャンペーン」といたしまして、毎年、印刷物や交通広告や映像などを活用して啓発を実施しております。今後、より効果的な啓発ができるように、媒体や方法を工夫しながらキャンペーンを展開していきたいと考えております。

「出前講座等を活用した若者向け消費者教育の実施」といたしましては、大学や企業などとも連携をしながら、若者が集まる機会にこちらから出向いて行って消費者教育の実施をしていただくという機会を働きかけるなど、取り組んでいきたいと考えております。

「新入社員向け消費者読本の作成・提供」といたしましては、社会人となった若者の生活に役立つ実践的な知識をまとめた冊子を作成いたしまして、企業等で活用していただけるように提供していきたいと考えております。

「スマートフォン用アプリケーションの活用」につきましては、ことし3月末に提供を開始いたしましたゲームアプリの利用状況なども分析しながら、若者への情報発信手段としてより活用を図っていきたいと考えております。

次に「2 高齢者や高齢者を見守る立場の人への消費者教育」でございますが「高齢者悪質商法被害防止キャンペーン」につきましては、印刷物、交通広告等による啓発のほか、高齢者の方にいつも携帯して目にとめていただけるような啓発グッズなどもつくることによりまして、効果的な啓発を行っていきたいと考えております。

「介護事業者向けの出前講座」といたしましては、介護事業者や民生児童委員など高齢者を見守る立場の方を対象に、高齢者が被害に遭いやすい消費者トラブルの特徴や被害発見のポイントなどに関する講座を実施してまいります。

「高齢者が集まる機会を利用した出前講座・出前寄席」といたしましては、地域の中で

高齢者が集まる機会にこちらから出向いて行って消費者教育の実施をしていただくように働きかけを行っていきたいと考えております。

「高齢者被害防止寸劇の実施」といたしましては、その上での出前講座ですとか出前寄席といった形式のほかに、高齢者を狙う悪質業者の手口などを寸劇形式で実演することで、分かりやすく理解していただけるかと考えておりますので、そういった啓発についても実施をしていきたいと考えております。

「3 子供の安全に関する消費者教育」でございますが、上の「子供の事故防止に向けた情報発信・普及啓発」といたしまして、こちらは消費生活基本計画の中でも重点施策としているものでございまして、商品やサービスに関する危害や危険について、お子さんや家族連れが集まる場などで日常生活の中の危険をビジュアル的に分かりやすくお伝えすることで啓発をしていきたいと思っております。

その下の「幼児等を対象とした事故防止ガイドの活用等」といたしましては、ヒヤリ・ハット調査をもとに作成いたしました事故防止ガイドの活用とともに、必要に応じまして新たな調査なども行いながら、ホームページ等で注意喚起・啓発を実施していきたいと考えております。

「4 区市町村の消費者教育への支援」につきましては、まず「区市町村の消費者教育推進の支援」として、消費者教育を担う区市町村の職員の方、相談員も含めてですが、そうした人材の育成や、また、区市町村が実施される消費者教育の様々な取組につきまして、都のノウハウを生かして情報提供をするなどの支援をしてまいりたいと考えております。

その下の「消費者教育モデル事業」といたしましては、区市町村が地域の特性を生かして実施する先駆的な取組などをモデル事業として選定させていただきまして、事業の実施への支援を行うとともに、その成果を広く普及することで区市町村全体の消費者教育の水準の向上につなげていきたいと考えております。

3ページの「5 多様な主体との連携による消費者教育」につきましては、まず「企業向け出前講座」については、企業等における消費者教育を促進するため、先ほど部長も挨拶の中で申し上げましたけれども、25年度～27年度までの3年間ににつきましては、初回のみですけれども、お試しということで、消費者教育を実施していただけるように無料で講師を派遣する取組を実施してまいります。

最後の「経営者向け啓発の実施」としましては、企業等における消費者教育の推進のためには、経営者の方にその意義を理解していただくことが大変重要と考えておりますので、経営者の方が集まる場などを活用させていただいて啓発を行っていくなどの取組を実施していきたいと考えております。

長くなりましたが、以上でございます。

越山部会長 どうもありがとうございます。

それでは、この2つの資料をベースにして御審議いただきたいと思っております。

まず進め方ですが、最初に資料3の推進計画(案)、その次に資料4のアクションプロ

グラム（案）についての御審議、御検討、御意見をいただければと思っておりますが、時間が非常に限られておりますので、本日は一通り全般的に御審議、御意見をいただきたいと思っております。効率的に議論を進めるために、あらかじめ時間配分をさせていただきたいと思っております。

最初に、資料3の推進計画（案）ですが、ここも一気に進めてしまうと結構箇所が前後してしまう可能性がありますので「第1章 計画の基本的考え方」と「第2章 消費者教育の現状に対する基本認識」の部分に20分をいただきたく思います。その後の「第3章 消費者教育の今後の取組」に少し時間を多目にとらせていただければと思っております。そこは40分ほどいただければと思います。最後に、資料4のアクションプログラム（案）に対して20分ほどのお時間を充てたいと思っております。

また、時間内で言い足りなかった御意見等がございましたら、会議の終了後にメール等で事務局に御意見をいただきたいという計画になっております。これは、この協議会の開催が今回を含め2回で、ざっと一気にプログラムまでつくりたいというスケジュールになっておりますので、大変お忙しい中、恐縮なのですが、言い足りなかったこと、また追加で御発言等がございましたら、事務局宛てにメール等で御連絡いただければ幸いに思います。

それでは、中身の審議に入りたいと思います。

最初に、資料3の推進計画（案）の第1章、最初の2ページですね。それから、その後の第2章、消費者教育の現状という箇所です。別途グリーンの表紙の、ことしの5月にできたばかりだと思うのですが「消費者教育に関する実施状況調査」も用意されております。これは読んでみると非常に時間がかかりますので、先ほど簡潔に要点をまとめて入れていただいておりますので、もし御不明な点等がございましたら、それも含めて御質問等をお受けできればと思っております。

それでは、最初に第1章と第2章のあたりについて、御意見等がございましたら、お願いいたします。

谷原専門員 先ほど御紹介をいただきました、東京都金融広報委員会の谷原と申します。

多分、私どもの東京都金融広報委員会というものも余り御承知されていない方も多いのではないかと思いますので、ごく簡単に御説明をしておきます。

東京都さん、区市町村等の方々と連携して、いろいろと幅広く活動しております。金融広報アドバイザーという教員であったり、FPの資格を持った者をいろいろな形で講演会に派遣をしたり、学校での教育の支援であったり、学習フェスタであったり、金融経済講演会、あとはよく各区で行われる消費生活展などにも出張したりしております。

それと、先ほど東京都の事務局が説明された資料でカラーのA3のライフステージ別消費者教育取組状況図がありましたけれども、その中に出てきておりました資料「お金ってなあに?」、「契約って何だろう?」の作成にも金融広報委員会として御支援、関与をさせていただいたりしております。そういう立場から本日、ご意見させていただきます。

私どもは、国の基本方針にも書いてありますが、金融経済教育、金融教育の意義・目的は、金融リテラシー、つまり金融に関する知識・判断力ということになります。この金融リテラシーの向上を通じて、国民、東京都で言えば都民一人一人が、自立をして、よりよい暮らしを送っていくことを可能にすること。それとともに、健全で質の高い金融商品の提供の促進や、家計金融資産の有効活用を通じて、公正で持続可能な社会の実現に貢献をしていくことにありと考えております。

生活スキル、技能としての金融リテラシーを身につけることが金融経済教育の目的の一つであります。その際に、金融や経済についての知識のみならず、家計管理や将来の資金を確保するために、長期的な生活設計を行う習慣や能力を身につけること、保険商品、ローン商品、資産形成商品といった金融商品の適切な利用選択に必要な知識・行動についての着眼点などの習得、事前にアドバイスを求められる外部の知見を求めることの必要性を理解しておくことが重要であろうと思っております。

金融リテラシーというものは、自立した消費生活を営む上で不可欠なものだと思っております。これは消費者教育の重要な要素であることから、金融経済教育の内容を消費者教育に明示的に盛り込むとともに、金融経済教育と連携した消費者教育を推進することが重要であると思っております。

今、申し上げましたとおり、消費者教育と金融経済教育とは非常に密接な関係にあります。この点は消費者教育推進会議の場でも共有されておまして、今、申し上げた内容は、本日の資料として配られてある「消費者教育の推進に関する基本的な方針（原案）」の「II 消費者教育の推進の基本的な方向」に記載されております。

また、その基本方針（原案）では、「（１）消費者教育が育むべき力」ということで、分類が15ページに4つ示されています。その中の「生活の管理と契約に関する領域」がございます。これは主にトラブルに遭遇する際に、権利等の理解や気付きから不測の事態に巻き込まれないための力になります。

一方、アでは、トラブル遭遇の前に、幼稚園、小学校、中学校、高校において、「適切な情報収集と選択による、将来を見通した意思決定に基づき、自らの生活の管理と健全な家計運営をすることができる力」を育むべきとしています。要は、子供の頃に、自立した消費者になっていくための基礎的な金銭感覚、金融知識を養うことが、消費者教育の中で非常に重要な一つの領域と位置づけられているということだと思います。

そうしたことがございますので、国における消費者教育の推進に関する基本的な方針を踏まえて頂き、皆様には、いま一度、第1章、第2章について御議論を進めていただきたいと思っております。

また、今、申し上げた点は、特に第3章の今後の取組で、追加的にコメントも差し上げたいと思います。

以上でございます。

越山部会長 どうもありがとうございました。

今のお話をお伺いしている範囲内、並びに資料3と資料4もそうですけれども、小学校、中学校の段階から契約またはお金の問題についてとりあげようというのは、非常に重要な位置づけをしていますし、その部分を押し進めようという意識は非常によく見えると思っております。ぜひいろいろな形で御支援賜ればありがたく思います。

それから、今の御趣旨のことは十分反映された構成になっていると思っておりますけれども、何か補足とかはございますか。

谷原専門員 今、第1章、第2章は、詳しい調査を利用して整理されていると思っております。まさに、そうした整理も踏まえ、ぜひ今後の取組につなげていくようお話をさせていただきたいと思っております。

越山部会長 どうもありがとうございました。

ということで、まだお時間がありますので、ほかに御意見等を賜ればと思います。ほかに何かございますでしょうか。

どうぞ。

河村委員 主婦連合会の河村です。

1章、2章なのですけれども、2回しかないということなので、余りそもそも論を言っても仕方がないと思うのですが、基本的に1章といってもほとんど2ページぐらいで終わってしまいますし、国のほうの基本的方針の原案にありますような理念的なことは非常に短く、省略されている感じがします。

2章は、学校の調査の部分はとてもいい調査だと思いますが、全体でこの部分のボリュームがもっとも大きいです。印象としてはいきなり細切れといいますか、ライフステージ、小学校、中学校、高校、大学となっていて、何を狙っているかではなくて、ライフステージごととか、学校ごととか、そういう分け方で現状が来て、3章に行ってはいけないと思うのですけれども、その後も非常に細切れな一つ一つの、悪質商法だったり、計量だったり、いろいろなものがあるのですが、このステージではこれをやっています、やっていきますということに終始している印象があります。

私が申し上げたいのは、例えば国の計画のほうの原案では、取組の方向が「消費者市民社会の構築に関する領域」だったり「商品等(サービスを含む)の安全に関する領域」「生活の管理と契約に関する領域」とか「情報とメディアに関する領域」とかになっていて、その切り口と、一方で年齢の切り口とかがあると思うのですが、何を狙っているのかがもう少しこれを読んだ人に分かる必要があると思います。

非常に細かく分かれた取組を、より一層やっていきましょうということは分かるのですが、せっかく消費者市民社会という言葉が入った法律に基づいてやるのであれば、そこにもう少し東京都としてもきちんと目指すべき方向みたいなものを入れて理念的なところに割かないと、2章は非常に具体的な現状分析に頁がさかれていて、多分、3章になってもますます細くなるだけなのかなと思うのです。

これは意見がまとまっていないように感じられるかもしれませんが、私の意見は、自立

の支援ということと被害がなくなる現状ということが挙げられますと、結局、被害に遭わないような教育をして、消費者みずからの力によって被害を減らしましょうということなのかと思うのですが、それは違うだろうと思っているのです。ほとんど犯罪に近い被害は、もちろん消費者が防げたほうがいいに決まっていますが、それはそもそも事業者がやってはいけないことなので、それは取り締まるべき分野なのです。

もちろん消費者も防がなければいけません、社会的コストと取り締まる手間を減らすために自立して被害をなくすわけではないのです。悪質商法がはびこるような社会になってしまっているので防がなければいけません、それですと、例えば自立の支援をして、悪い事業者がいっぱい世の中にもだまされない社会をつくるために消費者教育をするというのでは、単に行政のコストをおさえるために消費者団体や消費者の力でお手伝いしましょうというだけのことになってしまうのです。

そうではなくて、消費者市民社会を目指すということは、悪質事業者のことは一旦わきに置いておくとして、世の中がもっとよりよい社会になっていくように、持続可能性とか、環境とか、様々な弱者への視点とか、世界規模での倫理感であったりとか、多様な意見の人がいるのだから話し合いで一つ一つ解決していく能力をつけましょうとか、市民教育とか、いろいろあると思うのですが、そこに持っていかないと、今のままだとほとんど、自立してだまされないようになって、消費生活センターへの相談が減るといいですねみたいな話になってしまいそうなので、もう少し、そもそも何のためにやるのかということとかが第1章あたりにあるといいと思います。

2章はほとんどアンケートのことに割かれています。今のつくり方は、2章になると小・中・高等学校と分かれていくので、1章で何かを書くしかないかなと思います。、そこに目指すべきもの、またそれに役立つ、国の方針の原案で言えば取組の方向みたいなところに書かれているようなことを書いたら、何のための計画か、何を目標そうとしているのかが分かるのではないかと思います。

越山部会長 非常にそうだなと思う御発言だと思います。

この推進計画案は、消費者教育推進法や、都の消費生活基本計画、及びこの前、国が作成中の基本的な方針等をベースにして、それらが根底にあることを前提としておつくりになられています。しかし、これだけ見るとその精神がよく見えないのかもしれない。これだけ見て、十分消費者市民生活のことや、東京都が考える消費者教育の姿みたいなものなどが、分かりやすいよう書かれているとよりいいのではという御発言かなと思います。

これはすぐに該当する部分をつくれるかどうか、または国とダブってまた同じようなものを入れたほうがいいのかどうかという部分もあろうかと思いますので、ここで結論を出さないで、事務局さんのほうで御検討をしておいていただくということでもよろしいでしょうか。

企画調整課長 はい。

越山部会長 あとは何かございますでしょうか。

実はこの第2章は、途中までは調査レポートのまとめをそのまま踏襲していて、非常に参考になるのですが、私が気になっているのは、横長の表とその後ろについている取組の部分なのです。

取組内容は、東京都は既に細かくやられている部分があるので、これをいかに有効に使うかという視点が感じられ、どんどん進めればよいと思います。ただ、この横長の表をもう少し議論してもいいのかなとは思っておったのですが、ちょっと時間がなさそうなので、とりあえず一回、ここで第1章と第2章の部分は切って先に行かせていただけないかなと思いますけれども、よろしいでしょうか。

もし、この次の第3章の議論の中で、また第1章、第2章に戻っての議論があってもいいかなと思いますので、ここで今日のメインであります「第3章 消費者教育の今後の取組」の箇所についての御意見等を賜ればと思います。よろしくお願いたします。

ちょっと私のほうからで大変申しわけないのですが、第3章の一番最初にアクションプログラムの期間は3年間と書いてあるのですが、多分、親委員会のほうでちゃんとコンセンサスといいですか、構成は決まっているのだと思うのですが、このプログラムが5年間ある中でアクションプログラムが3年間というのは何か意味があるのでしょうか。もしあれば教えていただければと思います。

企画調整課長 3年とすることについて総会でコンセンサスを得るところまでは説明しておりません。今のところ、こういう感じで考えていますという程度の御説明しかまだしておりませんので、これで固まったわけではありません。

3年間の考え方なのですが、ある1つの取組も、成果を挙げるのに1年だけだとなかなか難しいものが多いかと考えております。例えばアクションプログラムの期間が1年間だけだと短期的な視点になってしまうのかなということで、かといって5年ですと少し長過ぎるということで、分かりにくいと思われる方もいらっしゃるかと思うのですが、中期的な視点も入れて取組を進めていくということで3年としています。毎年度、成果も踏まえながら見直しをしていくという考え方で、3年間という期間を案として設定させていただいたところです。

越山部会長 今後5年間の計画ですが、それを3年間でおしまいにするというのもおかしいし、1年間で全部できてしまえばあとの4年間はどうかと、いろいろあるのかなと思うのですが、そういうことですね。どうもありがとうございます。

あと、何かございますでしょうか。

河村委員 先ほど申し上げた意見は、取り入れにくいものだったかもしれませんが、具体的な提案を申し上げます。

先ほど申し上げたような理念的なことを具体的にどう盛り込むかということなのですが、1章の中に理念を書くというのもひとつの方法ですが、具体的な取組は、先ほどのA3の表みたいに、すごく細くなってしまうものなのだと思います。

必ずしも全部に盛り込まなくてもいいのですが、そもそも、この計画はどんなものを目

指してやっているかという枕言葉になるようなことを、子供への教育、若者への教育、金融教育でも安全教育でも、消費者市民社会という言葉を使うか使わないかは別として、どういう市民、どういう消費者として生きるのか、その人が毎日過ごしている消費生活が、社会にとってもよりよいものであることを目指すわけですね。

社会にとって悪影響のあるような消費活動ではなくて、いい影響のある日常生活をすることで、自分も幸せになるし、社会にも貢献するのだと。CSRでいうと、存在することで世の中のためになる企業でなくてはいけなくて、幾らもうかっても、その企業が存在することで世の中が悪影響を受けるような企業はだめなわけです。そういう考え方です。

だから、そういう目指すべき理念が表現されていたほうが、現実的にだまされないようにしようという教育をするときでも、子供たちはこれから大人になって、社会に出て、夢があるわけなのです。社会に出ると悪い人ばかりいますという教育ではなくて、いいイメージを持って社会人になれるような、そういう消費者教育を考えたらどうかということ。

そういう教材なり文章なり、いろいろな媒体も駆使して、そういうものを用意しておけば、全ての場で使わなくてもいいけれども、何か講座をするときでも枕にこういうことを伝える試みをしたらと思います。そうすれば、こういう法律ができて、国がこういう社会を目指している、それで東京都ではこういうことをやっているということの意味が生きていくのではないかと。私は特に子供たちにとって、効果的なのではないかと考えています。

企画調整課長 例えばいろいろな取組を東京都が行う場合に、根底にそういう考え方を常に置いてやるという考え方もありますが、むしろ具体的な教材を作るとかそういったイメージでしょうか。

河村委員 たえば1時間やるうちの最初の15分ぐらいに使えるようなもの。そんなにたくさんあったら飽きてしまいますから、それを持っておけば、私が先ほど言いたかったようなことが具体的な場面に落とし込めるのではないかとということです。

また実現可能性の低いことを言っているかもしれません。

越山部会長 もともと、消費者市民社会というのは非常にすばらしいスローガンなのですけれども、それを子供への消費者教育や、高齢者向けに具体的な消費者教育を行う中で、消費者市民生活を意識してもらうのは、意義はあるとは思いますが、難しそうですね。

お願いします。

谷原専門員 話を切って済みません。

先ほど河村委員がおっしゃったことは、私どもも非常に納得、共感するところです。消費者が賢く、消費者が自立していくには、小さな頃から、金銭感覚であったり、あるいは共生というか、皆さんとよくよく協力し合いながら行動することであったりということをしっかり学んでいくことが重要で、それによって自立した大人になっていくものと思います。

ですので、小さな子供の頃からの教育あるいは環境というのは非常に大事なことだと思

っています。そこがベースになって、高校では3年生の時に巣立ち教室という形で、社会に出ていくに当たって、どんなトラブルがあるのだろう、あるいは金利のことであったり、クレジットカードのことであったり、いろいろなことを学んでもらう機会をつくったりしています。

また、幼稚園から大事な時期に入っていると思っており、幼稚園、小学校で本当に金銭感覚をしっかりと教育をしていってあげる、感覚を養っていってあげること、更にはお友達を大切にしたり、物を大切に作る心というのも育てていくことが大事だと思います。それに、先ほど言われた夢を持つこともとても大事なことで、キャリア教育ということで、そういったところもしっかりと育てていってあげることで、消費者一人一人がしっかり自立した存在になっていくのではないのかと思っています。

そうした形で見えていった場合に、これは河村委員以上に難しいことを言うのかも分かりませんが、特に今後の方針のところでは消費者トラブルに非常に着目し過ぎているような嫌いを感ずります。先ほど国の方針で記載された基本的な理念、思想、バランスというものをうまくとりながら、今後の取組というところに整理をしていただければありがたいと思っています。

私どもの委員会も、いろいろと東京都さん、あるいは先ほど言った区等ともいろいろな取組実績がございますので、そういったものも踏まえながら書いていただきたいと思います。また、新たなこともやっていきたいということでしたら、私どももできる限りの検討をしていきたいと思っています。大切な基本計画であるだけに、国の方針なども踏まえたバランスのよい形で整理をいただきたいと思います。

消費生活部長 今、いろいろお話しいただいた部分なのですが、3章のところではライフステージごとに、幼児期でどういうところに力を入れていくとか、小・中学校でこういったところという記述が、今、事務局のほうで短期間につくっているものですので、こういったところに、例えば河村委員がおっしゃったような、その年代に東京都が何に力を入れるか。例えば小・中のところでは、今、お話しのとおり、金融経済を通じて学ぶ機会を持つところに力を入れていく点とかを強調するのは一つのやり方かと。

消費者市民社会の関係で、学校の先生向けに教育ガイドを消費者教育支援センターが出していますが、この根っこのあるのはクリティカル・シンキングが必要だといっているかと思っています。ですから、多数の意見に迎合していじめをするとか、そういうのも学校現場では同じような状況として、ある校長先生からお聞きした話としては、学校教育の中で、消費者教育だけではなく、基本的な考え方を教えていく中で、常にクリティカル・シンキングみたいなものを持たせるということ、今、いろいろな場面を使ってトライしている学校があると聞いているので、それが消費者の中で行われていくことは大切なのかと。

そういった記述は残念ながら私どもでは書き込んでいないのですが、そういったことを例えば小・中・高という中でやっていけば、大学生のマルチの蔓延も防げる可能性だって

あるだろうと思うので、そういったところを少し膨らますのであれば、それぞれのライフステージごとの考え方のところに御意見をいただいたあたりを工夫して盛り込んでみたらどうかなどは思っております。

国の指針が出れば、基本はその部分の考え方が、東京都独自のものは出せないかと思うので、ただ、割と万遍なく出してしまうと、どこが消費者教育の重要性なのかが見えなくなってしまうのかなということで、ライフステージのところに原案では重点を置いたのですが、その考え方のところは確かに議論が余りされていないところかと思っておりますので、そのあたりで御意見をいただくと助かるかなと、今、私のほうとしてお話を聞いていて思ったところです。

越山部会長 どうぞ。

河村委員 私がもっと具体的に考えていることは、多分、消費者教育の推進法にしても、国が原案をつくって基本的な方針を出しても、消費者教育の現場というのは、きっとこれからかなりばらばらなままなのだろうと思うのです。

今、理念なども入れるべしと私は意見しているわけですが、ここに書くと理念が実際に浸透すると思っているわけではなくて、そんなにあっという間にはできないと思っています。それならば、例えばそういうことを検討する場をつくるとか、消費者団体とか、研究している方とか、分かりやすい啓発といいますか、その理念を子供たちに分かってもらうにはどういう言葉を使えばいいのか、消費者市民社会の、言葉というより中身が分かりやすいのか。今、ここで理念が分かるようにすべしと言ったところで、その理念はきちんと共有もされていなければつくられてもいけないわけなので、そういう、そもそものところを検討する場はつくれないのか。

国の方針から離れるという意味ではなくて、もともと国の方針だってそれをどう国民に浸透していくかという具体的なところはあまりないわけで、そういう検討の場を具体的につくって、一番もとなる理念をどうしたら子供たちや若い人を中心に理解してもらえるかということ、消費者教育の計画の一環として、研究と言うとおかしいですが、そういう場がつけられて、例えば1年なり2年なり検討したら、そういう考え方がこなれてくることだってあると思うのです。

委員がこう言ったからと、ここに理念を数行書いても、多分世の中そんなに変わらないと思うので、むしろもう少し時間をかけてそこをやっていけば、せっかくできた法律の心が少しずつ生きていくのではないか。今のままだと細切れの、被害に遭わない教育、危険に遭わない教育ということが今までよりちょっと熱心にやられたかなぐらいになってしまおうと思います。そういうことを研究したり検討する場があって、そこを消費者教育に入れ込んでいくための準備をすることも同時にやってもいいのではないかなと思っています。

越山部会長 お願いいたします。

洞澤委員 私も、河村委員の御意見はなるほどというか、そのとおりだなと思うところがあります。

私は弁護士ですので、消費者トラブルの現場にいることが多いわけなのですが、消費者トラブルの類型といってもいろいろな類型があるわけで、その類型ごとに被害の特徴であるとか、問題の内容とかが違うわけなのです。

そういったスポット的な問題点みたいなものを教育していくことももちろん大事なのですが、それはスポット的な知識であって、体系的に何か得られていくものでもなくて、何でそういった知識も得ていかなければならないのだろうという、何か目的みたいな、もうちょっと上位概念みたいなものがきちんと根づいていかないと、消費者トラブルに遭わないということも含めて、自立した消費者というのが形成できていかないのかなという思いもありますので、何か一本、筋の通った目標みたいなものはあったほうがいいのかなという気がしています。

あと、理念とかの話とは違うかもしれないのですが、せっかく第2章で詳細な現状分析がなされていると思うのですが、それが必ずしも第3章の内容にうまくリンクされているかどうかという、第3章と第2章との関連づけみたいなものが見えてこない部分もあるかなという気がするのです。

1つには、ライフステージごとにとということが、リンクはされているのでしょうけれども、ただ、現状認識を見ていると、結構ライフステージごとに分けていても、実はそれぞれの世代が必要としている内容で共通しているものとかもあったりすると思うのです。例えば得たい知識みたいなところでは、どの世代もスマートフォンとか、携帯電話とか、そういったもののトラブルについて、いろいろ検討したいみたいなことが、別に小学生に限らず、社会人に限らず、それが結構一番になっているようなところもあって、そういったところは結局、ライフステージごとにとかということではなくて、今、各世代で一番問題になっている最も重要な部分なのではないかと思うのです。だから、そういったところを取組の課題に、ライフステージごとにとかということではなくて、取組の課題として意識することが必要なのかなと感じました。

それから、現状認識のところ、どういった講師というか、指導者を選んだらいいか分からないみたいなことが意見として結構多かったように思うので、そういったことについて、確かに分からないという、お困りのこととかもあるでしょうから、そういったところも積極的に適切な講師が派遣できるように、都のほうから情報提供ができるようなことが何かあってもいいのかな。

余りにも細かい話で恐縮なのですが、そういう印象を持ちました。

以上です。

越山部会長 ありがとうございます。

ほかに何かございますでしょうか。

今のお話をお伺いして気になっていたのですが、中学生、高校生、それから、社会人たちも携帯電話とかスマートフォンによるトラブルの問題を筆頭に挙げている点です。10年ぐらい前の消費者教育の現場では欠陥商品だとか、非常に高度化した技術の中で、消費

者がもっといろいろな知識を学習する場があったらとの論点であったような気がしますが、これで見るとインターネット上のトラブルの問題を共有して一番重視している点がわかったことが興味深いですね。

つまり、教育現場の人たち等が求めているものと提供できるもの、それから、私たちはどういうものを本来提供していくべきなのかなどが浮き彫りになってきて、非常に参考になります。そんな印象を持ちました。

お願いします。

吉野専門員 民生委員という立場でライフステージ云々のお話をすると、これは全部当てはまってしまうのです。ゆりかごから墓場までと民生委員がよく言われるように、生まれたときから子供の面倒を見て、高齢者の面倒を見る。確かに、このライフステージごとのくくりは大変細かくていいのですけれども、民生委員という立場ですと、こういう広範囲になりますと、なかなか問題として対応が薄れてしまうのではないかと。

今の子供などのことも、今、子供は財布を持っていないですね。小銭は大体持っていない。この間、親子の話を聞いてみたら、カードを子供に渡しています。子供はそのカードによって買い物をしている。小学生からカードで生活をしている。お金の使い方というのは、昔は親からお金をもらって、100円、200円の範囲内でどうやって買い物をしているかというのは子供のころに分かっているのですが、今は親がみんな入れてしまいますから、カードの中にお金が幾ら入っているかということも実際に分からない子供が多いのです。

ですから、カードというものが今、子供たちにどのくらい浸透して、子供がカードの使い方を本当に知っているのかということをしかりと教育しないと、ただ親がこれを持っていきなさい、これを持っていけば電車に乗れるし、飲料でも何でも使えるよと言えば、子供はそれを一つのお金と思わないで使いますから、基本的に使い方が分からないということがやはり大切な教育かなと思います。

それに、今、高齢社会の中で家族構成が変わってしまっていますので、どうしてもおじいちゃん、おばあちゃんと娘夫婦、息子夫婦は分かれて生活している中で、今、特殊詐欺、振り込み詐欺というのが大変多く発生しているわけです。家族構成というものがなされていなければ、昔みたいな家族構成であれば特殊詐欺という、今、大変はやっている詐欺は半分以上なくなっていると思うのです。

今、親子関係が薄れていますので、そういうことを教育しろと言っても無理なのですが、ある程度、家庭の構造が変わってきているから、それをどう教育して親子間をうまく取り繕えるようにするか。いろいろとコミュニケーションを図ったりしていると思うのですけれども、生活、家族構成の問題等がある程度絞っていただいたほうが、民生委員というか、全体の流れの中ではやりやすいのかな。もう少しくくりを小さくしてもらったほうがいいのかなというのが、今、見た感じなのです。

以上です。

越山部会長 ありがとうございます。

どうぞ。

河村委員 ちょっと理念から離れて、具体的なことを申し上げます。

具体的と言いながら理念的なのかもしれませんが、子供の安全というのが重点テーマになっていて、その中で、かなり細かいことになってしまうのかもしれませんが、例えば私は標準化のことにもかかわっているのですが、部会長はよく御存じかと思いますが、ガイド50という子供の安全のための指針がISOの中にあります。

こういうことが怖いですよとお母さんたちにするのもいいのですが、そのガイド中にこういうことが書いてあるかということ、先日読む機会があったのですが、例えば子供はすごく冒険心とかトライしてみたいという意欲があるので、年齢別にどんなことをしてしまうかというのが書かれていたりするのです。

具体的な事例として啓発するのももちろん一つのやり方ですが、例えば子供というのは穴があいていたら指を入れたいくなるのですとか、逆に小さなものを自分の耳とか鼻の穴に入れてみたくなる、何かがあればたたいてみて音を出してみたくなるとか、投げてみたくなるとか、落としてみたくなるとか、限界を試してみたくなるとか、いろいろな子供の特性が書いてあって、保護者の人たちに対してそういう教育や情報提供の仕方というのも一つの切り口としてはあるかなと思いました。具体的なものだけでやるとなかなか応用がきかないかもしれません。

もう一つは、若者という切り口のところに安全教育がないのですけれども、いわゆる身体的な安全の教育なのですが、ひとり暮らしを初めてする場合に、意外に基本的な危険源みたいなものが分かっていない。特に今、核家族でお母さんも忙しかったりとか、仕事をしていたりすると、本当に生活の中の基本的なことを覚える機会がなかったりする場合もありますので、ただ、事故が起きていても大体その人の責任ということで余りニュースになっていなかったりすることもありますから、若い人向けにそのような教育は有効だと思います。たとえば一酸化炭素の危険もそうです。換気の問題だけでなく、たばこだって火事にならなくても煙がくすぶっているだけで一酸化炭素中毒で死んでしまいますよとか、いろいろあります。部会長は何でも御存じかもしれませんが、換気扇は2つ回すとかえって逆効果になることもあり、有毒なものが全部こちらに流れてしまったりすることもあるのですとか、いろいろな切り口があるのです。若い人にも安全教育は入れてもいいかなと思っています。

あと、もう2つだけ手短かに言います。

提案なので、これも実現可能性があるかどうか分かりませんが、消費者教育の担い手という切り口が書いてありますが、大学生ですとかに、自分たちで中身を作ってもらおうというプログラムは楽しいのではないかなと思っています。大体、啓発パンフレットがあって、誰かが来て、これは危ないよとか、これはどうかと教えられるのはたいがいあまり面白くないものです。例えば寸劇でも何でも、ある程度、意欲のある人たちが、自分

たちが仲間に対して教育するような試みをしてみるのもいいのではないかと思います。例えば様々な相談の現場では、今、ピアサポートといって、年の近い人、若い人が若い人の悩みを聞くという方法がとても効果的だと言われています。例えば性教育のような分野で特に言われています。先生みたいな立場から言われるよりも、同じぐらいの年齢の人と話をするほうがずっと効果があるし、子供たちも心を開くと言われているから、消費者教育も大人が上から何かやるだけではないのではないかと。

人に教えようと思うと、すごく理解しないとできないので、コアになる人材を育てるためにも、人に教えようと思うとよく分かるということで、担い手のコアをつくっていいのではないかと思います。高齢者などでも、高齢者といっても65歳からなのか、70歳か分かりませんが、とてもしっかりしている方もいるわけですから、その方たちが担っていくのも退屈でなくていいのではないかと考えております。

もう一つ、37ページ「消費者問題マスター講座」というのが「2 効果的な消費者教育の展開に向けた取組」の(3)の最後に出てくるのですが、このマスター講座が終わった修了者が活躍できる消費者教育の場を具体的に積極的に設定していくというのですか、その人たちが活躍できる場をつくるのも効率的な方法なのではないかなと思います。

以上です。いろいろ申し上げました。

越山部会長 どうもありがとうございます。

いろいろ御指摘いただいたので、多分、箇条書きというか、それぞれ記録を残しておいていただけるのだと思いますので、非常に今後の検討の参考になるかなと思っております。どうぞ。

消費生活部長 1点だけよろしいでしょうか。ちょっと確認をさせていただければと思います。

今回、5カ年の推進計画をつくるという、5カ年で切っているのは、現状を見た中でなかなか進んでいないところにまずメスを入れていくというか、取っかかりをつくっていくということで、まずはスタートの5カ年計画と事務局では考えているところです。確かに学校教育も、学習指導要領の中で皆さんがおっしゃるような部分を教えるべく盛り込まれているのですが、それが実際は2時間ぐらいとか、そういう状況ですとか、企業もやる必要性がなかなか理解できないという状況、それから、大学もなかなか入学ガイダンスにそういうものを入れる時間がないということなので、何をまず優先的に東京都としてやっていくかというあたりを今回の推進計画の中では打ち出すときに出していただけたいかなと思います。

確かに基本理念を踏まえる必要はあるのかなとは思いますが、そのあたりが5カ年の推進計画という認識でしたので、どこまで広げていくか。広げていくと5カ年の中で、先ほど吉野専門員から言われたとおり、薄まってしまふところもあるものですから、それもまた当然ローリングしていくので、5カ年計画で、当面の5カ年はここにというあたりをぜひ強調できるようなものでまとめていければと思っていますので、皆さんの御意見を踏

まえて入れられるところは入れていきたいと思っています。

基本認識はそういう形でもよしいのか、もしくは国の指針のような全体を見ていかなければいけないかというところが、御意見をいただいて、事務局のほうで引き取らせていただければと思っているところでございます。部会長とも相談して、その辺を決めていきたいと思っております。

多分、吉野専門員がアクションプログラムでどこをやったらいいかとおっしゃっているところは、若者と高齢者にターゲットということで絞らせていただいたのはそういう趣旨なので、その中にうまく民生児童委員の方々に御協力いただける部分はこここのところでぜひというのが私ども事務局の考え方でございます。

越山部会長 スケジュール的には次のテーマに入らなければいけないのですけれども、その前に、この推進計画について間部委員に何か補足といいますか、お伺いできる点がございましたらと思います。

間部委員 私自身はせんだって消費生活基本計画をおまとめいただいて、要はこれに基づいて、まさに何を実行していくのかというのが今回の推進計画の部分だと思っております。したがって、理念とかという話になってくると、また最初からやり直すのかなという印象を持ったところです。

いろいろなお考えはもちろんあるのでしょうけれども、まずは消費者被害を今後どう防いでいくのかというところが、多分、この推進計画の基本的な部分だと思っておりますので、そういう方向で盛り込めることは盛り込んでいただければと思います。

越山部会長 どうもありがとうございます。

まだ御議論・御意見等はあると思いますが、ペンディングにさせていただいている部分も多いのですが、ここで次のテーマの、今の議論を踏まえたアクションプログラム（案）のほうの議論に移らせていただければと思います。

資料4のアクションプログラムの件は、先ほど御紹介いただいたとおり、まだ骨子というか、基本的な構想というか、今、項目として考えられるもの、またはこんなイメージでつくってきたいという御紹介だったかと思いますが、先ほどまでの議論を踏まえて、今、ここでプログラム原案に対していろいろ御意見をいただければと思います。

あとは、本日御意見いただいた結果から、次回にアクションプログラムの草案ができてきます。先ほどからの河村委員等からの御意見をいただいておりますので、できるだけそういう御意見も踏まえたものにしていければいいのかなと思います。ここで、もう一度ここで資料4のアクションプログラム（案）についての御検討に入らせていただければと思います。

それでは、資料4のアクションプログラム（案）について、御意見等がございましたら、お願いいたします。

今までの議論で余り触れられていなかったのですけれども、このアクションプログラムに入ってしまうと、いきなり表紙を開いたところに「特に重点的に取り組む世代・テーマ

等」として5つありますが、これは先ほどの資料3で既にこの5つの重点テーマが確定してしまっていることを前提としてつくろうとしているスタイルになっておるのですけれども、この5点にそもそも絞っていいのか。また、書きぶりについても御意見等を賜ればと思います。

どうぞ。

河村委員 ここに意見を言っていていいと余り考えていなかったのがあれだったのですが、世代とテーマ等となっているからなのかもしれませんけれども、1～5までの中身が、多様な主体との連携というのはどれにも関係してくるかなという感じもします。

この5つのテーマのピックアップの仕方とか内容が、最初の3つはターゲットのこと、相手のことが書いてあるのですね。4番目は、支援は区市町村に対してということで、何となく私の中では、言われていることはすごく分かるのですが、5つが余りすっきり図として描けないのです。もし重点何とかというのであれば、1～3だとすごく分かりやすいのですけれども、その方法として市町村への支援とか、多様な主体との連携というのがあるのかなとは思いますが、そこが今まで不足しているということで具体的に入れるということであれば分からないことはないです。

それと、今、中身が余りできていないということだったのですけれども、多様な主体との連携に関して言えば、推進計画(案)にも連携という言葉がすごくいっぱい出てくるのですが、一言で連携といっても、かなり具体的にどういう方法で連携するのかということを考えて書き込んでいくべきなのではないかなと思います。ここには「企業向け出前講座」と「経営者向け啓発の実施」と書いてありますが、多様な主体というのは今までやっていなかったようなところという意味で企業と経営者向けと書かれているのでしょうか。それとも、消費者団体との連携とかですか。

企画調整課長 こちらの基本計画の32ページの2つ目の のところで、多様な主体との連携ということで例示してあるような団体が広く含まれております。アクションプログラムのほうで企業関係ばかり書いていますが。

河村委員がおっしゃられたように、消費者団体さんとは今までも結構いろいろな取組を連携させていただいているのですけれども、まだ余り手がついていない部分としては、事業者さんとか民間ADR機関とかもそうなのですが、そういった別の団体がありますので、今の段階では、こちらのアクションプログラムには今後やっていくという観点で2つだけを書かせていただいている状況でございます。

消費生活部長 ちょっと補足しますと、例えば具体的には大学生向けにやるところは大学と連携をとっていくとか、そういうものも含めて、もう少しここを膨らませていく必要があるかと。若者という切り口でも作ってあるので、確かに重なる部分はあるのですが、今、連携の仕組みがない中で、その仕組みづくりがアクションプログラムとして重要ではないかということで、消費生活総合センターのほうにもこの4月から連携担当というものをつくったのはそういう狙いもあったのです。

書き方は、どうすみ分けするかはあるのですが、そういったところですか、先ほど河村委員からもお話があった人材育成の部分も、民間のいろいろな消費者団体や消費者団体以外も含めて、もう少し地域でそういう講座をやっていただくところに参加していただく方をふやしていくことも、こういう連携の仕組みをつくっていく中で必要かなと考えているところです。

河村委員 先ほど私が感じた疑問が大体分かってきました。多様な主体というのを3年間のアクションプログラムに書いてしまうと、掲げていることは正しいのですが、何だかポイントに欠ける感じがするのです。もしおっしゃっているとおりであるならば、書き方は分かりませんけれども、新たに今まで連携していなかったところと連携することを重点にするとか、多様な主体と言ってしまったらそのとおりなのですが、3年間であれもこれもというのは余りアクション的でもポイント的でもないと思うのです。

もし3年間の目標が重点的に限定されているのだったら、特に力を入れたいところが分かるような、今までやっていなかった、計画のところという「新たに」と書いてあるようなところですね。そうすると分かりやすいかなとは思いますが。多様な主体と連携することはもとよりなので、この計画の中にもいっぱい出てきますので、アクションプログラムの中にはもう少し、その5というのも理想的な言葉だけではなくて、少し絞られていてもいいのかなとは感じました。

越山部会長 あと、何かございますでしょうか。

どうぞ。

谷原専門員 殆ど内容的な記載がないことから、アクションプログラムについてコメントを差し上げる予定はなかったのですが、金融教育の関係団体として一言申し上げます。まず、先ほど部長から、1つの学校でいけば、消費者教育の授業時間は1～2時間だということが紹介されましたが、その1～2時間でも大事であったり、また、東京都の中でも区であったり教育委員会さんではいろいろと頑張っているし、それを拡充しようとしているとも思います。私どもも、きちんと取組ながら、また前向きに検討もしていきたいと思っております。

具体的には、「1 若者向けの消費者教育」にそうした消費者教育、金融経済教育について、お書きいただいたうえで消費者トラブルの防止につながる重要な基礎づくりとして織り込んでいただければよろしいかと思えます。

以上です。

企画調整課長 アクションプログラムもそうかもしれないのですが、全体的な考え方として推進計画のほうで明示していくようなイメージでしょうか。多分、ターゲットは若者だけではないと思いますので。特にお子さんの問題についても先ほどおっしゃっていましたね。

谷原専門員 このアクションプログラムだけでなく、そもそも推進計画というところでもお書きいただくことを前提に、今、お話をしたつもりであります。

先ほど部長もおっしゃられた5年と、3年間のアクションプログラムのつながりについて、短期間だからターゲットを絞るのだということであれば、それが分かりやすい形にお書きいただくことが、読み手にとって理解が進むということだと思いました。

また、繰り返しになりますが、国で考えられている基本方針にのっとった形で、金融経済であったり、食育もあるでしょうし、環境もあるでしょうし、そういったところについての基本的な理解についてしっかりと書きいただくことが私どもとしては適当だと思っています。

越山部会長 このアクションプログラムは、今は箇条書きですけれども、例えば「1 若者向けの消費者教育」の後、すぐに具体的な方策というか、対策案も書いてありますが、実際にはいきなりぼんと書くのではなくて、若者向けの消費者教育というのはこういうことを目標とした、例えば大きく分けてこういうジャンルの教育をやっていききたいと考えていますとか、少し解説みたいなものが入るのでしょうか。

企画調整課長 はい。特に、この3年間で重点的にこういうことをやっていききたいというのは書いていききたいと思っております。

越山部会長 どうぞ。

河村委員 「特に重点的に取り組む世代・テーマ等」にもし御意見を入れるのであれば、今日の会議ですべて私が申し上げてきたことをもし実現するとしたら、この重点的なところに、具体的なほうを見ても、読本の作成とかいろいろ出てきますね。私が言いたいことは、いいものをつくりましょう、つまり、質の高いものと言うとおかしいですけども、一からつくるのであれば、読本を作成しましょうとか、子供向けの媒体をつくりましょうとか、幾らでも文章はこれからつくれるわけですね。

先ほど、一から全部やり直すのかと間部委員はおっしゃいましたが、そういう意味では全くございません。せっかくこれから新しくつくるものであるならば、新しくできた法律の理念に基づいて、あるいは効果もとても高いもので、若者向けだったら若者にそっぽを向かれるものでなくてとか、いろいろな工夫が盛り込めると思うので、3年間でそういう啓発資料とか、文書とかというものについて、より効果があって理念の伝わるものをつくっていくというのを一つ掲げる。

そうすると、その先につながっていくいろいろな啓発資料が、学校向けのアンケートを読んでもそういう教材がないとかいろいろありましたから、それを今まであるものだけでここから3年、5年やっていこうというのではないのであるならば、それを重点的に、願わくば理念も盛り込んだ質の高い、センスのいい、若者たちというのは割とそっぽを向きますので、例えばITを活用してとかいっても、中途半端なものだとかえってそっぽを向かれてしまうと思うので、そういうところは研究すべきところだと私は思っているのです。

だから、読本を作成して出せばいいですね、イラストレーターに頼んでイラストを入れてとかと、役所がつくるものは安易につくられ過ぎていると実は感じておまして、お金をかけるのであれば、より効果的で受け入れられて、しかも願わくばそこに理念が盛り込

まれていれば、具体的にそういう考え方の種をまいていけると思うので、一つの提案ですが、重点的の中に3年間で教材のようなものを力を入れてつくっていかうみたいなものがあつたらいかがでしょうかということです。

越山部会長

小・中・高の先生方は非常にお忙しいので、優先順位をつけたとしてもすべてを実施するのは大変かと思われます。そうすると、教材の充実や研修の機会を広げたり、新しい情報をもっと知りたいとかという要求に応じたりすることで、どこがネックでなかなか学校での消費者教育が進まないのかも分析し、3年間の中で少しずつ、その部分の充実・改善を図っていく目標であれば、何となくアクションプログラムという名前に恥じない立派な計画になるように感じております。

もう少しお時間がありますので、あと、何かございますでしょうか。

お願いします。

洞澤委員 アクションプログラムのところで言うべきなのか、計画のほうで言うべきなのかということはあるとは思いますが、幾つかあります。

まず、多分こういった消費者教育とかというのは、関心のある人は受講するけれども、そうでない人は受講しなくて、関心のない人ほど情報が入ってきにくくて、被害に遭いやすいということがあると思うのです。ですので、そういう関心を持ってくれない人に対して、いかに関心を持ってくれるようなプログラムを提供できるかみたいなところを意識した策定をする必要があるのではないかなと思っております。とりわけ高齢者とかであれば、ひとり暮らしの高齢者の方とかにいかに意欲を持ってもらえるようなプログラムにするとか、余りにも具体的かもしれないのですけれども、そういうことを意識したものをつくる必要があるのではないかなという気がしています。

それから、個人的に自分が取り扱うことが多いからかもしれないのですけれども、お金とか金融の問題とかということは、今、すごく問題になっていると思うのです。ですので、金融とかの教育は本当にいろいろな切り口があると思うのです。お金の借り方、クレジットの使い方みたいな部分もあれば、もうちょっと発展して投資という部分もあれば、投資の中でも真っ当な金融商品取引業者との取引で注意すべき点から、ブラックな、明らかにおかしげな業者に取り込まれないようにするためにはどうすればいいかみたいなことであるとか、そういったことの見きわめをどうするかとか、そういうことを意識する必要があつて、一つの社会問題になっているので、それをどう伝えていくかを意識したテーマを設けていく必要があるのではないかなと思ってます。

最後に、先ほども申し上げたのですけれども、現状認識のところ、これだけ多くの世代がインターネット、携帯電話、スマートフォンについての知識を必要としているという現状があることに鑑みると、それはライフステージ別の話ではなくて、一つの社会問題として重点的に取り組むべきテーマなのではないかなと感じております。中でも、今、この「特に重点的に取り組む世代・テーマ等」の中で「3 子供の安全に関する消費者教育」

と取り上げられていますが、私としては、例えば子供についても、今、ゲーム端末とかにも通信機能とかもついていたりと、あるいはスマートフォンとかそういったものを小さい子供から自由に扱ったりするような昨今の状況でもありますので、やはり子供に対するそういった部分の教育も必要になってくるかなと思うのです。

特に通信機能というのは、今まではそういうものがなかったから悪い人たちと出会う機会が限られていたわけなのですけれども、通信機能が誰でも使えるようになったことで悪い人たちと出会う機会がふえてしまった。しかも子供の場合は無防備なので、悪いかいいかの見きわめができないままにそこに飛び込んでしまうことが危険性としてあると思うのです。なので、小さいころからそういう教育に重点的に取り組む必要があるのではないかなと考えています。

以上です。

越山部会長 ありがとうございます。

予定の時間がそろそろ来ておりますので、あと何か、もうお一方だけでも、どうしても一言、今日中に御意見を言っておきたいとか、ございますでしょうか。

なければ、先ほどお話ししたとおり、次回にも今回の御意見を踏まえたアクションプログラムをもう少し充実させたものが出てくるかと思えますけれども、それまでにぜひとも、こういうことだけは入れておいてほしいとか、何かございましたら、事務局宛てに御意見等をメール等でいただければと思っております。

それでは、そのほか、次回の協議会についてなど、事務局から何か御説明はございますでしょうか。

企画調整課長 次回の第2回協議会は、7月12日金曜日の午後1時半～3時半に開催させていただきたいと考えております。

当日の会場につきましては、後日改めて御案内を送らせていただきますので、よろしくお願いいたします。

今回は、部会長からもお話しいただきましたけれども、事務局から本日の協議会での御意見を踏まえまして反映させた案を御提示させていただきまして、御審議いただきたいと考えております。

追加意見等がございましたら、短い期間で大変恐縮でございますが、来週6月28日金曜日までにメール等、何か書いたものでお寄せいただければと存じます。

以上です。

越山部会長 ありがとうございます。

最終のアクションプログラムの原案は、事前配付ではなくて当日配付という御予定になっているのですね。

企画調整課長 今回は1週間ほど前には発送させていただきましたので、次回もその予定であります。

越山部会長 では、事前に目を通してこられるわけですね。分かりました。ありがとう

ございます。

それでは、時間が参りましたので、これで第1回の協議会を閉会させていただきます。

司会がふなれで、御迷惑をおかけしましたことをおわび申し上げます。

どうもありがとうございました。

午後3時19分閉会