

第23次東京都消費生活対策審議会部会
第3回東京都消費者教育推進協議会

平成28年1月26日（火）
都庁第二本庁舎31階 特別会議室21

午前10時00分開会

○越山部会長 定刻の10時になりましたので開催させていただければと思います。皆様、おはようございます。第3回「東京都消費者教育推進協議会」を開会いたします。

まず初めに、事務局から定足数の報告と配付資料の確認をお願いいたします。

○企画調整課長 企画調整課長の赤羽でございます。どうぞよろしくをお願いいたします。

本日の出席状況でございますが、当協議会は委員5名と専門員3名で構成されております。現在、委員が4名、専門員2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に定めます委員の半数以上の出席という開会に必要な定足数に達しておりますことを御報告いたします。

なお、上村委員は20分程度おくれていらっしゃるという御連絡をいただいているところでございます。

なお、この協議会は、消費生活対策審議会運営要綱第11により、公開の扱いとさせていただきます。議事録についても公開する予定でございますので、御了承いただきたいと思っております。

次に、お配りしております資料を確認させていただきます。

お手元の会議次第をおめくりいただきまして、1枚目、資料1が委員名簿でございます。

資料2が幹事・書記名簿でございます。

資料3が「東京都消費者教育アクションプログラム 平成27年度取組実績」でございます。

資料4が、A3判になりますけれども、「東京都消費者教育アクションプログラムにおける到達目標の設定について（案）」でございます。

資料5が「東京都消費者教育アクションプログラム 平成28年度取組予定」でございます。

そのほか参考資料といたしまして、A4判ホチキスどめの「東京都消費者教育アクションプログラム取組実績（27年度）取組予定（28年度）調査票」をおつけしてございます。

そのほか机上に「東京都消費者教育推進計画」の冊子。

27年度版のアクションプログラムの冊子をお配りしてございます。

不足している資料等がございましたら、どうぞお知らせいただければと思います。

また、恐れ入りますが、消費者教育推進計画の黄色い冊子につきましては、終了後、机

上にお残しただければと思いますので、どうぞ御協力よろしく願いいたします。

以上です。

○越山部会長 ありがとうございます。

資料の過不足等はございませんでしょうか。よろしいですか。

それでは、審議に入りたいと思います。

本日は、消費者教育アクションプログラムの27年度の取り組み実績の報告をもとに、次年度以降のアクションプログラムについて御審議いただきたく、今後の消費者教育の取り組みについて協議していくこととしたいと思います。

まず、事務局から消費者教育アクションプログラムの本年度の取り組み実績について御報告をお願いいたします。よろしく願いいたします。

○企画調整課長 それでは、資料3に基づきまして、消費者教育アクションプログラムの平成27年度の取り組み実績について御説明をいたします。

まず、到達目標でございます。「効果的な消費者教育の展開に向けた取組」の中に2つの到達目標を設定しております。ひとつは、新たに連携する団体の数、またもうひとつは、消費者教育推進地域協議会またはそれに類する連携のための組織を設置している区市町村等の数ということになっております。

この新たに連携する団体の数につきましては、27年度の到達目標に30団体を掲げておりましたところ、27年12月末現在で52団体の連携を果たしたところでございます。昨年度が45でございましたので、この1年間で7団体と新たに連携をいたしました。

また、下段の消費者教育推進地域協議会の区市町村で設置している数でございますが、こちらは27年度の目標達成に対しましては4区市町村、去年は3区市町村でございましたので、1つふえたということになっております。

この数値等につきましては、次の議題で詳しく御議論いただくことを予定しておりますので、従来の考え方の数値の報告にとどめさせていただこうと思います。

「具体的な取組」につきまして、取り組み実績を27年12月末現在の状況で御説明させていただきます。

まず、1つ目の多様な主体との連携のテーマでございます。大学等の連携による消費者教育につきましては、新入生ガイダンス、ゼミなどそういったところに東京都消費者教育啓発員を派遣して実施したところ、回数としては42回、15校で受講者数は6,604人ということになっております。

また、事業者・事業者団体との連携による啓発ということでは、事業者や事業者団体が従業員向けに消費者教育に関する自主的な取り組みを促すために積極的な取り組みを行っている団体等の事例をホームページに、先進事例として紹介するという事で「東京くらしWEB」に掲載をしているものでございまして、27年度は3団体を御紹介いたしました。

また、事業者・事業者団体との連携による出前講座につきましては、新入社員向けに7回、中堅社員向けに11回、合わせて約1,000名の方々に受講いただいたという事でございます。

また、事業者・事業者団体との連携による都民向けの講座に関しましては2回開催いたしております、内容といたしましては、1つ目27年7月に開催したものは、専門員でもあります金融広報委員会様と連携をさせていただいて開催し、受講者数は250名弱という事でございます。

また、もう一回27年9月は、こちらは金融庁、日本ファイナンシャルプランナー協会、全銀協など、と連携をした事業でございます。

消費者団体や事業者・事業者団体、民間ADRなどと連携した消費者教育を担う人材の育成では、消費者問題のマスター講座や消費者教育の講座にそれぞれの各団体からの専門知識をお持ちの方を講師として派遣していただくという事で、マスター講座では4テーマ、教員講座では7テーマに御協力いただいたところでございます。

また、あわせてそれぞれの団体様が自主的に消費者教育の教材を作成して消費者教育の普及啓発に努めていらっしゃるようなところが多数ございますので、それらの教材を御紹介するため展示したのが17団体、また、それぞれの団体が学校向け等に出前講座を実施しているということが多数ございましたので、そのような情報を御提供したという事でございます。

また、消費者団体、事業者団体が実施する消費者教育や普及啓発事業に関する情報をフェイスブックやツイッターでそれぞれ原則的に写真を入れてなるべく雰囲気わかるような形で情報発信をしたという事でその回数を記載してございます。

おめくりいただきまして、2つ目のテーマ、区市町村への支援という事でございます。区市町村の消費者教育推進への支援という事で、多摩の消費生活センターにおいて、市町村で取り組みが進みづらいようなところと共催をして消費生活講座を開催するという事で、企画の御提供や講師の情報提供などにつきまして連携して行ったものでございまして

て、回数としては13回、受講者数としては200名を超える人数でございます。

また、各区市町で独自に出前講座等を実施している団体が多くございますけれども、その中でも講師の派遣の調整がうまくつかないなどの理由でなかなか開催に至らないようなときには東京都のコンシューマー・エイドを派遣して区市町村の講座を支援するという仕組みにより14回の支援をしたということでございます。

また、区市町村の消費者教育を担う人材の育成支援ということで、これは昨年度から取り組んだところでございます。消費者問題マスター講座に関しまして、区市町村の優先枠を設けまして、区市町村を通じて申し込みのあった受講生を優先的に受け入れて、その後の区市町村での活動につなげやすくするという取り組みでございます。これは今年度17区市から民生・児童委員とか地域の消費者団体等で御活躍の方39名を受け入れております。これは昨年実施いたしましたときに大変好評で、今年は少し申し込み期間を早目に御紹介してこの人数をお受けしたということでございます。

消費者教育モデル事業、今年度は5区市において先駆的な取り組みや他の区市町村での今後の展開が可能となるような取り組みを実施いたしまして、事業実績の報告書を各区市町村にお配りするとともに、「東京くらしWEB」で取り組み事例として御紹介するというものでございます。5区市は右側に記載の区市でございます。

区市町村における消費者教育推進地域協議会等の設置への支援ということに関しましては、各区市町村の目標値にもなっておりますので、モデル事業の選定対象区市を中心に都協議会の傍聴の呼びかけ等を実施いたしまして、設置促進に努めたところでございます。

次の「ライフステージごとの取組」でございますが、まず、若者の消費者被害の防止ということに関しましては、通年やっております若者向けの悪質商法被害防止キャンペーン、これは各近隣縣市と協力をいたしまして、1月から3月にかけてキャンペーンを実施しているということでございます。

2番目の若者向けに悪質商法の手口をわかりやすく紹介する効果的な取り組みといたしましては、民間ウェブサイトの芸人ラボとタイアップいたしまして、若手の芸人さんや大学生、そういった方々が悪質商法をテーマに漫才、コントをネット動画で公開することで、今年度は大学祭の啓発イベントとして3大学の大学祭において開催するとともに、池袋のサンシャイン劇場で公開収録イベントを行いまして、多数の御来場をいただいたところでございます。

3-3と3-4の出前講座に関しましては、先ほど内容といたしましては連携のところ

で御説明しました出前講座、出前寄席でございます。その中で大学生向け、若者向けの人数を抜き書きしたものでございます。

また、出前講座などにおきましてわかりやすい教材を御提供するという事で、飯田橋四コマ劇場、これは高齢者向けもつくっておりますが、若者向けもつくりまして、これは大変好評いただいておりますので増刷をして、それぞれの新入社員研修などで御活用いただけるように提供しているものでございます。

また、スマートフォン用ゲームアプリのような、これは約3年前につくりまして、ゲーム上方にテロップを流して注意喚起をしたり、架空請求の事業者名等の生活関連情報を迅速に配信するという事業に取り組んでいたところでございますが、一定の効果が見られ、また、利用者を確保するためにはゲームという性質上かなりの更新が必要だということ、また、OSが変わるとそれに合わせた機能改修が必要ということで、かなり費用がかかるということで、費用対効果を勘案いたしまして、このゲームアプリは平成27年度をもって事業終了ということにしております。今年度の配信情報数は、180件でございます。

続きまして、次のページ、「東京くらしWEB」の機能向上ですけれども、こちらはスマートフォンの普及に伴いまして、「東京くらしWEB」にレスポンスデザインを導入いたしまして、つい最近、1月19日から導入いたしましたので、もしお時間があればお試しいただければと思います。

次の高齢者の消費者被害の防止という項目に関しましては、高齢者の悪質商法被害防止キャンペーン、これも例年やっているものですが、9月の敬老の日を中心にキャンペーンを展開しております、ポスター、リーフレット、「高齢者被害110番」等々の事業を行ったところでございます。

高齢者見守り人材向けの出前講座といたしましては、ホームヘルパーさんとかケアマネジャーさん、また、民生・児童委員など、高齢者を見守る立場の方々を対象に被害に遭いやすい消費者トラブルや被害発見のポイント、また、それを消費生活センターにつなぐなどの対処方法などを内容とする講座を実施いたしまして、現在のところ191件で5,000名弱に受講いただいたということでございます。

次は、高齢者が集まる機会を利用して、高齢者に見守り、見守られる立場ということで、介護施設、老人会、町内会等、そういったところにコンシューマー・エイドや出前寄席などの事業を展開したということで、出前講座としては26回、出前寄席は171回ということで、1万人を超える方々に御参加いただいたということでございます。

高齢者向けに悪質商法の手口をわかりやすく紹介する効果的な取り組みといたしまして、上段は試行として実施したものでございますが、宅配事業者と連携いたしまして高齢者世帯に悪質商法に関するリーフレットを届け、注意喚起を実施するという事で、審議会の答申の中でも記載がございました事業でございまして、9月から11月にかけてヤマト運輸と生協さんの御協力を得て約7万部のリーフレットを配布いたしました。

次の下段になりますけれども、これは先ほど申し上げましたシニア層向けの4コマ漫画、飯田橋劇場が御好評ですので3万部増刷して配布しているということでございます。

生活協同組合と連携した高齢者向けの消費者教育セミナーの実施といたしましては、地域の生活協同組合と連携するという事で、消費者被害防止をテーマにした講演会等を企画・実施するという事で、こちらは今後1月から3月にかけて4回実施する予定で、現在、企画を進めているところでございます。

地域における高齢者見守りネットワーク支援ということでは、こちらは高齢者の見守りの実態の調査を行いまして、それを審議会の検討資料として活用したといったところでございます。

5番目の子供の安全の確保のテーマに関しましては、子供の事故防止に向けた情報発信・普及啓発ということで、キッズデザイン協議会や東京都立産業技術研究センター、産業技術総合研究所と共催をいたしまして、セーフティグッズフェア等を開催いたしまして、今年度から商品の展示やセミナーに加えまして、その場で販売し、御購入いただけるような取り組みを始めたところでございます。

また、展示商品等につきましては、「東京くらしWEB」でも御紹介をして、より普及啓発を図ったところでございまして、延べ来場者数としては5,000人を超える方々に御来場いただいたということです。

また、そのほか子育て世代が多く集まる各種イベントや消防庁の防災館、また、区市町村が開催する消費生活展などへ家の中の危険が一目でわかる模型やパネルの提供など、連携した啓発活動を実施いたしました。

次の子育て支援団体等とのネットワークを活用した啓発といたしましては、先ほど申し上げましたセーフティグッズフェアで体験型ワークショップやセミナーを実施、御好評いただいたところでございます。

最後に、幼児等を対象とした事故防止ガイドの活用等ということでは、ヒヤリハット調査に基づきまして乳幼児の身の回りの製品事故防止ガイドを作成いたしまして、都内の保

育所、幼稚園、保健所等へ配布するとともに、「東京くらしWEB」等で配信いたしまして、こちらは印刷物といたしまして4万部を配布いたしたところでございます。

大変雑駁ですが、以上でございます。

○越山部会長 ありがとうございます。

それでは、ただいまの報告をもとに平成27年度の取り組み実績についての御質問、御意見等がございましたらお願いいたします。この資料3のほうで、最初の1ページ目からでも順次でも結構です。お気づきの点等がございましたらお願いいたします。

まず、1ページ目の一番上のところにあります到達目標の件、これは初年度の25、26、27の3か年ではこのような目標を立ててきていますが、本年度はちょうど見直しの時期にも当たりますので、どんな目標値をつくるかに関しては後ほど議論していただければと思います。

ただ、本年度の実績の数値や、それぞれ行っております実績内容、活動について、もう少し追加説明をお願いしたい、そういう点がございましたらお願いできればと思います。よろしいでしょうか。

お願いいたします。

○長谷川委員 到達目標のところを目立つのは、目標数に対して実績を満たすという教育推進地域協議会の設置の部分で目標に届いていない部分も見られます。いろいろな理由、状況かあるかと思うのですが、このあたりについてどのような総括をされているのか、お伺いさせていただければと思います。

○企画調整課長 区市町村に対しましては、設置の働きかけ等は実施しているのですが、やはり会議を設置するということはかなり労力的にも内部調整的にも時間がかかるものでございます。また、各区市町村の首長さんの御意思、判断によることも大きいので、そちらのほうで御理解いただけるような働きかけを行っております。状況といたしましては、まだそれぞれの区市町村さんのほうで、本当に設置してどういう利点があるのか、消費者教育が進められるのかなど、そういう情報収集等を行っている段階というふうにお聞きしております。その準備段階にあるところは複数あるようにお聞きしておりますので、これをもう少し続けることによって拡大していくのではないかと考えております。

○越山部会長 実は、私もこの協議会の設置状況について昨年あたりからいろいろ教えてもらったりしていますが、東京都などの都道府県レベルは結構進んでいます。しかし、市

町村レベルではそれに近い組織や活動はありますが、協議会という法律で定めている組織名称で動き始めるのはなかなか難しいような状況もあるようです。

ただ、やらないわけではなくて、少しずつそういう方向に向かっているのは事実かと思えますし、あとは、東京都などの都道府県がどんどん引っ張っていかないとなかなか組織化されるのは難しい部分もあるのかなというような印象は持っております。若干ですが補足させていただきました。

ほかにこの資料について、または、これに書いていないことでも結構ですが、本年度の実績について、ぜひ御忌憚のない御意見、御質問等をいただければ幸いです。

○上村委員 今の区市町村で連絡協議会を設置するという点に関して、非常にハードル高く思っているところが多いのではないかと思います。具体的に消費者庁の県レベルのところでもやっている会議に教育委員会の方に入っていて、それを連絡協議会ということで認めようという方向を内部の方がお認めになられると動き出すというところもあるかと思いますので、実績は本当にあるのだという、そんなに難しいことを改めてやり出そうというのではなくて、いろいろやっていたら話をどうやってつくっていくかということをお理解いただければ、この数をかなりふやしていくことができるかと思いますので、その辺の情報提供を東京都のほうからしていただければちょっとハードルが下がるのではないかと思いますので、よろしくお願ひしたいと思ひます。

○越山部会長 ほかはいかがでしょうか。何かお気づきの点で結構です。

1 ページ目にあります多様な主体、その次のページのライフステージごと、それぞれ基本計画を立てたときのコラムどおりに毎年実績の数値を書いていますお手元のピンクの冊子のアクションプログラムの最後のほうに昨年度の実績が出ています。これと比較しても、どれもほぼ増加といひますか、かなり積極的に活動されているといひことはおわかりになるかと思ひます。ただ、全てが全てそうではなくて、やってみてなかなか難しいとかいひ部分もでてきます。先ほどのゲームアプリもそうですが、私も入れてみましたが、やはり機種が変わったりするとついついまた再ダウンロードしたりする手間が必要で、そういうことを考えていると、せっかくおもしろいゲームですが、なかなか維持をするのが大変だなどいひこともあるかも知れませんが、ただ、寄席や若者向けの活動を非常に積極的にやっておられるので、そういう部分で結構カバーされている部分もあろうかと思ひます。

ほかに何かございますでしょうか。よろしいですか。

それでは、この後、来年度以降のアクションプログラムの具体的な数値目標の議論に入りたいと思います。資料3の実績のデータに関して追加でもう一度確認した上でというようなことがございましたら、またその旨御発言いただければ幸いに存じます。

それでは、審議の2として、東京都消費者教育アクションプログラムにおける到達目標の設定についての議論に入らせていただければと思います。

東京都消費者教育推進計画及び東京都消費者教育アクションプログラムでは、効果的な消費者教育の展開に向けた取り組みの中の2つの施策として推進計画の中間年度である平成27年度の到達目標を設定し、その進捗状況を確認しながら実施することとされておりました。黄色い冊子のほうの基本計画ですね。平成27年度の到達目標の実績を確認し、消費者教育推進計画の期間である平成29年度までの到達目標について検討する必要が出てまいっております。事務局で平成29年度までの到達目標についての現状を踏まえた課題及び目標設定の考え方について整理していただいております。こちらをたたき台に今後の到達目標について御審議いただければと思います。

それでは、事務局の方、お願いいたします。

○企画調整課長 それでは、お手元の資料4で説明をさせていただきますのでよろしくお願いいたします。

まず、今、部会長から御説明があったように、「現在の到達目標について」というのを1番のところに書かせていただいております。今、実績のところでも御説明したところですが、多様な主体との連携といったところでは、まず、到達目標設定の意義をおさらいいたしますと、消費者教育というのは対象領域が大変広いために消費者教育等を担うそれぞれの主体が得意としている分野のノウハウを有効に活用していく必要がある。また、これまでも消費者団体との連携が中心になっていたところですが、今後は事業者・事業者団体、大学、民間ADR機関など連携の機会が少なかった主体との連携を特に強化し、さらに効果的な消費者教育に取り組んでいく。そういった趣旨から、新たに連携する団体の数ということで到達目標を設定したところがございます。目標数としては30団体のところを現在52団体ということになっております。

2つ一遍に御説明をするとわかりにくくなってしまうので、まず、多様な主体との連携につきまして順番に説明をさせていただきます。

現行の到達目標における成果と課題ということで、左側の2番のところで説明させていただきますと、多様な主体との連携に係る到達目標の成果と課題につきましては、到達目

標を設定したことによりまして事業者・事業者団体、大学、民間ADR機関など、連携の少なかった団体を中心に到達目標を超える新たな団体との連携が行われたということは成果として考えております。

ただ、新たに連携が行われた団体の中には事業の内容によって毎年度継続した連携とならないものもありまして、この到達目標として設定した新たに連携した団体の数は各年度の連携実績の実態をあらわしたものではないということになっております。

また、新たに連携する団体の数のみが数値目標であるため、これまで連携してきた団体との事業展開の状況ですとか、新たに連携した団体に引き続き事業の実施を働きかける継続性を持つ、そういったようなフォローアップによる実績がなかなか明確に示されないという状況がございます。

それを踏まえまして、3の「今後の到達目標の設定について」事務局で検討いたしましたところを説明させていただきますと、25年度から27年度までの3年間は新規の団体との連携拡大に取り組んでまいりました。後半の28年度、29年度も新たに連携する団体への働きかけということはもちろん行うのですけれども、これまで連携実績のある団体や3年間の取り組みにより新たな連携を実施した団体との継続的な連携とか、従来の連携とは異なる事業での連携など、連携の幅を広く、強化する、そういったところでさらなる連携強化を図りたいと考えたところがございます。

それを踏まえまして到達目標は2段階にいたしまして、平成29年度は計画の最終年度になりますけれども、連携する団体等の全体の実数と平成28年度と29年度に新たに連携する団体の数という2段階で設定したらいかがかと思っております。

また、連携の実態を明らかにするために連携の趣旨や連携の手法、連携事業の内容で全ての団体を分類して各年度における実績を整理したいと思っております。

ここで、今、言葉だけではなかなかわかりにくいかと思っておりますので、委員限りということで詳細な資料を配付させていただきます。これは団体さんに公表するという前提で御了解をいただいたものではないので、この会議終了後机席にお残しいただければと思います。

(資料配付)

○企画調整課長 今、お配りしたものを御説明させていただきますと、まず、一番左側のところが連携の趣旨ということになりまして、なぜこれが多様な主体との連携かという意味づけを少し整理したものでございます。

まず、1ページ目が連携の趣旨といたしまして、団体等が都の専門性・能力・情報を活

用することによって事業効果の拡大を図るということで、その具体的な手法といたしましては、都からの講師（コンシューマー・エイド等）の派遣ということで、会場や集客はそれぞれの主体が行うのですけれども、講師派遣は都の役割分担ということで事業効果を高めるといってございます。

これら今まで御説明してきた事業をどういうことかということで分類しますと、ここに該当するのが事業者等との連携による出前講座、ここで連携団体としては26団体、また、大学等の連携による出前講座ということでは15団体、高等学校との連携による出前講座ということでは13団体、特別支援学校との連携による出前講座ということでは2団体、事業者等の連携による出前寄席ということでは19団体、大学等の連携による出前寄席では5団体ということになっております。

2ページ目は、連携の趣旨といたしましては、都と団体が協働で事業を実施することによる事業内容の充実、集客の拡大ということで、事業を都と団体が協働・共催して実施するというところで、ここの1つ目は消費者月間事業で、各シンポジウムとか交流フェスタといったものを主催、共催、協賛等をやっております、その団体が28団体。また、生活協同組合に加盟する生協のネットワークを活用して消費者教育事業を共催で実施するというところで、連携先としては生協の連合会の1団体。集团的消費者被害回復訴訟制度の施行に向けた啓発セミナー等を実施するというところでは1団体。次は、先ほど御説明したセーフティグッズフェア、こういったものを共催で実施しております団体が3団体というところで、大規模講座や多様な主体との連携講座、出前等と連携した団体、また、出前寄席の最後の部分は、演者として御協力いただいている団体さんを数えたものでございます。

3ページ目でございますが、これは都が団体との専門性・能力・情報を活用することによる事業効果の拡大ということで、団体等からの専門分野の講師を派遣いただく。これは各記載があります実験実習講座やマスター講座や教員講座、そういったものにそれぞれの団体のノウハウを生かして消費者教育に御協力いただくというものでございます。

その下の団体との専門知識・情報を活用した資料の配布ということで、これは先ほど事業のところでも御説明しましたけれども、各団体さんが自主的なお取り組みで消費者教育用の教材をおつくりになったようなものを教員講座や区市町村のセンター所長会等で御紹介させていただきまして、学校活用できるいい教材がいっぱいございますので、都がつなぎ、そういったもので双方の効果を図っていく。そういったところと、あと、消費生活総

合センターでパネル展示をしていただいている団体。また、事業者の消費者教育に関する自主的な取り組みを都のホームページで御紹介しておりますので、そういった取り組み等を考えております。

こういったもので27年度の数を分類いたしますと、大体どのような目的でどのような団体数と連携しているかというのが見てとれますし、延べで言うと190団体になりますが、いろいろな事業で連携いただいているところがありますので、実数といたしましては164団体ということでございます。

イメージをおつくりいただいたところで最初の資料に戻らせていただきます。

このような考え方でそれぞれの連携の実態を明らかにした上で、枠の中になりますけれども、平成29年度の到達目標といたしましては、連携する団体数ということで180団体、参考ですけれども、27年度の12月末現在で言えば、今、御説明しました164団体ということでございますので、同じような数え方で29年度までに180団体を目指すといったところでございます。

また、28年4月以降、28年度、29年度で新たに連携する団体の数といたしましては20団体を目標値として掲げたいということを考えております。

どのような団体を目標とするかということを事務局内でいろいろ議論しまして、まず、当然、消費者教育をやらなければいけないという団体は連携先としては除こうということで、例えば消費者庁とか国センさん、区市町村で消費者教育をやるべきところというのは、事業としては報告しますけれども、目標とする団体数には双方主となるものですので入れないということで考えております。

また、区市の小中学校に関しましては、先ほど区市町村でできなかったところを支援するという取り組みはしているのですが、もともと小中学校は区市町村の消費者部門で教育を行うというような役割分担になっておりますので、そこに東京都が目標値を掲げて切り込んでいくといったところは役割分担の趣旨が異なりますので、そこは区市町村の小中学校に関しましてはそれを支援する立場にとどめるということで目標というところには入れない。実績としてはちゃんと御報告していきます。

また、基本的には主体として消費者教育を進めていこうという意思があるということをかんがみますと、ある程度法人格があるような団体といたしました、老人会などそういう実施主体と受ける人が同じといったところは連携団体というところには入れないようなカウントの仕方をしております。

先ほど申し上げましたように、いろいろな連携をしても団体としては1、例えば大学のいろいろな学部で始まっても、やはりそれは1つの大学としては1つというようにカウントすることとしたいと考えております。講座の実績数とかそういったところは何回というようなどころでのボリューム感は違う方向で数えていくということで、あくまでも連携団体として数えていくといったときにはそのような整理が必要かなといったところです。余り膨らませてしまうと実態が見えなくなってしまうということがありますので、そういった整理で現在考えているところでございます。

区市町村への支援も続けて御説明してしまってもよろしいでしょうか。

○越山部会長 結構です。

○企画調整課長 区市町村への支援は、先ほど長谷川委員から御質問もいただいたところでございますが、区市町村の教育の推進協議会に関しましては、10の区市町村に対して4つの区市町村さんのお取り組みが実績だったということがございます。

2の成果と課題といったところでは、ちょっと繰り返しになる部分もありますが、都では区市町村に対して都の協議会や都内の区市町村が設置した協議会に係る情報提供等を行いまして支援を行ってきたのですけれども、まだ区市町村さんのほうでは情報収集をしながら設置の検討を開始した、そういうような状況でございまして、設置の実現には至っていないということがございますので、27年度までに目標とする数値には届かなかったという状況がございます。

今後の到達目標といたしましては、今、中間年度には届いていないのですけれども、検討を始めたところも出てきておりますし、地域におけるこういった協議会の設置などの推進体制づくりへの支援を実施していくという意義は継続してございますので、目標年度を延長したいというように思っております。

ですので、29年度の到達目標といたしましては、協議会またはそれに類する連携をすための組織を設置している区市町村数としては10区市町村というふうにさせていただきたいと思ったところでございます。

以上です。

○越山部会長 ありがとうございます。

それでは、ただいまの説明をもとに今後の到達目標について御審議いただければと思います。

今、多様な主体との連携と区市町村のシェアの2つを御提案いただいております。この

テーマの立て方ですが、昨年度までの延長上という形で、特に新たなテーマの具体的な目標を設定しているわけではなく、この方向性でそのまま進んでいきたいというようにお考えであると思います。

まず最初に、その件についてはそういう方向性でよろしいかどうか、何か御意見とか御質問とかございますでしょうか。

○上村委員 多様な主体との連携と区市町村への支援という2つの柱をこのまま継続することには賛成をいたします。いろいろ活動がされているのですけれども、例えば連携の数え方、どういう団体と連携しているのかの数え方が今まで明確でなかったのやっているものを見せられなかった。あるいは、区市町村のほうもそういう活動を、こうすれば協議会を設置したということで公にできますよというところを向こうにお伝えし切れていなかったというところで、特に区市町村のほうは数字が到達目標に達しなかったというところから考えるならば、今まで目指してきた2つの流れを、実績、こんなふうに動いていますよというのをきちんと見せられるような形にするというので目標は変えず、より数字が現実的な活性化しているところを反映できるような形で今回やっていくという方向で2つの柱は変えないということに賛成したいと思います。

以上です。

○越山部会長 ありがとうございます。

ほかに何か本件についてございますでしょうか。

○宮阪専門員 先程、「連携」という言葉の使い方の御説明がありましたので理解しましたが、「連携」という言葉の定義をはっきりさせないと誤解が生じると思います。普通、「連携」といえばどこどこ一緒になって連携し活動するという使い方をすると思いますので、例えば高等学校に出前講座に行くことで高等学校と連携がはかれたというのは何かピンとこないというのが正直な感想です。ですから、到達目標や実績をしっかりと開示するのであれば、「連携」の定義や、「実績の内訳」を確りと示したほうが良いのではないかと思います。そうでないと、数だけが膨らんで見えてしまいますので。

以上です。

○越山部会長 ありがとうございます。

今の数値へのご意見や、先ほどの上村委員の数の数え方についてのご意見から、この2テーマに関してはほぼ御了解いただけただけとして、この2つの御提案について引き続き本文についての議論に入りたいと思います。

まず最初に、多様な主体との連携のお話です。ここでは目標30団体が実績値では52団体になりました。カウントの方法が新たに説明があり、180団体となりましたが、本日追加で配布された資料で内訳を見せていただくと、実態がよくわかりました。この新しいカウント方法ですと、クリアでわかりやすくなったこともあり、個々の数値の目標をアップしていくことが可能なのかも思えます。ただ、本件について、1番目の多様な主体との連携のカウントの方法も含めて、この数の考え方、あとは、どういうところが不足しているのではないかとか、そういう点も踏まえて御意見等をいただければ幸いです。

○洞澤委員 今回、後から配付していただいた資料で連携の趣旨と具体的な手法などをきちんと整理していただいたことで、数の数え方として私自身は明確になったというふうに思っておりますし、このように整理したことによって、今後連携の方向性としてどういった部分を重視してやっていけばいいかということも比較的に見えてきたかというふうに思っています。

私自身は、後から配付された整理の資料の中では、都と団体等が協働して事業を実施することによる事業内容の充実、集客の拡大という2枚目の部分は非常に重要なことというふうに思っておりまして、今後こういったところを特に重点的に拡大していくとよいのではないかと思います。

また、こういった整理がなされたことによって、新たにふやしていくという方向性だけではなくて、これまでの連携の実績がある団体とどういうふうにつながっていくかということについての目標も見えやすくなって、より到達目標を中身のあるものにしていくのではないかとこのように思いました。

以上です。

○長谷川委員 私も同じような意見ですが、多様な主体との連携、連携の定義について先ほど御意見があったのですが、こういう活動というのはアクションを起こすほうと受けるほう、つまり場を用意するほうとのコミュニケーションも必須であります。その意味では一緒に同じようなことをやるという連携もあれば、やるほうと受け手が気持ちを合わせて1つの企画を成立させるような連携、協働という仕組みはあって良いと思います。そういう視点から見ますと、このような非常に多くのコンタクトポイントを確認できたということは活動の成果として評価されていいのではないかと思います。

それから、市町村の協議会につきましては、これはむしろ行っていく活動体をふやす意味合いがあるかと思えます。いろいろ難しい点、自主性を尊重する必要もあると思いま

すので、どんどんというわけにはいかないと思うのですが、育成なり働きかけを継続していくことが、このような受け手と行う活動を充実させる上でも非常に重要ではないかと思えます。よろしくお願ひしたいと思えます。

○越山部会長 ありがとうございます。

ところで、皆様、資料の詳細がわかってきました。これと先ほどの本年度の実績のデータとの関係でも、中身は大分クリアになってきたでしょうか。先ほどの実績報告の中ではコンシューマー・エイドやマスターをどんどん育成して、彼らにいろいろな消費者教育の担い手になってもらおうという活動が見えてきました。それは非常に有意義だと思いましたが、今度この実績表で見ると、出前講座の中に一部コンシューマー・エイドさんをお願いしたり、一部連携機関をお願いしたりというようなケースが見られ、わかりにくくないでしょうか。

確かに1ページ目の左側の2番目のところに都からの講師、コンシューマー・エイド等の派遣と書いてありますが、これと先ほどの金融広報委員会様のように、いろいろな専門の機関がかわりに出前講座の講師を引き受けるケースもあると思えます。多分、講座のテーマによっては、同じ連携の一つの活動としてカウントされ、この辺が整理の方法によっては、十分意味がある方向と思えますがいかがでしょうか。

○企画調整課長 まず、現状の数え方と事業の実績ということになりますけれども、連携の実績は、先ほど申し上げましたように、1つの団体で何回やっても1は1というように数えております。だから、新入社員向けにやっていただいて、退職者用にもやっていただいて、中間層にもやっていただいてという、事業実績としては何回というのが数えられているところでも、こちらでは1は1といったところで整合はとれないという状況になります。

あと、事業者団体さんなどが小学校とかに派遣しているというようなところは、我々のところはこういう団体さんがそういう事業をやっていますという具体的などどこ協議会とかどこ協議会とか、そういうような御紹介までを実績としてとらえていますけれども、そこに対して幾つの連携というか、そこに幾つお申し込みがあって事業が行われたとか、そういったところまでは把握し切れません。それでは全団体に幾つやりましたという実績報告を出してもらおうようになりますので、それは相手方の負担もありますので、そこは我々の責務としては御紹介まで、つなぐところまでが、今、事業としてとらえておりますので、そのところはカウントしていません。

金融広報委員会さんとかそういったところとは、東京都と一緒に講座をやった、講演会をやったといったところはカウントしていますけれども、例えば金融広報委員会さんがどこかの区市なりと連携をとって事業をやられたとかという場合、都が直接関与していないところはカウントし切れないものですからカウントしていないという状況です。

○越山部会長 混乱させてしまって申しわけありません。

何か。

○増田委員 皆さんの御意見も伺って、連携というのが何かというところをもう少し明確に公表することで事業者あるいは消費者団体のほうが、今やっていること自体が連携なのだという認識が深まるのではないかという気がいたしました。

出前講座の講師を派遣してもらうということ自体も実は連携につながっていくということも、まだ出前講座をやっていないような事業者さんたちに理解されるのではないかと思います。都の消費者教育に関する連携というのは、こういうことも考えているのですよというようなことがわかるようにしていただくといいのではないかと思います。

そういうふうを考えますと、新しいところとの連携ばかりではなく継続することが重要ということで来年度は進めていくということについては非常に重要なことだと思います。私どものような消費者団体というのは連携することを常に考えていますからいいのですけれども、事業者の方たちというのはそれがメインではないので、常に連携していくという意識づけを都のほうからしていくということがとても重要だと思います。そのためには何をしたらいいのかということですが、新たな情報提供であったり、また講座をお願いしますというアプローチだったり、これはできるかどうかわからないのですけれども、もし連携しているところの公表ということができれば、モチベーションも高くなるかということもあるのではないかという気はいたしました。

○洞澤委員 今の増田委員の御意見に関連してということなのですが、私もどういう形が連携なのかということをはっきりとすることが非常に重要だと思っていて、例えばこちらから一方的に知識、情報を提供することだけではなくて、自分も主体的にかかわって、例えば出前寄席とかをみずから団体なりに製作して取り組んでもらって、それを都が後押しするという形も連携なのだよということがわかったり、あるいは、資料のほうにもありますけれども、事業者の消費者教育に関する自主的な取り組みを都のホームページで紹介してもらえるとというようなことがわかれば、それは事業者側にとっても消費者教育に取り組むということの姿勢を都で紹介してもらえると、それも連携なのだということがわかって、

インセンティブというのですか、湧くのかなど。今回こういった分類がしていただいたことで、私自身は連携のカウントのしやすさが非常に増したと思いますし、こういったことをもうちょっと細かく連携の主体たちに情報提供していただけることによって何か活動の幅も広がっていくのではないかというふうに思いました。

以上です。

○上村委員 今、連携の定義とカウントの仕方に関して整理がされているところなのですが、先ほどの御説明の中で、まず、市区町村がやるべきものに関してはカウントをしないでおこうというのが一つ大きな御提案だったと思うのです。それはそれでいいかなと思うのですが、それであれば市区町村のほうでどういうふうに自分たちの活動をカウントしてもらうのかというのをある程度こちらから提示するほうがいいのかというふうに思いました。

先ほど言われたように、小学校であるとか中学校は市区町村のほうで把握がされるものであるだろうから、都ではそれはカウントをしないで高校であるとか大学であるとか、そういうところの活動に関してカウントをしましょうということでしたので、それは都のほうでこういう連携先としてカウントをしますので、市区町村のほうではこういうものに関して考えてみてくださいというようなお願いというのですか、情報提供があつて都のカウントのときには小学校、中学校の教育委員会が多分中心になるようなところは、まずはカウントしなかったですということやっていただければというふうに思います。

今度カウントするときに、誰がどういう形でコーディネートをしているものかというのをできれば明確にしてほしいというふうに思うのです。推進計画などでも連携のときに、その地域でのコーディネーターが誰なのかというのが非常に重要になってくるわけです。きのう、実は大分で消費者教育フェスタをやっていたのですけれども、それは横浜市教育委員会の家庭科の指導主事さんがコーディネーターになって、横浜ではこういうふうに市の中での連携を進めていった事例ですというので教材なんかを御紹介されていました。前に消費者教育学会などでは相談員さんがコーディネーターになって、この地域はこういうふうに連携をかけましたという、誰が中心になってどういうところと連携をかけているものなのだというのがわかると、こういう連携のタイプがあるのだな、事業者の場合と連携するときには金融広報さんであるとか、どことどこがどういう形で連携をかけているものなのだというのがわかる形のモデルですか、例え方は直接ではないかもしれないのですが、幾つかパターンがあるときに、コーディネートをしているところが誰か、中心人

物が誰というか、そういうものがわかると連携の仕方も見えてくるし、それでこういう連携の仕方であるとカウントがされるといのがより見えやすくなっていくのかというふうに思いましたので、連携の定義を明確にしてカウントをするときに中心人物とかコーディネーターさんの組織なのか人物なのかを少し意識していただけるといいかというふうに思っています。

以上です。

○越山部会長 非常にいい御意見がいろいろ出てきているかと思えます。ほかに何かございますでしょうか。

もしよろしければ、今、幾らか出た御提案の中で既にお考えだとか、今回こういう連携の仕組みについて整理し直してみるといろいろなことがわかってきました。もし何か追加の説明などございましたらお願いします。

このカウントの方法は毎回いろいろ御意見がありますが、今回非常にクリアになってきて、そのおかげで、こういうふうに広報の仕方や透明性の確保をして、呼び込んだり、意識を向上させるような方向性を考えるよい手だてになっていくのかなと期待できます。今回、この区分の整理の方法をやられてみて、何かお気づきの点などがございましたら補足いただければ幸いです。

○消費生活総合センター所長 消費生活総合センターの吉村でございます。いつもお世話になっております。

確かに、この計画をつくったときには、連携というものについて、先ほど宮阪委員がおっしゃられたように、一緒に事業をやっていくということを主眼に置いて考えていたのですが、この3年間、消費者教育をセンターと部を含めて強化してくる中で、最初にイメージしていた以上にいろいろな連携の仕方があるのだなということを改めて感じています。今回この表を整理するに当たりまして所内で検討しましたときも、先ほどの御意見のように出前講座で講師を送っただけで連携として教えていいのかとか、あるいは、例えば事業者団体様がやられているいろいろな取り組みを紹介することを連携としてとらえてしまっているのかとか所内でもいろいろな意見があったのですが、先ほどおっしゃっていただきましたように、出前講座とか出前寄席を企画していただくということ自体が、いろいろな地域の団体さんが消費者教育を進めていこうという考え方、機運を盛り上げるといって大げさかもしれないのですが、そういうことの一つの契機になるということ考えていけば、今回、事務局のほうから提案させていただいたように、広く連携という

ものをとらえさせていただいて、その上で、今、御意見をいただいたように、では、具体的に東京都は連携をどういうふうに考えているのかということ、個別の団体名はどこまで公表できるかわからないのですけれども、例えば同意していただいたところについては公表していくとか、あるいは、内訳の数をある程度具体的に示していくことで、東京都はこういうことを連携として考えていくということを伝えていくことができるのかというふうに思ったところがございます。感想ぼくなってしましまして済みません。

○越山部会長 急に振って申しわけありませんでした。なるほどなと思ったりしております。

ほかに何か御意見ございますでしょうか。また、この見方等についてもそうなのですか。

○消費生活部長 いろいろ御意見いただきましてありがとうございます。

連携の仕方というのは、吉村所長のほうから話があったように、いろいろな形があって、余り狭めてしまうと逆に広がりがなくなるので幅広く実績を見ながら整理をさせていただいたところがあります。目標を設定して目標管理をしていきますので、どれが目標達成のための数値として入れていいかということ整理しておかないと、目標を達成するために何でも入れてしまうということになりますので、一応この形で整理をしていって我々が事業を進めていく、この形を拡大していくということでやっていったらどうかということでセンターと議論してまとめさせていただいたものです。

例えば、いろいろお話の中でも出てきましたけれども、もっと多様な連携の仕方とかもっといい連携の仕方とかも出てきて、きっと今の整理に当てはまらないものもお話を伺っていますと出てくる可能性があるのかというように感じますので、そういったものがもし出てきて新しいタイプの連携のスタイルというのでしょうか、この中に整理しにくいものがもし出てきて、そこに実績が出てきた場合は、この場でお諮りをして、こういう新しいものが出てきました、こういうコーディネーターさんがやってくれていいことができましたということが出てきましたら、それをここの場で御報告させていただいて、それをこの目標値の中にカウントしていいかということをお承認いただいて、よければこの180の達成として追加していくとか、そういう形なるべくいろいろなところと関係を持って、これは消費者教育の幅を広げていこうという考え方ですので、そういう形で進めていただければ、よりいいものとして機能していくのかと。ただ、一応目標を管理していく以上、何でもかんでも入れてしまうとまたわからなくなってしまうということになってし

まいりますので、この整理の中で進めていきたいというものでございます。

○越山部会長 ありがとうございます。

決して連携という定義を明確にし、どれを入れてどれを外すかを毎回ここで議論していくという必要性はないように思えます。新しい連携の仕方などは目的に沿うものであれば積極的に進めていただいき、事後報告していただいてもいいような気がします。非常に前向きなお話をいただき、感謝いたします。

このカウントの方法にして、改めて実情がクリアになってきたと思います。数値目標に関しては特に何かございますでしょうか。

○消費生活部長 一応、164とか180とか大きい数なのですがけれども、これを見ていただきますと、個別の事業連携団体のところに黒丸とか白丸がついているのですが、白丸で新しく一緒にやっていた団体さんが割と多いのです。実は継続しているところがそんなに多いわけではなくて、絶えず新しいところを開拓したり、先方からの御依頼があったりして、この数、規模が維持できていますので、そういう意味では、やはりこれが安定的にずっとお付き合いいただけるようになると本当に幅が広がってくるのですが、現状としてはかなり出入りが多いという状況ですので、それが整理をしてよくわかってきましたので、一遍お付き合いいただいたところに継続してお付き合いいただくと、また新しいところがどんどんふえていくということになるのではないかと考えていますので、そこら辺も今回の目標の中でしっかり考えていきたいというふうに思っているところです。

○越山部会長 確かにそこは非常に難しいですね。

金融広報委員会さんはいろいろなニーズに沿って、その都度内容をコーディネートしてお話ししたり、教育の場を進めたりしていると思いますが、今年はあるが来年はなかったり、不定期なケースもあったりすると思います。連携というのは継続的に実施する難しさがあるような気がしますが、もし何か御意見等がございましたらお願いできますか。

○宮阪専門員 我々がいろいろな事業を組むとき、その事業の中にイベントもあれば講座への講師派遣もあります。まず、「連携」といった場合には、どこと一緒に「連携」して何をするかというふうに考えます。ですから、どこに派遣しているかといった意味での「派遣先」と「連携先」とは明確に区別していますし、どこから派遣依頼があったのかといった「派遣依頼先」も明確に区別しています。さらには、「派遣場所」が「派遣先」と異なる場合もありますので、これも含めて明確に区別して整理しています。要は、そのように区別して管理しておかないと、正しい「要因分析」や、「チャネルの分析」をすることが出来

ないと考えているからです。この点は非常に重要なことであると考えていまして、講座実施後に行う「アンケート結果」と併せて、「質の高い講座を継続的に実施出来ているのは何故だろう」とか、「逆にどうして上手くいっていないのか」といったことを確りと考える材料としても有効に活用しています。

このようにして細分化した材料をベースに正確に「評価」すること大切なことです。東京都金融広報委員会においても、必ずイベント・講座等の事業の都度、「評価」を行います。「評価」することで、やはり新たに見えてくる視点がございますので、こうしたPDCAを繰り返すことで、先々、事業を改善できたり、継続できたり、或いはやめたりといったことに結びついていくと考えています。

繰り返しになりますけれども、「連携」の定義を明確にしたうえで、開示できる可能な範囲内で確りと「開示」していくということであれば誤解されることもないでしょうし、いろいろな形でいい形になるのではないかというふうに思っています。

以上です。

○越山部会長 どうもありがとうございました。

非常にいい御意見が多く出てきました。また、事務局の皆さんが新たに整理し直したり、それに基づいて中身がわかりやすくなったことも感謝します。加えて関係機関の意識を向上させるという方策についても御意見をいただきました。それらも踏まえて、多様な主体のほうですが、この数値目標に関しては御了解いただいたとして、いろいろ御意見をいただいた件については引き続き事務局様のほうで今後の戦略等に生かしていただければ幸いに存じます。

時間が押してまいりました。区市町村への支援の箇所ですが、いろいろ難しい部分はある中で、急に増えていくのはなかなか難しい部分があるかと思いますが、この数値目標、または、この数値根拠等の資料に関して何か御意見等はございますでしょうか。

○上村委員 区市町村さんは、本当にやっつけらっしゃるのです。それを協議会という形まで持っていくハードルが非常に高いというふうに思っらっしゃるのではないかと思います。消費者庁は都道府県を一覧表にして地図上に、ここは何月に協議会をつくりましたみたいなのを公表していますよね。やはり都道府県の担当者の方は、あれを見て何県はいつ出した、協議会をつくった、どうやってつくっただろうとって資料を集めて、このレベルで協議会なのだ、では、これでいいかなみたいな感じで消費者庁のほうに連絡を入れてらっしゃるということがあるので、できるならば東京都のほうも区市町村にこう

いう形で、今、千代田とか新宿、江東、葛飾はやれているけれども、今やっという程度というか、例えばこの会議の中に誰かが加わっていただくということで可能ですよとか、そういうふうに言っているのかどうか分からないですけども、そのレベルでもそんなにやっという追加をしなければならないのではなくて、今までやっというものに乗っけることで協議会というのは可能ですよという情報をお知らせいただいて、市区町村がやっという活動を東京都できちんと把握していただいて、より支援がしやすい体制をつくっていただきたいというふうに思います。非常にハードルが高いように思っというものをそうではないですよという形でお伝えすれば、もう少しここは、今まで知っている限りにおいても足立とかいろいろな実績のあるところはどんどん上がってくるのではないかと思いますので、そこをお願いしたいというところがあります。

東京は多様な市区町村の活動の仕方がされていますので、世田谷とか杉並とかされているところの特色を出して、新しいそれぞれの特色を見せていくのに、一度東京都がここで把握したいものなのだという、私としてはそういう形で東京都が動いていただけるといいなど、直接消費者庁とかセンターと連携するということもあるかもしれないけれども、東京都の消費者教育として一度それぞれの市区町村がやっというものをきちんと把握して見せていくためにも、ここにこういう連携の形がわかるような協議会を一つ置いてもらえないだろうかとか、そういう検討をしてほしいということで話しかけをしていただくと、本当にいろいろやっというのが見えてくるのではないかとというふうに思いますのでよろしくをお願いします。

○越山部会長 ありがとうございます。

それでは、区市町村への支援の数値目標に関してもよろしいでしょうか。

(「はい」と声あり)

○越山部会長 ありがとうございます。

それでは、この到達目標の資料4に関しては、この内容のまま御了解いただけたということで、先ほどの御意見等を踏まえて今後の戦略について御検討いただければ幸いに存じます。

それでは、審議の3として、東京都消費者教育アクションプログラム平成28年度取り組み予定についての議題に入らせていただければと思います。

先ほど審議いたしました平成27年度の取り組み実績と到達目標を踏まえ、平成28年

度に予定している取り組み等について事務局から御説明の上で、次年度のアクションプログラムについて御審議いただきたいと思っております。

それでは、事務局からアクションプログラムの平成28年度の取り組み予定について御説明をお願いいたします。

○企画調整課長 それでは、資料5に基づきまして御説明をさせていただきます。

基本的に、先ほど御説明しました27年度の事業の継続というものが多いので、説明は簡略にさせていただこうと思っております。

まず、「多様な主体との連携」につきましては、それぞれ今、目標値にもなりましたようなことも踏まえまして、出前講座とか事業者の取り組みの状況をホームページで御紹介していく。また、そういったような実績も、本日はお配りできる資料が御用意できなくて大変申しわけなかったのですが、そういったものをできるだけ内容がわかるような形で公表していくような取り組みを進めていきたいと思っております。

基本的には、「多様な主体との連携」の1から6までは本年度のものを継続して実施していくというようなところで考えております。

また、区市町村への支援につきましても、基本的な方向性は変わっておりませんで、また、区市町村のニーズ、いろいろな御意見をいただいたところを踏まえながら必要な情報提供等を行いまして、それぞれの取り組みを進めてまいります。

次の「ライフステージごとの取組」でございますが、最初の若者の消費者被害防止に関しましては、多少やり方は工夫していくようなところもありますけれども、キャンペーンや若手の漫才コントを活用して普及啓発を図っていくとか、ホームページを見やすく改良していく。また、先ほど申し上げましたアプリは事業終了となりますので、3-5は欠番ということになっております。それにかわるようないろいろな情報発信も工夫してまいります。

4番目の「高齢者の消費者被害の防止」といったところでは、キャンペーンや見守りの人材向けの講座、こちらは先日御答申いただきました審議会の高齢者の見守りネットワークの普及拡大というか取り組みの強化に向けまして、見守り人材向けの出前講座というのは28年度は事業を拡充いたしまして年間300回を予定しているところでございます。これはまだ予算審議中でございますので予定ということにさせていただきます。

また、高齢者向けに悪質商法の手口をわかりやすく紹介する効果的な取り組みというのは、今年度試行で行いましたので、来年度は本格的な事業展開を予定しているところでござ

ございますので、28年度も拡充予定ということにさせていただきます。

また、今年度まではこちらに地域における高齢者見守りネットワークの支援という項目を記載しておりましたが、いろいろ御審議いただいて、28年度はそれぞれ区市町村のチェックシートの作成とか、それに向けた区市町村の取り組みということになりますので、今の段階で消費者教育といったところとはちょっとフェーズが異なってきておりますので、それはそれで進めるのですけれども、消費者教育という中からは事業としては掲載しないというような整理をさせていただきます。

また、5番目の「子供の安全確保」といったところで、セーフティグッズフェアとか来場者数も多くなってきておりますので、そういったような目で見える形でのイベントへの普及啓発にも力を入れてまいりますし、また、事故防止ガイド等もいろいろな事故の状況等を踏まえたものを工夫し、配布先等も工夫してまいりたいと思っております。

簡単ですが以上でございます。

○越山部会長 ありがとうございます。

それでは、平成28年度のアクションプログラムについて御審議いただきたいと存じます。また、これに関連して今後の消費者教育のあり方など自由に御発言いただき、意見の交換等も行えれば幸いに存じます。

それでは、何か御意見等はございますでしょうか。

○上村委員 今後のものも含めてということでしたので発言をさせていただきますと、今のうの文部科学省の消費者教育フェスタなどでも、公正で持続可能な社会というのをどうやって築いていくのか、そういう視点で、例えば石川の公民館、島の公民館活動とか、そういうものも消費者教育だという地域興しで高齢者が子供たちと一緒にいろいろな今までの地域にある生活文化を子供たちに伝えていって、こういう暮らし方があるよねというのを子供たちに教えてきた、環境教育だと思われたり、地域づくりだと思われているようなものは、実は消費者が自覚的に消費生活をするための消費者教育なのだということらえ方の転換をしているところなのです。

そういう意味でいったときに、今、アクションプログラム、ライフステージなどで考えられているところが被害の防止というところに消費者教育の活動内容が限定をされてしまっているように思いますので、そこももう少し広がりを考えて、東京都ならではのこの後の消費生活、お金の使い方も含めて少し広げた考え方で展開をしていただけるといいかなと感じたところでありますのでよろしくお願いします。

○越山部会長 ありがとうございます。

今の御指摘に関して、何か御回答とかはございますか。よろしいですか。

それでは、引き続き御意見等、今後のあり方についてでも結構です。

お願いします。

○宮阪専門員 実は、今の点については上村先生と同じ考えを持っておりまして、ライフステージに応じた施策が「消費者被害防止」ばかりになっているのですが、今世間でよく聞かれる言葉として「老後リスク」という言葉がありますが、やはり若いうちから生活設計を確り行っていくことの大切さや、「ライフプラン」を作ったりライフデザインを描いたりする必要性は一段と高まっていると考えていまして、もしそういう分野をアクションプランに入れる余地があるのであれば、ぜひ入れて頂きたいと思っております。

それと、先ほど御説明頂きました資料5をみますと、例えばこの中の2-4に「消費者教育推進地域協議会等の設置への支援」ということが書かれているわけですが、こういったものを含めて、回数目標みたいな「量の目標」に止めるのではなく、「質の改善」についても明確にうたわれるような工夫をして頂けるのがよいのではないかというふうに感じております。

以上です。

○越山部会長 今、言われた質の改善というのは、協議会を設置することで消費者教育の推進にどのような意識の変化とか動きが生ずるかという、そういう価値観みたいなことを言われているのですか。

○宮阪専門員 例えば2-4ですと、働きかけの仕方を来年度は今年度とは違いはどうかというふうに工夫して改善していくのかという、そういう意味での「質の改善」です。それ以外にも「多様な主体との連携」であるとか、多分、全項目一致していると思うのですが、来年度の施策を考えていく際に必ず今年度の実績や反省を踏まえて考えていくことになると思いますので、どうやって「質を改善」を図っていくのかというところを是非考えて頂ければと思っております。

○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。

○長谷川委員 講師派遣をするときの東京都の消費者啓発員（コンシューマー・エイド）という方々がおられるということですが、今、どれくらい人数がおられるのか、登録要件、資格要件みたいなものがあるのかと思うのですが、どういうもので、一般の例えば事業者

の中からこういう方になっていただけるような道が開けているのかというのが1点と、事業拡大と申しますか、対象が広がったり活動が活発になるにつれてこのような方々の人数的な面での考慮も必要になって来るのではないかと思うのですが、そういう育成に向けた計画とか、お考えがあるのであればお伺いできればと思います。

○消費生活総合センター活動推進課長 消費生活総合センター活動推進課長、江寺でございます。

コンシューマー・エイドは、現在37名おります。

資格要件でございますけれども、消費生活相談員などの資格を備え、地方公共団体の窓口で消費者相談員として3年以上の経験がある方です。公募を行い私どもの、試験を受けていただきます。まず書類審査などの第一次選考を合格をされた方にプレゼンテーション能力養成講座を受講していただき、そのプレゼンテーション能力を図る第二次選考を受けていただいて、それを合格された方がさらに先輩コンシューマー・エイドに同行し、数回実際に講座をやっていただいて、その後でひとり立ちしていただく。それで終わるわけではなく、毎年度再養成講座という研修会を実施しております。年間6回程度、消費生活に限らず、例えばこれから行う再養成講座のテーマですが、認知症に関する基礎知識や繊維・洗濯などの衣類に関する最近の傾向についてなどのかなり幅広い研修会を実施して知識を積んでいただいた上で活動していただいております。

育成計画でございますけれども、今年度は、10名増員したところでございます。これは消費者教育の充実に伴い出前講座を拡大して実施するというところでコンシューマー・エイドが不足することが予想されましたので、増員いたしました。

育成についてはただいま申し上げたとおり、再養成講座で新しい知識をふやしていただくなど研鑽を積んでいただくということと、それから、人数的には実際に活動していただいて不足が出ればまた募集をかけたいというふうに思っております。

以上です。

○越山部会長 よろしいですか。どうもありがとうございます。

私もよく知らなかったのですが、その専門の方というのは、個別に法律や契約などの分野に詳しい特定の専門家というより、幅広く消費生活分野のことを知っている方ということでしょうか。

○消費生活総合センター活動推進課長 専門分野に詳しい方もいらっしゃいますけれども、繰り返しになりますが、基本的には消費生活専門員、消費生活アドバイザーなどの相談員

資格を持った方で、区市町村など地方公共団体での消費者相談に携わってから3年以上の御経験を持った方ということなどが応募資格になっています。ただ、その中でも非常に専門性の高い方もいらっしゃるのです、お申込のオーダーに応じて適合したコンシューマー・エイドを派遣させていただいております。

私も習志野市でそういう相談員の方に何度か授業に来ていただいたりしていますので、広い地域の方というのは学生についてもいろいろな質疑応答にも耐えられるので非常にありがたいところでもあります。

ほかに何かございますでしょうか。

○増田委員 このプログラムに関してはこのままで賛成いたします。

中身について少しお話しさせていただきたいのですけれども、高齢者は今ある財産を守る必要がありますから、被害の未然防止とか悪質商法、消費者トラブルに遭わないようにという視点はすごく重要だと思うのです。若者に関しては、それにプラスして、これからの生き方について重要なので、先ほど宮阪委員のほうからもお話があった、生活設計、ライフステージに合わせたやり方ということとか、あとは食生活に関してはとても重要ではないかと思います。

今、健康食品に関して機能性表示食品が出て、180種類ぐらい届け出が出ているようですが、そんなにたくさん出ているにもかかわらず、買う側がそこら辺の区別がつかない状況だと思います。消費者庁のほうも来年度以降、健康食品に関する教育というものに力を入れていきたいということをおっしゃっていました。

そういう意味で言うと、栄養をバランスよくとりましょうというだけではなくて、それとは別に健康食品も高校生が普通に買っているわけですから、それがむだ遣いになるかもしれないとか、そういう意味での取り組みは、中学生だったら区市の支援にもなるかと思っています。そういうことも含めて中身の支援というのを考えていただいたらいいのではないかというふうに思いました。

教育委員会がどういうふうにか考えるのかとか、そういうところもあって外からアプローチするのが大変難しいところです。私どもの団体では健康食品の講座に特化したものを来年度つくろうというふうにも考えておまして、そのための資料も考えているところがございますので、そういうような支援をしていただくといいかなと思います。

○越山部会長 新しい法律や改正、新しい商品、新しい事故などができたら、それに合ったリーフレットや相談の拡充、重点的な啓発などをやられているのだと思います。そう

いう意味でも今のような御指摘というのは、危害防止にすぐにつながるわけではないかも知れませんが学習できる機会が増えてくるといいなと思いますので、ぜひ御参考にしていただければ幸いです。

あと何かございますでしょうか。お願いします。

○板寺専門員 私、民生委員・児童委員の立場から、皆様の御意見等々をお伺いして活動のほうにつなげられればというようなことを思いながら参加させていただいておりますけれども、先ほどの東京都並び区市町村からの普及啓発活動に関しまして、いろいろな取り組みということで出前講座、また、出前寄席など、事業者による啓発活動とかいろいろな配布物によるグッズなどを、私ども、また地域も含めて配らせていただいて普及啓発に取り組んでいるという中では、ある程度の一定の効果というのは肌身に感じるのです。その出前寄席、いろいろな形の中でそのような発信したことに関しまして、それに関して高齢者の方々の認識というのが非常に高まるという点ではとても効果があるのではないかと思っています。

ですが、出前講座などは一定期間おきますと、やはり高齢者の方々はそのことの思いが若干薄くなっていくのかなというふうにも思ったりします。そして、私たちが一番考えなければいけないのは、このような啓発活動に出てこれない方、呼びかけに関して出向いていただけない方がかなりいらっしゃいます。そういう方に対しての普及啓発ということも少し取り組みの中で考えていただければありがたいなというふうに思っております。

根強いというか地道な活動に関して、私たち、また関係機関が地域の方たちと一緒に訪問させていただいて、そのような形で普及啓発、防止につながればというようなことなのですけれども、先ほどの連携の団体などたくさんのいろいろな分野の方からの御協力、連携がいただけるのかというふうに考えますと、そういういろいろな分野で区市町村の出前講座もそうなのですけれども、いろいろな角度から防止につながるのではないかとというようなことで非常に心強く思っています。

以上です。

○越山部会長 ありがとうございます。

今の御指摘というのは、この基本計画を作成する最初の段階で議論になりました。どんどん積極的にコミュニティーに参加してされる高齢者もいますが、なかなか来ていただけない高齢者に契約上のトラブルなどの消費生活上の問題を回避するためのいろいろな学習の機会をつくるにはどうしたらいいかということですね。どう伝えればいいのかというの

は当初からの課題もあり、高齢者を対象にした消費者教育のあり方は、この協議会の大きなテーマの一つです。幸いにも消費者安全法の改定で、福祉部門の方々と連携した形で消費者教育もなされることが期待されています。消費生活部門の方から直接高齢者に何かを積極的に伝えるのに難しい部分もあろうと思います。しかし、今後は福祉部門の方々どんな消費者教育があるのか、どのような問題が起きているのかなどを伝え手段として、今回、4-2として拡充した形で高齢者を見守る方々向けの出前講座みたいなものもどんどん積極的に入れていただいたりしています。御指摘されたとおり、なかなか情報が伝わらなかった高齢者への対応が、法律もできてこのような連携した基盤ができ、さらに、拡充されて対応できる可能性も期待されています。ぜひ今の部分は何らかの効果がどんどん増えてくることを期待しているような次第でございます。

○洞澤委員 私からも何点か。今、御指摘もありましたけれども、先般の審議会の中でも福祉部門と消費生活部門の連携ということが一つの大きな課題として指摘されていたかと思いますが、草の根のレベルのところ、今回拡充の対象になっている高齢者見守り人材向けの出前講座というものが非常に重要になってくるかと思っています。その中で、ぜひとも消費生活センターの機能などについても知っていただけるように、こういった方々にもそういった情報の提供もしていただきたいと思っているということが1点目。

それから、2点目として、先ほど来申し上げおりますが、多様な主体がみずから主体的に教育にかかわっていくということが非常に重要だと思っています。

自分自身の体験ということでもないのですが、東京都さんのお仕事の関係で、お笑いの芸人さんたちが悪質商法の被害をコントのような形にして公表するというような企画がこのところ年に1回行われているかと思うのですが、それに関与していて非常に実感しているのは、恐らくそこに関与してくださっている芸人さんなり学生さんなりというのは、自分たちのお笑いを公表する機会を得たいとか名前を知ってもらいたいというような思いもあると思うのですが、間違いなくこういったものがあるよというようなことで情報が引き継がれていて、かつ、参加されている芸人さんなり大学生の方なりというのが年々知識も蓄積されて、恐らくなかなか高度な内容になってきているかと思うのですが、そういった形であったとしても、その方たちが地域に戻られたときに一つの重要な情報源というか、見守りの主体としても活躍していただける何かにつながるのではないかと非常に実感しております。できるだけワンウェイという形ではなくて、相互で連携して、かつ、主体の方に積極的にかかわっていただくということが重要かと思っています。

いる次第です。

それから、3点目として、やはりインターネットをもっと活用していただくのが重要かというふうに思っていて、これは私が知らないだけなのですけれども、四コマ劇場とかいう漫画が冊子で配布されているのは知っているのですが、こういったものも著作権者との権利関係の問題とかがあるのかもしれないのですけれども、インターネットとかでも閲覧ができるような形にすると気軽に見られるのかなというような、それは細かい話なのですが、そういった活用もしていただけるといいかなというふうに思いました。

以上です。

○越山部会長 ありがとうございます。

いろいろ御意見をいただきました。それでは、資料5のアクションプログラムの件に関しては、特にこれではというような御意見がなければ、この内容の方向で進めていただければと思います。

最後で大変恐縮ですけれども、私も1点だけ専門分野から意見がございます。最後の5の「子供の安全確保」の箇所に関してです。近年、私もいろいろところで子供の事故のことについて啓発をさしております。近年でも、パック洗剤、ボタン電池、医薬品のPTPの問題など、子供の誤飲事故が後を絶ちません。しかし、あまり注目されなかったものを前向きに対応していこうという動きもでてきています。いますが、実は私自身も普通救命指導の普及員をしたりしています。その中で若いお母さん方に、子供が誤飲したときにすぐ吐き出せるような応急措置の方法みたいなことを教える機会があります。東京都も積極的にこのような救命講習をやっておられますが、そんな中で、ただそういう動作だけではなくて、実は子供のこういう誤飲事故が最近非常に増えていて、そんなときのためにもこういう救命動作が重要なのですよというような連携情報共有した啓発の仕方もあるのかと思っております。子供の製品事故に関連する安全問題に関してもいろいろな連携や協力で有機的に普及に努められればと思ったりしております。これはあくまでも意見です。そのような機会がございましたら、ぜひ参考にいただければと思っております。司会者が長々とお話しして大変申しわけありませんでした。

それでは、資料5の平成28年度のアクションプログラムに関して、このような形で御了承いただければと存じますけれども、よろしいでしょうか。

(「はい」と声あり)

○越山部会長 どうもありがとうございます。

それでは、最後に全体を通して御意見とかがございましたらお願いできれば幸いです。よろしいですか。

それでは、時間になっておりますので、本日は御意見をいろいろありがとうございました。いただいた御意見等を踏まえて、事務局で平成28年度版の消費者教育アクションプログラムを作成させていただければと存じます。作成したアクションプログラムにつきましては最終的な内容について、もし部分的に修正等が出てきましたら、部会長と御相談をさせていただいて詰めさせていただければと思います。きょうの御議論の中だとそんなに大きな変更等はないと思いますので、基本的にはきょうの御賛同いただいた方向性でまとめ、完成としていただく方向で進めさせていただければと思っております。そのような方向でよろしいでしょうか。

(「はい」と声あり)

○越山部会長 ありがとうございます。それでは、そうさせていただきます。

それでは、今後の予定についてなど、事務局より御連絡をお願いいたします。

○企画調整課長 大変貴重な御意見の数々、どうもありがとうございました。消費者教育の基本計画につきましては、計画の中で特に重点的に取り組む世代、テーマということで、今、御議論いただいた5つのテーマが決まっておりますけれども、消費者教育の計画の中には種々事業として取り組むべきものが入っておりますので、本日いろいろ御意見を踏まえて、もう少し事業を整理いたします。現在、アクションプログラムには入っていないけれども、計画のほうには入っているものもありますので、そういったものにつきましては、また越山先生と御相談の上、アクションプログラムへの事業の追加ということも検討したいと思っておりますのでよろしくをお願いいたします。

また、本日いろいろ御意見いただきましたけれども、さらにもう少しこういう考え方もあるなど御意見ございましたら、メール等で結構でございますので2月2日までに事務局までお寄せいただければ、それも加味したものを検討したいと思っております。

アクションプログラムにつきましては3月中を目途に作成いたしまして、皆様にお送りさせていただきまして御確認をお願いし、部会長の御了解を得てから印刷ということにさせていただきます。次年度になりますが、次回開催の消費生活対策審議会の総会で御報告させていただく予定にしておりますので、よろしくをお願いいたします。

以上でございます。

○越山部会長 ありがとうございました。

それでは、これもちまして第3回「消費者教育推進協議会」を閉会させていただきます。

第23次の消費生活対策審議会の部会としては最後の開催となります。お忙しいところ、ここまで御尽力、御協力いただきまして大変ありがとうございました。どうもありがとうございます。

午前11時50分閉会