

第28次消費生活対策審議会
第1回東京都消費者教育推進協議会

令和7年2月5日（水）
オンライン

(午後1時58分 開会)

○野口企画調整課長 皆様、本日は御出席をいただきまして誠にありがとうございます。本協議会の事務局を担当しております、東京都生活文化スポーツ局消費生活部企画調整課長の野口と申します。どうぞよろしくお願ひいたします。

初めに、消費生活部長より御挨拶申し上げます

○片岡消費生活部長 消費生活部長の片岡でございます。本日は御多忙な中、東京都消費者教育推進協議会に御出席いただきまして誠にありがとうございます。

部会長もありがとうございます。

会議に先立ちまして、一言御挨拶を申し上げたいと存じます。

本協議会は、消費者教育の推進に関する法律に基づき設置しており、消費者教育の総合的な推進のため、情報交換や協議等を行っております。都の消費生活関連施策の基本方針であります東京都消費生活基本計画は5年ごとに改定しております。来年度からは次期計画改定も見据えながら、今後の東京都における消費生活行政の方向性などについて社会経済情勢や具体的な取組も意識しながら検討を始めてまいりたいと考えております。

近年、次から次へと悪質な手口が現れ、多くの消費者がトラブルや被害に遭っています。また、SNS上では偽の情報や間違った情報が出回り、消費者を誤った判断へと誘導しています。今後の具体的な取組の中でも、消費者教育の効果的な実施が強く求められていることを実感しております。

本日は、今後の都における金融経済教育に関する考え方につきましても御説明させていただきます。本日は忌憚のない御意見をいただければと存じます。どうぞよろしくお願ひいたします。

○野口企画調整課長 次に、事務局から本日の御出席状況と定足数について報告をいたします。

○事務局(守田) 本日の出席状況について御報告させていただきます。本部会は、委員6名、専門員3名で構成されており、御出席をいただいております委員の方は6名、全員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6に定めます委員総数の半数以上の出席という総会開催に必要な定足数に達しておりますことを御報告申し上げます。

○野口企画調整課長 ありがとうございます。なお、本会議は原則公開とし、本日の会議内容は都のホームページ等に掲載し、公表させていただきますことを御了承願ひます。

資料につきましては、事前にお送りさせていただきましたが、次第のとおりとなります。説明に応じて画面でも共有させていただきます。どうぞよろしくお願ひいたします。

次に、委員、専門員の御紹介をさせていただきます。

○事務局(守田) 御参加の委員・専門員の御紹介を名簿の順にさせていただきます。お名前を読み上げさせていただきますので、接続状況及び音声確認のため、マイクをオンにして、一言お返事をいただきますようお願いいたします。

ファッションジャーナリスト、一般社団法人日本エシカル推進協議会会長、生駒芳子委員でございます。

○生駒委員 生駒芳子と申します。どうぞよろしくお願いいたします。

○事務局（守田） 東京家政学院大学現代生活学部教授、小野由美子委員でございます。

○小野委員 小野でございます。よろしくお願いいたします。

○事務局（守田） 山梨大学大学院総合研究部教育学域教授、山梨大学教育学部附属小学校校長、神山久美委員でございます。

○神山委員 神山でございます。本日はよろしくお願いいたします。

○事務局（守田） 公益社団法人全国消費生活相談員協会専務理事、坪田郁子委員でございます。

○坪田委員 坪田でございます。よろしくお願いいたします。

○事務局（守田） 東京商工会議所理事、事務局長、湊元良明委員でございます。

○湊元委員 湊元でございます。よろしくお願いいたします。

○事務局（守田） 弁護士で、部会長でいらっしゃいます平澤慎一委員でございます。

○平澤部会長 平澤です。よろしくお願いいたします。

○事務局（守田） では、専門員を御紹介させていただきます。

東京都金融広報委員会事務局長、岡崎竜子専門員でございます。

○岡崎専門員 岡崎です。よろしくお願いいたします。

○事務局（守田） 東京都民生児童委員連合会常任協議員、藤沢行男専門員でございます。

○藤沢専門員 藤沢です。よろしくどうぞお願いします。

○事務局（守田） 公益財団法人東京都私学財団事務局長、山根努専門員でございます。

○山根専門員 山根でございます。よろしくお願いいたします。

○事務局（守田） 以上でございます。

○野口企画調整課長 それでは、会議の進行を平澤部会長にお願いしたいと思います。平澤部会長、よろしくお願いいたします。

○平澤部会長 ただいまから第28次消費生活対策審議会、第1回東京都消費者教育推進協議会を開会いたします。

部会長を務めます平澤です。どうぞよろしくお願いいたします。

本日は、議題が二つございます。まず初めに、議題の一つ目として、消費生活基本計画における消費者教育に関する施策に関して、今年度の取組実績と来年度の取組予定について事務局から御報告をいただき、委員の皆様から御意見をいただきたいと思います。

それでは、事務局からお願いいたします。

○野口企画調整課長 はい。それでは、資料2と資料3について説明をさせていただきます。

まず、資料2でございますが、現行の消費生活基本計画、5年間の取組のうち、消費者教育に関わる部分を抜粋してまとめたものでございます。

御参照いただき、詳しい内容については、参考資料の調査票により御確認ください。消費者教育に関する取組、令和6年度実績、令和7年度予定については、資料3により説明いたします。

それでは、資料3に移ります。

資料3-①から資料3-⑩まで、今年度のこれまでの取組を学校教育における消費者教育、注意喚起・情報発信、区市町村支援、全世代に向けた消費者教育等、五つの観点から主なものを取り上げています。

昨年夏の消費生活対策審議会で、今年度の取組予定として御紹介したものがベースになっていますので、実施内容については資料を御参照いただき、本日は、各取組の中で使用した素材や実績を中心に説明、報告をいたします。

資料3-①です。学校教育における消費者教育の推進では、高等学校において成年年齢引下げに伴い、指導の充実に向けた研修会を実施しています。

研修会には、家庭科や公民科を中心とする全都立高校の教員が参加しており、消費者教育の課題を共有しています。

また、消費者教育コーディネーターが校長連絡会等において出前講座や教材等の活用を含め、実践的な消費者教育の提案を行っております。

校長会の説明で使用した資料を御覧いただきます。（資料投影）

こちらが、校長会で使用した資料でございます。このように、いろいろ実際の相談ですとかトラブルの件数状況等、具体的な事例なども踏まえまして、身近にある問題であることを校長先生方に知っていただくような素材を作成して、御案内をしております。

資料に戻りまして、小中学校等でも高等学校同様、教育庁や区市町村教育委員会と連携しまして、小中学校における消費者教育を推進しております。

保護者等に向けましては、資料3-②、こちらに記載したチラシを配布しています。

18歳の高校生、高校3年生になりますと18歳の生徒さんに順次なっていきますので、その前に、高校2年生の保護者の方々に理解を深めてもらえるよう、継続して実施をしております。

資料の右側ですが、消費者教育・啓発ノートです。漫画などで若者に被害が多い悪質商法の事例を分かりやすく紹介し、問題点を考えさせ、気づきを促すような構成で理解を深める工夫をしています。都内の全高校の2年生に配布をしています。

資料3-③です。実際に消費者教育に関する授業や生徒指導を行う教員を支援する必要があります。そのため、教員講座を実施し、社会情勢を踏まえた最新の消費者問題を取り上げるほか、オンラインツール等を活用しながら、教員の負担軽減と利便性向上に取り組んでいます。

資料の中段の部分です。消費者教育コーディネーターは、令和2年度から消費生活総合センターに設置して活動を開始しておりまして、高等学校、中学校、特別支援学校と活動範囲を広げてきています。

資料の右下に特別支援学校におけるロールプレイングの様子が 있습니다。こちらは写真ですけれども、数秒ですがロープレの様子が 있습니다ので、ほんの短い動画ですがちょっと御覧いただきたいとします。

(動画視聴)

コーディネーターが生徒に語りかけまして、生徒自身に考えてもらうよう、主体的な教育の機会を提供しています。

資料3-④、社会情勢の変化などを捉えた情報発信では、今年度は悪質ホストクラブ等での高額請求問題を取り上げ、動画の放映等による注意喚起を実施しています。

(動画視聴)

今月16日まで歌舞伎町タワービジョンで放映しており、SNSでも発信しています。また、悪質ホストクラブに関する注意喚起については、歌舞伎町付近の街頭スピーカーでも消費生活部の職員のナレーションによる注意喚起を実施しています。

資料3-⑤、若者向け悪質商法被害防止キャンペーンについてです。左側はポスターですけれども、同様のデザインのリーフレットも作成するとともにショート動画も作成、放映しています。こちら若者参加型事業と、その下、若者への消費者教育でございます。こちら続けて動画を御覧いただきたいとします。

(動画視聴)

今のがCM動画コンテストですね。こちら大学と連携した教育ということで、実際に、学園祭にセンターの職員中心に草の根活動といいますか、足を運んで啓発した動画がございますので御覧いただきたいとします。

(動画視聴)

どうもありがとうございます。CMシナリオ・動画コンテストは、消費者教育コーディネーターさんも非常に一生懸命、精力的に学校の案内をしていただいたり、センターのほうでも広報プロモーションを一生懸命工夫したりしまして、昨年度よりも1,000件程度の応募数の増加があったと聞いております。

それから学園祭ですね、そちらにもセンターの職員の皆さん中心に足を運んでいただいて、様々な工夫、VR体験なども含めて学生さんに体験していただきました。

それでは、資料3-⑦に進みます。学校への情報発信は、学校向けメルマガ、教員向け消費者教育情報提供誌、校長連絡会等での説明などを実施しました。

その下、区市町村支援ですけれども、合同研修、共催講座、都の消費者教育啓発員の派遣による講座実施の支援を行いまして、それぞれ記載のとおりの実績となりました。

資料3-⑧になります。学校や若者向けだけでなく、高齢者を含む幅広い世代に対して消費者教育を実施しました。社会のデジタル化への対応についても取り上げています。

くらしフェスタ東京のうち、昨年10月25日、26日に新宿駅西口広場イベントコーナーで開催した交流フェスタの様子も御覧いただきたいとします。こちら静止画ですが、御覧いただきたいとします。

御覧のとおり新宿駅西口イベントコーナーで、来場者数は約1万2,500人となりました。出展団体によりまして、六つの出展ブースを設けております。左側、④と⑤と今映っていますけれども、六つ展示ブースを設けました。

それから、上のほうに戻れますでしょうか。こちらはワークショップと体験コーナーということで、親子で参加できる無料の体験コーナーとエシカルワークショップを実施しましたということで、御覧のような感じでお子様にも楽しんでいただきました。

それから下のほうスクロールしていただいて、セミナーステージではプロの漫才師が面白くてためになる啓発漫才を披露ということでございます。軽快なやり取りに会場も笑い声に包まれましたと報告されています。

それから、出展団体からはマスコットキャラクターが登場して、消費生活総合センターの悪質商法被害防止のキャラクター、さらに右下、カモかもですとか、サギだもん、それから相談インコ、こういったキャラクターにも登場いただいて、来場者数の獲得に工夫をいたしました。

それでは、資料3-⑨に進みます。

TOKYOエシカルですが、こちらはパートナー企業が集まるカンファレンスやキャンペーン、イベントなどを組み合わせて実施をしまして、特に夏以降、中高生ワークショップも行いました。ワークショップの様子を一部御覧いただきたいと思います。

(動画視聴)

ありがとうございます。資料3-⑩に進みます。

昨年夏の消費生活対策審議会で実は本企画について説明させていただきましたが、実施に向けて委員の皆様から幾つか御指摘と御意見をいただきました。御指摘等を踏まえまして、企画内容を練り直しまして、これからの消費者市民社会の担い手となる大学生による参加型の企画として実施することにしました。

夏の段階で言葉が、私ども事務局からの言葉の使い方について御意見いただきましたので、もうちょっと広い観点から既存の概念や考え方を生かしつつ、そちらを学生さんたちにより理解を深めてもらうというような内容にしております。

大学生4チームから、これからの消費社会はどうあるべきか、消費者被害防止の観点などを踏まえまして、効果的な施策や広報活動について検討・提案してもらう予定です。成果については来年度改めて報告させていただきます。

資料3-⑪、こちら令和7年度の主な取組予定でございます。引き続き、学校教育における消費者教育を推進するとともに、消費者トラブル等の相談状況を踏まえた注意喚起と情報発信に取り組みます。若者への消費者教育はもとより、相談の3割を占める高齢者の消費者トラブル防止に向けても各局の情報発信ルートを活用できるよう、調整しながら進めてまいります。

エシカル消費におきましても、パートナー企業との連携の在り方やワークショップの内容などにさらに工夫を凝らしつつ進めていきたいとも考えています。

資料2、それから資料3について以上でございます。

○平澤部会長 ありがとうございます。

それでは、ただいまの報告を基に御質問、御意見がありましたらお願いいたします。また、これに関連して今後の消費者教育の在り方などを自由にご発言いただき、意見交換を行いたいと思います。進め方については事務局からお願いいたします。

○野口企画調整課長 発言を希望される方は挙手ボタンを押してお知らせください。部会長から順番に指名をしていただきますので、御発言の際にはカメラとマイクをオンにいただき、終わりましたら再びオフにさせていただきますようお願いいたします。

○平澤部会長 それでは、御発言のある方、よろしくお願いいたします。

そうしましたら、小野さん、お願いいたします。

○小野委員 小野でございます。よろしくお願いいたします。

御説明ありがとうございます。動画も交えて御紹介をいただきましたので、よく理解することができました。

私からは、御説明をいただいた内容について、思いましたところのコメントと、それから確認のための質問を一つさせていただきます。

まず、消費生活を送る上で伝えたいということについて、広告ということですが、歌舞伎町タワーでの広告など、新しい試みを、また東京都ならではのところで、とても斬新だと思って拝見しておりました。

また、CMコンテストについてですが、本学の学生もお世話になりましたけれども、TOKYOMXと連携をして、効果的に実施をされている様子、よく伝わってまいりました。

また、大学の学園祭に出かけていくというのは、とても効果的だと思ひまして、わざわざ何か講座をやるからといって集まってもらうのではなくて、アウトリーチをしていくといいでしょうか、何かのついでにってもらうといった具体的な取組がすばらしいと思ひました。御担当部局の職員の方々の御努力がうかがえるということで、敬意を表したいと思ひます。

消費者教育は体験イメージマップを持ち出すまでもなく、消費者トラブルに遭わないとか、金融教育だけではないと思ひています。ですので、主体的に消費生活を送るための総合力を養うということを勤務校でも大切にしているわけですが、その意味でも各領域を、バランスを持って取り扱っていただき、そして進めていただいているという、そんな印象を持ちました。ありがとうございます。

最後に一つ確認をさせていただきたいと思ひますが、校長会で御説明をいただいているということでございますが、私よく仕組みが分かりませんので教えてもらいたいです。学校はトップダウンの組織ですので、こういった校長会での説明によって、届けた資料などを担当の先生につないでいただけるというような効果が期待できるわけですが、この校長会での講習は、公立と私立の両方の先生がおられる機会なのか、それから小学校、中学校、高校、校長の先生方のことについて教えてください。

それらを教えていただくことによって、校長会への反応、それを今後どうやって生かしていくかといったところにも私、思いをはせながらまたいろいろ御説明を聞けるなと思いました。

それではどうぞよろしく願いいたします。

○平澤部会長 はい、ありがとうございます。

○岸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の岸でございます。

小野先生の今の御質問の回答ですけれども、公立学校においては、東京都教育委員会並びに区市町村の教育委員会に協力をいただいて、校長会、また必要に応じて教科ごとの集まりにも参加して御説明させていただいているところでございます。

私立学校につきましては、一般財団法人東京私立中学高等学校協会などに御協力をいただきまして、各種資料等を配布して御説明しているところでございます。

以上です。

○平澤部会長 よろしいですか。

○小野委員 はい。ありがとうございます。東京都は私立の学校も多うございます。それから、私自身も以前に学校で調査をしたときには、まずは校長先生、あるいは校長会で協力依頼をしてから実施をすると、調査の協力をしていただける割合が高かったものですから有効かと思ひまして、今回の様子も分かり助かりました。

○平澤部会長 ありがとうございます。そうしましたら、次は神山さん、お願いいたします。

○神山委員 神山でございます。丁寧な説明をありがとうございました。動画を交えて具体的に説明をしていただきましたので、やっていたことがとても分かりやすく伝わってきました。特に思ったのが、令和2年度から設置の消費者教育コーディネーターの方が非常に活発に活動なさっているということです。学校など、明治大学の大学祭でしょうか、また、特別支援学校でのロールプレイングも、これ消費者教育コーディネーターの方がなさっていらっしゃるんですが、そのようになかなか昔は入りにくかった学校というところに積極的に入り込んで、活発な活動をしていらっしゃるというのがとてもよいと思ひました。

また、私は都内で大学の非常勤をしておりますが、注意喚起動画を大学の授業で見せたいと思ひました。

それで一つ質問となりますが、最後の5番目のその他の取組の学生ミーティング企画について、その予定を見ると既にもう大分始まっているようなのですが、その提言のところと発信のところは違った学生が取り組むことになるのでしょうか。提言のところは消費者問題や消費者教育に関心のある学生、そして発信は広告研究に取り組んでいる学生となっています。これからどのように進むのかということで御説明いただければと思ひます。どうぞよろしく願いいたします。

○平澤部会長 ありがとうございます。学生ミーティングの質問がありましたが、よろし

くお願いします。

○野口企画調整課長 こちらのミーティングですね、実質的には実は明後日、正式に学生さんと会う予定です。これまでオリエンテーション的に、その狙いも含めて説明をしてきたと、直接その大学に、学生さんの在校している大学に足を運んだり、メールでやり取りしたりということで、狙いを、共通認識を持つような進め方をしていきました。

それで御質問の最後の提案と、それから発信のところですけども、結論から申し上げますと、全く別個に取り組むわけではなく、広告を勉強している学生さんも、この各ミーティングには入っていただき、提案側の学生さんが何を考え、何をしようとしたらいいと思っているのか、その辺もブレスト、あるいはその打合せに実際も入っていただくという形で考えています。

各チームの考え、提案内容をしっかり把握した上で、今度は自分たち、広告チームが持っている自分たちの発信のセンスですとか、言葉遣いですとか、あるいはポスター等のデザインも含めて、その提案チームの内容をポスターとして表現していただくという、そういう形で考えております。

ですので、提案チームのプレゼンテーションみたいなものも最後一つ成果物としてありますし、そのプレゼンテーション内容を的確に反映したその発信ツールとしてのポスターみたいなものを作成するというを成果物として二つ、2種類考えているということになります。

○神山委員 はい、分かりました。最後の成果物が、ではポスターという形で何点か上がってくるということですね。

○野口企画調整課長 はい、そうです。

○神山委員 ありがとうございます。以上となります。

○平澤部会長 続きまして、では生駒さん、お願いいたします。

○生駒委員 御説明ありがとうございます。中でも若者や学生が一人称で考えるコンテストがありましたね、防止をするような。とてもいいと思いました。世代的にデジタルネイティブ世代の彼らが一番分かっているわけですし、被害にも遭いやすい世代ですので、その世代が一人称で考える、そういった犯罪を防止するようなプロモーションは有効だと思います。今後はそうした世代とコラボレーションして、消費者教育を推進していくと良いと思います。

あともう一つは、AIのことですが、かのビル・ゲイツも、善人が使っているうちはいいが、悪人こそがAIを利用しないと限らないと。想像以上にAIが力を持つ時代になると懸念していると、かのビル・ゲイツも考えるぐらい、AIは、今本当に両面持っているわけですね。そこで、そういうAIとの向き合い方というか、この消費者教育の中でも、デジタル上の情報の見分け方がすごく重要になってきます。スマホというのは1対1に画面がなるので、まさに個室状態であり、テレビとかほかの媒体と違ってすごくパーソナルに情報が飛び込んできてしまう。信じやすくなるわけですね。

そういう意味で、信用するに値する情報かどうかとちょっと一呼吸おく工夫や、時間や距離を取るなど、情報との付き合い方や見極め方みたいなことも、訓練じゃないですけども、心得として、消費者として、これからは携えていかななくてはいけないと私は個人的には考えています。今後の消費者教育の中でA Iとの向き合い方についてももし何か検討されていращるのであればぜひ教えていただければと思います。

○平澤部会長 ありがとうございます。A Iとの向き合い方、どうでしょうか。

○野口企画調整課長 まず、今後の計画の中でA Iとの向き合い方、あるいは、いわゆる情報リテラシーのようなものをどのように扱っていくのか、その辺、実はまさに本日以降、金融経済教育も含めて、委員の皆様方に御意見いただきながら、次期計画にどう位置づけていくかは、また御意見頂戴したいと思います。

一方、現実問題といたしまして、生駒委員の御指摘のとおり、とにかくSNSの普及に伴いまして、偽情報、誤情報、誤った情報ですね、非常に流通しております。それに対して、それに基づく、それにだまされて消費者トラブル等に巻き込まれる方も非常に多いということが現実問題ありますので、実は我々も注意喚起ですとか情報発信のレベルでは、そういう注意情報はかねてより発信し続けております。

ただ一方で、それが都民の皆さんに着実に届いているかという観点からすれば、まだもう一段努力する必要があると思っておりますので、先ほど来、例えばCM動画コンテンツのように、まさに当事者が一人称で消費者トラブルの危険性について語るようなイベントの機会、若者の企画、大学生の企画も含めてそうなんですけれども、そういった一人称で当事者として考えていただけるような機会などをもうちょっと増やしていけるように考えていきたいと思っております。

そうしたことを積み重ねながら、次期計画の中で、注意喚起にとどまらない、そうした新しいリスクから自分を守る、そんなような施策を考えていければと思っております。

○平澤部会長 ありがとうございます。

○生駒委員 ありがとうございます。スマホは、密室状態だと私は感じておりまして、すごくパーソナルに情報が飛び込んでくるので、気づかないうちに我々大人も何か信じ込んでしまうようなところもあるメディアだと、媒体だと思っておりますので、若者に限らずもう全年齢に影響を及ぼす状況です。まして詐欺とかだと本当に年齢は関係ないと思っておりますので、ぜひ我々の喫緊の課題ということで、今、お話しくださったように御検討いただく方向で、お願いします。大変それは有意義だと思っております。ありがとうございます。

○平澤部会長 はい。ありがとうございます。

そうしましたら、続きまして、湊元さん、お願いします。

○湊元委員 湊元です。御説明ありがとうございます。非常に様々な工夫をされているかなと思います。私も特に情報発信が非常に大事ななと思っております、様々な媒体を使ってやられているのがよく分かりましたが、媒体ごとの効果検証は、東京都ではどのようにやっているのでしょうか。

例えば、ネット媒体だとクリック数などで分かると思います。紙媒体だとどのような評価をしているのか、また今後強化していくべきはどのようなところなのか、について教えていただければと思います。

○平澤部会長 はい、よろしいでしょうか。

○野口企画調整課長 はい、ありがとうございます。そうですね、実は我々もちょっと、イベントの資料でも一部ございましたけれども、SNSを使って発信する機会、非常に多く活用しております。それで、近年では発信するだけでなく、一応その発信する前に目標値、KPIなどと言われますけれども、目標値を設定して、そこに達しているかいないか、そこを達していけるように努力して取り組んでいるところでございます。

それから、CM動画のように、実際その応募者数として、応募作品数として目に見えて結果が出てくるものもありますので、そうしたことも見ながら、もし今足りないようなことがあれば、中押しといいますか、プッシュをするとか、そういったことをずっとやってきております。

○湊元委員 特に今回の取組の中で、これが、非常に手応えがあったというのは何かありますか。

○鈴木消費者情報総括担当課長 すみません、ちょっとその前に前段のリーチ数とかKPIの関係で一言申し上げたいと思います。企画調整課、鈴木と申します。

○平澤部会長 はい、お願いします。

○鈴木消費者情報総括担当課長 私どもでは、東京くらしWEBというウェブサイト、総合的なものを運営しております。こうしたもののアクセス数であるとか、実際に見ていただいている方の属性といったものをモニターしておりまして、そちらのほうを月1回のペースでそれぞれの部署の、センターを含めまして、共有をしているところであります。

例えばですが、最近の動きでいきますと、やはり学習系のコンテンツというのはよく見られていると私ども分析しているところであります。そういった、何が見られているのか、また、足りないところは何かといったものをきちんと把握いたしまして、それぞれのところに共有し、次への改善へとつなげていきたいと考えております。

以上でございます。

○平澤部会長 先ほど、湊元さんが追加で質問されましたが。

○湊元委員 今回の取組の中で効果があったもの、自分たちとして手応えがあったものについて教えていただきたいと思って御質問しました。

○片岡消費生活部長 そうですね、今、鈴木が申し上げましたように、教材はコンスタントによく見られているものなのですが、特に反響があったものとして、CMシナリオコンテンツはここ数年かなり反響があるなと思っております。

それから、動画は視聴回数がそれぞれ出ますが、マッチングアプリに関する動画なども結構見られているかと思います。

○湊元委員 ありがとうございます。いずれにしても、PDCAをしっかりと回していただ

ければと思っております。よろしく申し上げます。

○片岡消費生活部長 ありがとうございます。

○平澤部会長 岸さんのほうから、何か補足ですか。

○岸消費生活総合センター活動推進課長 消費生活センターの岸でございます。補足させていただきます。

センターの各事業につきましては、もちろんデータ等を取っているんですけども、特に広報として今年度力を入れたのは、参加する可能性の高い方々が集まれる施設や組織をターゲットに、必ず情報が届くような広報に努めてまいりました。

具体的には、高齢者を対象とした啓発、講演とかでしたら、そのリーフレット等を高齢者の方が集まる場所、また、目につきやすいということで、単に電車等の広告だけではなく、高齢者が利用する都バス、あるいは各市バス、多摩地域におけるバス路線等にも広告を載せたり、工夫を凝らしています。

そして、動画の配信ですけども、特に今、若者向けに配信している動画につきましては、年齢をまさにその29歳以下というカテゴリーに区切って、直接、若者が見られるような形で広告を出すというような形で工夫を凝らしているところでございます。

以上です。

○湊元委員 はい、ありがとうございます。

○平澤部会長 そうしましたら、続きまして坪田さん、お願いします。

○坪田委員 はい、坪田です。御説明ありがとうございます。私もよく状況が分かりまして、CMのコンテストにしましても、コーディネーターの活躍にしましても、年を追ってだんだん充実していっているのがよく分かりました。

その中でなんですけれども、いろいろとやっていただいている、本当に広がっていることはよく分かるのですが、一方で、資料の3-②にありますように、若者の被害というのは全然減らないというか、高止まりでして。これは悪質な手口、新手の手口がどんどん出てくるという、たちごっこであるとか、18歳以上の若い方の人口、東京都内の中高時代を過ごしていない方もたくさん入っていらっしゃるので、やっても、やっても追いつかないというところがあることは分かります。

消費生活センターで受けた若者相談をつぶさに分析なり、相談員からの聞き取りをしていただくと、どこで若い消費者がつかずいてしまうのかということが分かってくると思います。そういった方が、実際もしかしたら学校で出前講座とか家庭科でやっているにもかかわらず、また被害に遭ってしまっていることもあるので、よりその消費生活相談と連携した形で、深掘りをした形での、さらなる普及の深化のために何か工夫をしていただけないかということを感じました。

消費生活相談をやっておりますけれども、実は出前講座で消費者教育は受けました。それでクーリング・オフができると習ったので、クーリング・オフをしたいんですけどもと来るのですが、実はクーリング・オフができない取引のことも結構あったりして、単に出前

講座に何回行きましただけでは比例的には伸びないということは実感しております。その辺り、さらなるきめの細かさとか、深化についてどのように考えていらっしゃるのかということをお伺いしたいと思います。

それから、保護者の方へということ、こういったチラシ、大変いいと思っているんですけども、今、生徒も児童も端末を持っていたりとか、あと学校と保護者の連絡もネットでやったりしている時代になってきて、これは地域によって、自治体によって違ってくるところで、一律何かということができないとは思いますが、やっぱり個別にそういった若い方に届けるような発信の仕方、一層何か工夫していただければ、というのが感想です。

もう一点、最後ですけれども、こういった形でコーディネーターさんが広めたりしているんですが、先ほどの特別支援はコーディネーターの方が講師の役をしていたと思うのですが、コーディネーターの方がやったり、研修を今していただいている学校の先生がやったり、コンシューマー・エイドがやったりとか、いろいろあると思います。「消費者教育をやってください」、「やります」に対して、それに追いついて、ではこういう出前講座の講師を派遣しますとか、こういうことをしますということの需要と供給、今まではどんどんやります、やりますという状況だったと思うのですが、広まってくると、今度は両方の需要と供給というのも結構大変になってくるかなと思うので、その辺りの今後の考えについてもお聞かせいただければと思います。

以上です。

○平澤部会長 ありがとうございます。三つほどあったと思いますけれども、一つ目は、この消費生活相談とかこういう被害の実態に応じた取組についてですかね。

どなたか。

○平澤部会長 センターですか。

○岸消費生活総合センター活動推進課長 センターの岸です。今、委員から御指摘がありましたように、センターでは教育普及啓発が一つの柱、それと相談が一つの柱ということで、この二つの柱を相互に連携を取りながら事業を展開しています。御指摘のあったように、若者からの相談事例、そちらについては毎年、直近のデータ等を基に分析しまして、リーフレットに反映させるなどした上で、若者の啓発に取り組んでいっております。

また、もう一つは各教育委員会に配布に当たっての工夫ということですが、こちらから今年度から取り組んでいる状況ですが、やはり今、紙で配ってもなかなか手にしていただきません。

御指摘のあったように、今タブレット、データで各学校は生徒さん、保護者の方のお宅に配布するというような状況もありますので、教育委員会の希望によっては、電子データでお渡ししているというような状況でございます。

また、その結果、今年度は多摩センターで実施しています親子講座だとかの増加にも寄

与したところでございます。

3点目、教育コーディネーター等の今後の需要供給の関係ですけれども、基本的には各学校、あるいは地域における中心となる先生方、あるいはそういう活動に力を入れている先生方を支援していったって、さらにその輪を広げていこうという形で、その消費者教育を広げていこうというような形の活動をしているところでございます。

以上です。

○平澤部会長 はい、ありがとうございます。 坪田さん、よろしいでしょうか。

○坪田委員 よく分かりました。どうもありがとうございました。どんどん進めていただければと思います。

やはり消費者教育、特にこの消費生活センターが拠点となってやるものにつきましては、消費生活相談と教育というのは車の両輪になっていると思いますので、ぜひ東京都はたくさんの方のデータを持っていらっしゃると思いますので、それを有効に使った上で、実効性のある消費者教育をしていただければと思います。ありがとうございました。

○平澤部会長 はい、ありがとうございます。

そのほか、どなたかいらっしゃいますか。

もしいらっしゃらなければ私のほうからも述べさせていただきます。

具体的な説明をしていただきましてありがとうございます。やはり皆さんも御指摘あったように若者の消費者トラブルは絶えなくて、それをどう防ぐか、それを若い人たちにどう伝えるかというのが今年度に限らずずっと課題だったと思います。

私もつい先日、相談を受けましたけれども、18歳の大学生がT i k T o kか何かの広告を見て、L I N Eを組んでアフィリエイトの契約をしたと。わざわざ遠方まで行って、対面して契約してきた案件ですけれども、それについて、まず全部で100万円ぐらい払っていると。カードを作らされて、その件はi P h o n eを買って納めたりしていましたが、簡単に引かかるんですね。大学1年生の夏休みに何かアルバイトをしようと思って、そういうのが来たので、関心を持ってしまったということですね。

周りはやっているのかと聞いたら、もうすごくはやってますというようなことを言っていました。

これは、18歳ですから、ついこの前までは未成年者取消の範囲でして、そもそも勧誘されなかったと思います。やはり大学1年生の夏休みとか、まだ社会的経験も全然なくて、しかもその人に聞いたら、奨学金もかかるんだと、4年間行くと200万円くらいかかるという話もしていました。

若い人の相談を聞いていると、奨学金の負担をしているという人がすごくいまして、それで簡単にもうかるものに引かかると。スマホが非常に、何というか、クローズされた世界だという話を先ほど生駒さんがおっしゃっていましたが、そのとおりでして、特にスマホとかL I N Eのやり取りとか、L I N EでEは今、ロマンス詐欺みたいなものがすごく横行していますけれども、誰だか分からない人と非常に親しくなってしまうと、巨

額の被害を受けるというところですね。

こんなの冷静に考えれば分かるじゃないかというのは、そうなんですけれども、そうじゃないところにみそがあって、それから先ほどAIの話も、これも生駒さんがおっしゃっていたように、悪人こそが使うという話があるといいますけれども、本当にそのとおりで、新しいツールは悪人であるものがうまく使う、一番早くに使うと思うんですね。

ですので、その辺りの、非常にその被害が深刻だということと、そのことをどう広めるかということについて、今、非常に熱心にやっていただいていると思いますので、これも引き続きやっていただければなと思います。

特に、これ全体のことだからその中に入っているということで全然いいと思うんですけれども、18歳、19歳、大学生1年、2年生が引っかかってしまう現実がやっぱり起きているなということを見ると、そこへの啓蒙、だから高校生とか中学生あたりから啓蒙というのが非常に重要だと思いました。

ちょっと質問というか、意見というか感想ですかね。

それからもう一つは、消費者教育、今の被害対策というところにどうしても重きを置かざるを得ないし、置くことにはなるとは思いますけれども、やはり消費者教育、これだけ広まっている中では消費者市民社会という考え方で教育ということが重要だということは従来から言われていて、その視点もやはり大事なかなと思います。批判的に物事を見るとかということがあれば、どうしてこの人はもうけ話をこんなに勧めるんだろうというところから始まるわけで、そんなに簡単には信じないようにも思うんですよね。

そのもうかる話がそんなにたくさんあるんだろうかという、単純なところからもそうですし、今そこから発展して、いろいろな表示の問題とか、こういうことでどうして消費者はコントロールされているんだろうかとかということを考える、そういう視点があれば被害に遭わない消費者としての考え方というのが身につくと思うので、そういう視点の消費者教育も重要だと思いました。

いずれにしても、令和6年度、いろいろ工夫してやっていらっしやって、なるほどと思いましたので、このことでまた令和7年度もさらに進めていただければなと思いました。

○片岡消費生活部長 ありがとうございます。

○平澤部会長

ほかにはございませんか。

なければ次の議題に入らせていただきます。

次は、都における今後の金融経済教育についてということです。事務局から御説明をお願いいたします。

○野口企画調整課長 それでは、こちらから金融経済教育に関するものになります。私からは資料4と資料5について、続けて説明、報告をさせていただきます。その後、資料6について同じ庁内のスタートアップ国際金融都市戦略室から報告をさせていただきます。まず、資料4になります。

金融経済教育については、お詳しい委員の皆様には改めての御案内となりますけれども、御容赦いただきたいと思っております。

金融経済教育に関する国の動きです。

まず、2022年の岸田政権下で新しい資本主義実現会議が設置され、所得倍増プランが決定されました。その実現に向けて、法整備、あるいは法に基づくいわゆる基本方針も策定をされております。

一方、金融庁と日銀が顧問を務め、全銀協ですとか地銀協、経済団体等で構成する金融広報中央委員会が発起人となりまして、昨年4月、金融経済教育推進機構が設立、認可されました。

金融経済教育は、国の基本方針に基づき策定されました金融リテラシー・マップと呼ばれるものの内容を踏まえて実施するもので、金融リテラシー・マップは最低限身につけるべき金融リテラシーを年齢層別に体系的かつ具体的にまとめたものとなっております。

例えば家計管理や生活設計から保険ローン、クレジット、資産形成まで幅広い分野をカバーしています。

次のページを御覧いただきたいと思っております。

ただいま触れました金融リテラシー・マップに基づき、今後、都としてどのように金融経済教育を実施していくかを検討していく必要があります。

こちらの資料ですが、現時点で直接的に既に金融経済教育として実施をしているものではないものも含めて、金融経済教育に関係が深い取組、これまでの取組も含めて実施をしている、それぞれ都の組織ということになります。

それぞれの取組は、金融リテラシー・マップ以前から実施しているものが多いため、例えば学習指導要領を踏まえて実施するなど、これらが必ずしも金融リテラシー・マップを意識したものとは限りませんが、今後の都における金融経済教育の方向性を検討していく上では、こちらに記載の取組をベースに検討していくことが、これまでの各取組の経験や実績も生かすことができ、効率的かつ効果的な進め方であると考えております。

次のページ。東京都の連携体制です。資料の下に緑囲みで記載してあります東京都金融広報委員会は、1950年に日本銀行本店内に事務局を置いて発足した機関でございます。

東京都、区市町村、関東財務局東京財務事務所、金融団体等と連携して、中立・公正な立場から、暮らしに身近な金融に関する幅広い広報、学習支援活動を行っていらっしゃいます。これまでも都と共催事業を実施するなどの実績がございまして、今後も連携が必要になると考えています。とはいえ、都の組織ではないため、上の三つとは区別して緑色の囲みで記載をさせていただきました。

上の青い囲みは、いずれも都の組織が事務局となって運営している会議体です。今後もこれらの会議体での情報共有や意見交換を通じて、部署間の取組内容の整合性を図るとともに、学識経験者や関係団体などからも意見聴取をするなどして、効果的な金融経済教育の実施につなげていきたいと考えています。

都における金融経済教育について、私ども事務局が考える取組の方向性でございます。まず、1にあるとおり、都民一人ひとりが最低限身につけるべき金融リテラシーについて知る。つまり、お金に関する知識や経験というものについて知ること、それが消費社会の中で誤りなく、トラブルに遭遇することなく行動できることの基本になるということを念頭に置くべきだと考えています。

その上で、2にあるとおり、幅広い年齢層をカバーするため、学校、地域社会、家庭、職域などと連携、協力しながら、実施することも必要だと考えております。特に、消費生活行政においては、消費者教育の推進に関する基本的な方針に基づきまして、消費者教育と金融経済教育の連携を図りつつ、資料、下の部分の3のとおり、主にトラブル未然防止や被害防止・対処方法の周知・啓発の観点に軸足を置くことを重視すべきだと考えております。

今後の進め方ですが、先ほどのページで都の関連部署を記載しましたが、改めてこちら1の部分、各局・室の関連事業を洗い出しまして、取組内容や対象年齢層の網羅、カバーの状況といった観点から、金融リテラシー・マップとの整合性を点検していきます。点検の結果を踏まえまして、取組の内容や対象の重複部分ですとか、金融リテラシー・マップに照らし合わせたときの空白部分などの解消を検討していきたいと思っております。

その上で、2の部分、その時々で生じるトラブルや被害が顕著になるなどの社会経済情勢も踏まえつつ、時世に即した啓発や注意喚起を進めていくことにより、都の金融経済教育が形づくられるものと考えています。最終的には、3の部分、都の金融経済教育の姿を体系的にまとめ、令和10年度からの消費生活基本計画に反映していきたいと考えています。

こちらのページからの2枚は、今年度の消費生活行政分野での金融経済教育に関係して実施をした主な取組の紹介でございます。参考につけさせていただきます。現行の消費生活基本計画の計画期間は令和9年度までとなりますので、その前年度の令和8年度には、本格的な計画改定作業を行います。改定作業に向けて都の金融経済教育の方向性について、本協議会において、委員の皆様から御意見、御助言を賜りたくお願い申し上げます。

資料5までの説明については以上でございます。

続けて、資料6につきまして、菊池課長、お願いいたします。

○菊池国際金融都市担当課長 スタートアップ・国際金融都市戦略室の菊池と申します。よろしくお願いいたします。

私からは、東京都金融リテラシー向上支援事業全体像、令和6年度分について、簡単に御説明させていただきます。

1ポツにありますとおり、東京都では、国際金融都市・東京を実現する取組の一環として、都民の安定的な資産形成に向けた金融リテラシー向上の推進に取り組んでおりまして、2ポツのとおり、無関心層も含めた様々な層に対する授業やセミナーの実施など、幅広い年代に対して金融経済教育を提供しております。

真ん中、左から右に走っている矢印のとおりなんですけども、全く金融に関心のない人にも、金融に対する理解を深めてもらって、最終的には安定的な資産形成につながるような行動変容につなげられればよいと考えておりまして、具体的な取組としては、下のボックスのとおり、今、ワークとしては三つほど取り組んでおります。

一つ目が、企業、学校等への講師派遣ということで、企業や学校から依頼を受けまして、国、金融機関と連携しながら講師を都から派遣しまして、経営に関する学びの場をつくるようにしておりまして、昨年度の利用実績は75件ございました。

そして二つ目は、個人向け金融セミナーということで、国際金融都市・東京のプロモーション組織であります、F i n C i t y . T o k y o と連携しまして、若者や50代、60代を対象としたセミナーを実施して、金融リテラシーを向上させて、貯蓄から投資への流れを促進しております。

今年度の新たな取組としましては、デジタルハンドブックの作成というものに、今、取り組んでおりまして、人生100年時代をより豊かに過ごすために必要な金融知識の普及を目的としまして、主に50代から60代を対象としたデジタルハンドブックを作成して、今後のイベント等で活用をする予定であります。

2枚目が、講師派遣事業のもう少し詳しい資料になりますので、御参考まで。そして、今、表示されております3枚目のスライドも、個人向け金融セミナーをもう少し詳しく説明したものになっております。

簡単ではありますが、事業の全体像についての御説明となります。

最後になりますけれども、こういった事業を推進するに当たりましては、例えばなんですけども、余裕資金がない人が無理な投資を行うといったことがないよう留意するとか、投資を単純に促すということではなくて、適切な金融リテラシー向上の推進につながるように取り組んでいきたいと考えております。

以上、簡単ではありますが、終わりとさせていただきます。

○平澤部会長 ありがとうございます。

そうしましたら、ただいまの御報告をもとに、皆さんから御質問、御意見をお願いします。また、挙手をしていただいて、御発言がある方、お願いいたします。

どなたかありますか。特にないでしょうか。

じゃあ、神山さん、お願いいたします。

○神山委員 神山でございます。

御説明ありがとうございます。J-FLEECが2024年の4月に発足しました。既存の金融リテラシー・マップに沿った活動をこれからやっていく。そして、さらに令和10年度からの消費生活基本計画のほうにも盛り込んでいくということで、方向性がよく分かりました。

金融リテラシー・マップに書いてあるように、全年代に向かって金融経済教育を行うことは必要ですが、最後の説明で資料の6番目でしょうか。金融リテラシー向上支援事業の

全体像という御説明がありました。特にターゲットを若者向けと5、60代向け二つに絞って、これから進めようとしているということを伺いました。

なぜ、この二つに絞ったのかとか、また特に5、60代向けについて、これからデジタルハンドブックを作って、イベントなどで活用予定とありました。5、60代向けの啓発は難しいと思うのですが、どういうイベントで活用なさろうとしているのかなどご説明をお願いします。

ほかにも、若者向け、5、60代向け以外に、例えば間の抜けている年齢ですよ。小さな子供、あるいは30代、40代などに向けても、これからどういうことをしようとしているのか、御説明いただければありがたいです。よろしくお願いたします。

○平澤部会長 ありがとうございます。じゃあ、回答をお願いいたします。

○菊池国際金融都市担当課長 スタートアップ・国際金融都市戦略室の菊池です。

今の御質問につきまして、主に三つ、事業をやっていると御説明を差し上げまして、特に講師派遣の事業、取組、これにつきましては、若者や50代、60代だけではなくて、その中間の層ですね。例えば若手社会人とか、中堅社会人とか、そういった方々も対象になりますし、あと、小中高、そして大学生といった方も対象になっていまして、実際に学校から授業を生徒にやってくれとか、そういった応募も受けたりしております。

企業のほうでも、研修のような場所でやってくれないかというような御依頼をいただくこともありまして、そういった意味では、この事業で全世代をカバーするようにしつつ、個人向けセミナーにつきましては、特に資産形成という観点から重要な世代になると考えられる若者向けを中心に、これまでもやってきましたけれども、今年は、おっしゃるとおり、50代、60代になってきますと、一般的には資産が形成されてきている方々になりますので、そういった方々に対して、逆に資産をどういうふうに活用していったほうがいいのか、トラブルを防止するためというところで注意したほうがいいのか、そういったことについてお伝えできるようになったらいいなと考えています。来年度も、この金融セミナーのほうでも、なるべく幅広い世代、幅広いフェーズの方々に、いろいろな内容をお届けできればいいかなと考えております。

そして、ハンドブックの事業につきましては、こちらは具体的にどこのイベントで活用するかまでは、今、まだ定まっておりませんが、例えば、金融セミナーの場で別途、そのハンドブックを活用して、ハンドブックを通してそこに御興味をいただいた方々に、個別相談のブースを設けて具体的に対応するとか、そういったことがあり得るのかなと考えておまして、今後そういったことで、来年度から取り組んでいくことになろうかと思っております。

恐らく御質問はカバーしたかなと思います。以上でよろしかったでしょうか。

○神山委員 はい。分かりました。御丁寧な御説明、ありがとうございました。

○平澤部会長 よろしいですかね。そうしましたら、生駒さん、お願いいたします。

○生駒委員 はい。御説明をありがとうございました。金融経済教育、日本における金融

リテラシーの向上は非常に重要なことだと思いますので、今、いろいろ私も、詳細にお聞きできてよかったと思っていますが、一つ、これ、かねがね思っていることで、質問なんですけど、先ほど東京都が新しくお金の学び場をつくりましたということで、7項目ですかね。お金の基本から金融トラブルまでということで、お子さんから大人まで学べる場をつくったよということで、こういったことは、今までになかったと思いますので、学べて、すごくいい場だなと思いつつ、一つ、税金についてご質問したいと思います。

金融といったときに、一般的には資産を増やすとか、資産形成をすることということが思い浮かぶわけですが、所得倍増ということで思うんですけど、市民の義務として税金を納めることも金融の一部だと思うんです。収入が全て使えるわけではないですから。

そういった意味で、個人において、あるいは会社経営において、あるいはスタートアップされること、それから相続においても、税金の問題というのは、いつも付きまとうのですが、何かまとまって税金を学べる機会がないなど、私、かねがね思っていました。教育、普通の今までの教育の中にもあまりない、さらっと学ぶ感じだったように思うんですね。

消費税の問題も、今、いろいろ取り沙汰されたりとか、何か自分のお財布を考えるときに、やっぱりそこは欠かせない要素かなと思っておりまして。そういった要素が、この学び場のような場でも、例えばお金の基本とか、会計管理とか、家計管理で教えられるのかと思ひまして、そこをお聞きしたいと思ひました。いわゆる金融経済教育の中に、税金に対する知識をきちっと国民が獲得できるような機会というのは設けられているのでしょうか。

○平澤部会長 いかがでしょうか。これも菊池さんですかね。

○菊池国際金融都市担当課長 では、私からお答えを差し上げます。私のところで担当しております講師派遣事業の観点からのお答えになりますけれども。金融リテラシーを身につける上で、税金というのは、切っても切り離せない関係ですので、例えば、高齢者になってくればくるほど、自分は今、所得税をどれぐらい払わなければいけないのかとか、そういったことを考える必要も出てきますので、そういった意味では、税金に触れるということは、当然あります。

ただ、税金に特化して体系的にということになると、ちょっと租税教育に近づいてくるのかなとは、ちょっと考えております。いずれにしても、切っても切り離せない関係でありますので、租税教育のような分野ともしっかり連携して、この講師派遣事業をやっていく上では、また、その他の事業でも同じなんですけども、そういったところをやっていく上では考えていきたいなと思ひます。

○生駒委員 ぜひ、租税教育といひますか、税金に関しての基礎知識を広めたいですね。私もいろいろな教育を経てきていますが、税金についてまとまって教わったことがなく、今、自分で会社経営をしていますので、その都度、税理士の方に御相談して、学びながらというところで進めております。税制も変わっていきますから、固定的なものではない分、学び続けることが大切ですね。

金融経済教育といったときに、ぜひ一つの柱として、社会人になった若者が、税金のシステムが頭の中にきっちり入っている状況をつくった上で、資産形成とか、運用をしていくというような環境ができるといいかなと思いましたが、お伝えいたしました。ありがとうございます。

○菊池国際金融都市担当課長 ありがとうございます。

○平澤部会長 ありがとうございます。

続きまして、じゃあ、小野さん、お願いいたします。

○小野委員 御説明をありがとうございました。私は消費者教育を専門にしていることもあり御説明をさせていただきたいなと思ったのですが、消費者教育は、学校教育と社会教育から構成されると、ざっくりと分けられるかなと思います。学校教育で言うと、高校では、主に家庭科と公民科がお金に関するところをやっていると思います。生駒委員から御発言のありました税金や社会保険、この社会保険は社会保障の一つですが、そういったものも家庭科の中で、一部扱うというようにはなっていません。

私自身も家庭科の高校の教科書を書いており、自分が書いた教科書の内容を確認したら、250ページ中、経済的自立に関連したところが8ページであり、これでも増えたほうで、以前はもっともっと少なかったんです。

そのお金、経済的に自立をするといったような章で、暮らしと経済、教科書によってそのテーマはちょっと違うのですが、生駒委員が御指摘をされた税金とか社会保険についても一部触れていますが、決して多くはないです。

やっぱり大切だと思うのは、まず、もうけるというよりは、自分の消費生活、お金のことについて、まず知ることであり、税金との関わりでも確認をしていくことです。

もっと言うと、貯金あるいは社会保障制度で何かリスクが起こったときに対応することをまず知って、それで足りない分をどうするのか。生命保険のような私的保険もあるだろうし、あるいは、それに備えて貯金だけではなくて投資というふうな形で備えるということも選択肢になるというふうに、やっぱり家庭科の領域では、どちらかというところ投資教育というものについては、大変慎重な先生が多いように思います。

金融教育イコール投資教育ではないということは認識している上での発言ではあるんですけども、家庭科の執筆者もうそうですし、実際に生徒と向き合っている教員も急には変わりませんので、どうしたらいいものか迷っておられるというところがあると思います。

ですから、やはり東京都として、いろいろな形でのフォローを、当事者の人だけではなくて、担い手である方々に伝えていかなければいけないと思います。伝えるというよりは、一緒に考えていくというような機会を提供するというのが大切なかなと思いましたが、直接的、間接的に行政ができることを、一緒に検討していくというスタンスがいいと思います。

私はあまり金融経済教育のことは分からないのですが、どうしても日頃、特別支

援学校などで通っている生徒向けの研究とか活動をしているので、なかなか難しいなというように考えています。

いわゆる普通校と言われているところで教えておられる家庭科の先生も、いろいろなお考えの方がいらっしゃると思いますけれども、ある家庭科の先生は、金融教育を優先する度合い、順位としては、ちょっと低めであるとのことで、勉強したいのであれば、こういう教材があるよと伝えるけれども、その前にやることではないかというご趣旨の御発言をされていたことがすごく印象に残っております。

以上が私のコメントといたしますか、感想だったのですが、一つ質問をさせていただきたいのですが、私自身、内閣府の消費者委員会の委員をしていて、そちらで過日に、消費者をエンパワーするデジタル技術に関する専門調査会があり、私はそのメンバーではなかったんですけども、そこでの報告書においてデジタル技術が抱えるリスクへの対応をどうするかとか、パーソナルデータの取扱いに関する対応をどうするか、その辺りの整理が必要であり、とても今回のテーマに関連すると思います。デジタル技術に対して、先ほど東京都の行政の中で、どのように取り組むのかが気になります。消費者教育推進協議会とか、それから庁内連絡会議、多重債務問題対策協議会、そして東京都金融広報委員会と連携をしていく、大きな枠組みはこれでいいと思うのですが、やはりデジタル技術に関連をする部署も巻き込んで推進ができると、なお心強いなと思ったのですが、そういったことって可能なかどうか。今のところの方向性についてお尋ねができればと思いました。

長くなってすみません。よろしく申し上げます。

○平澤部会長 ありがとうございます。今の点、いかがでしょうか。

○野口企画調整課長 ありがとうございます。小野委員御指摘の、例えば、先ほどちょうど平澤部会長からも、ロマンス詐欺みたいなお話もあったり、小野委員御指摘のことは、そのことと直接関係しているか、すみません。理解が悪くて申し訳ありませんが、金融に、お金に関するトラブルが、デジタル技術の、社会のデジタル化とともに増えてきていることは事実だと思います。

ですので、私ども消費生活行政部門では、デジタル技術については、まだまだ非常に知識が不十分なところがありますが、小野委員に御提案、御指摘いただいたような、もう本当にSNSやインターネットの世界で、最新の技術をよからぬ利用方法によって、都民や消費者をだましに来るような手口、これをどうやって防ぐか。

そういう方策について検討する際に、最新の技術について知見を得るために、庁内の専門の部隊から意見を聞くとか、実際にその消費者教育推進協議会に参加してもらって、現状を説明したり、今後の対策、方向性について意見、助言をもらうなどの体制づくりは十分に可能でございますので、協議会の中で、今後の金融経済教育、あるいは消費者教育の新しい施策の方向性を具体的に御検討いただく中で、そうした専門的なメンバーも、専門委員に加えるなどしてやっていきたいと思っております。

○平澤部会長 ありがとうございます。いいですか、小野さん。

○小野委員 ありがとうございます。ぜひよろしく願いいたします。以上です。

○平澤部会長 そうしましたら、生駒さんが手を挙げていらっしゃるんですけど、その前に坪田さんでもいいですかね。

○生駒委員 どうぞ、どうぞ。

○平澤部会長 取りあえず坪田さん・・・生駒さん、関連か何かですか。大丈夫ですか。

○生駒委員 関連ではあるので、よろしいですか。

○平澤部会長 だったら、じゃあ、生駒さん。

○生駒委員 申し訳ないです。先ほど来、詐欺に遭ってしまった若者が、例えば奨学金が返せないとか、実際に将来に対して不安を抱えている若者がすごく多いことは、統計的にも聞いております。先ほど税金について触れたのは、年金もそうなんですけども、払っても戻ってくるのかみたいな不安が常につきまといます。

ただ、税金を納めたり、年金に関して、自分たちが義務を果たせば社会から守られるというような、そういう意識も、まだそこまで届いていないかなと感じています。払わなきゃいけないというだけではなくて、社会を作るうえでいろいろなことに税金が使われて、社会がよりよくなっているというふうなことがポジティブに伝われば、考え方が変わると思うんですね。

それによって、さらにスタートアップしたり、資産形成したりしていくということが両輪であると、心理的にも、取りわけ若い世代の方々は、手元にお金はないのに、何か税金を払わなきゃいけない、年金は払っても戻ってくるのかしらみたいな。何かそれだけの環境だと、本当に金融の環境は不安定なままになってしまいかねないかなと思います。

資産形成とともに、税金や年金のことも、PRしていくべきではないかと思いました。

付け加えとなりますが。小野委員がおっしゃったことに加えさせていただきます。

○平澤部会長 ありがとうございます。

そうしましたら、坪田さん、よろしく願いします。

○坪田委員 御説明をありがとうございます。資料4-③、資料4-⑤を見ていますと、やはり、お金に関することも、いろんな部署に関わっていて、特に⑤のほうの資料ですけども、各局金融経済教育関連事業の洗い出しであるとか、継続的な情報収集による教育内容の充実ということで、消費者トラブル等については、継続的に情報収集を行い、各局が連携して、時世に合った十分な対応を行っていくということで、非常にこの連携をして総合的にやっていくということが必要であることを感じました。

この金融教育というのは、やはり年齢であるとか属性であるとか、様々な状況によって求める必要な金融教育が違ってきて、それが生活のいろんな、社会福祉の面とか、税金の面も含めまして、あとは働くことですね、勤労の面とか。全てが、お金が関わってくるので、本当にこの連携というのをしっかりとやっていただいて、いい形での連続性のある金融教育ができれば、非常に有効なのかなと思っております。

特に、若者がSNSで投資詐欺に遭うというのがありますが、やはりお金を簡単にもう

けることができるのであればと安易に考えていて、根本的な金融教育、家計管理の問題だと思っております。

また、今、デジタル化が進んでいますので、金融の、現金ではなくてキャッシュレスが非常に多くなっておりまして、キャッシュレス自体が、そもそも家計管理を難しくしていると思います。その上で、今、詐欺的なもうけ話の中には、暗号資産絡みであるとか、やはりデジタル技術を使った問題が起こっています。

これについては、真っ当なデジタル技術を使った金融もあるわけなんですけれども、非常に難しいですので、そこが分からなくて、インチキな詐欺のほうにだまされてしまう。適正な金融経済のことが分かっているならば、これはインチキであると、違法であるということがすぐ分かるわけなのですが、何が正しいか分からないと、簡単にもうかる、簡単に投資ということになびいてしまうこともあるのかなと思っております。

特に、お金に困ると、もう何でもいからお金がもうかるということに、だんだん人はつながっていくと思っておりますので、基本的な生活設計から、特に若い方にはしていく必要があると感じております。

最後ですけれども、税金のことで、ちょっとお話が出ていましたけれども、やはりお金が本当になくて生活に困っても、実際は路頭に迷うことはなくて、本来、社会保障というのがあり、それは税金によって行われているわけで、社会全体の仕組みが分からないと、お金がなくて食べる物がなくて困るからということで、安易にもうけ話に走ってしまうことがあると思っております。

非常に感じているのが、消費生活センターに相談に来る方で、当然の権利ということで聞く消費者の方も、もちろんいらっしゃいますけれども、相談は幾らですかと聞く方が実際はいるんですね。これはもう税金でやっているんですよということで、都民の方であれば無料なんですよということでやりますと、ああ、こういうことがあるんですね、こういう仕組みがあるんですねと初めて知る方がいます。身近なところで、税金が使われているということ、知らない方が多いと痛感しております。

一方、SNSを見ますと、簡単に問題解決しますよというところに接続をして、高いお金を払うんですけれども、結果的には何の被害の回復にもならないということで、さらなる二次被害が起こっております。そういった点からも、しっかりと経済の仕組みを踏まえた上で、個人の金融経済教育というのを、いろんな面からしていくことが必要だなと思っておりますので、ぜひ、連携のところもしっかりとやっていただければなということで期待しております。

以上です。

○平澤部会長 ありがとうございます。御意見ということですかね。

岡崎さんが手を挙げていらっしゃるかと思えますが。

○岡崎委員 ありがとうございます。東京都金融広報委員会事務局長の岡崎でございます。

東京都を挙げて、このように体系的に金融経済教育に取り組んでいただけることは大変

ありがたく、御礼申し上げます。当委員会としても精いっぱい取り組んで参りますので、これまで以上に連携をさせていただきたく、よろしく願いいたします。

そして、そのようにお取り組みいただく中で、次期消費者基本計画に本格的に盛り込んでいただけると伺い、大変ありがたく思っております。どうぞよろしく願いいたします。
○平澤部会長 ありがとうございます。

ほかにはいらっしゃいますか。もし、いらっしゃらなければ、私のほうから、ちょっとお話をさせていただきます。

この金融経済教育ですけれども、資料4-①で経緯をまとめていただいておりますとおり、岸田内閣の資産所得倍増プランをきっかけに進んできたもので、金融庁側の動きもあって、それと合わせての動きですけれども、やはり資産所得倍増プランが、それを促進してきた面があると思っております。

貯蓄から投資へという国策の中でこれが進められて、金融経済教育推進機構を設立するという動きになったと。その金融広報中央委員会は、金融経済教育推進機構の事務局となって、金融広報中央委員会自体はなくなったという形になっていると理解しています。

私は弁護士で、その投資被害案件なんかを見ているわけですけれども、一番気になるのは、その投資を促進する動きばかりが強くなってしまって、投資をしないといけないのではないか、今後の将来的に不安なのではないか、投資をしないという選択がないのではないかというような気運が醸成されることが、非常に危ないと思っております。

なので、やはり、従来は消費者教育の中に金融経済教育というのが位置づけられて、その中でいろいろ考えていこうということだったと思えますし、金融広報中央委員会で作られた金融リテラシー・マップ等に従って、教育がなされてきたと思うんですね。そこにおける家計管理とか、将来設計とか、その辺りが非常に重要ですので、その基本が守られる形での金融経済教育である必要があると思っております。

それを意識して当然やっていращやるといことだと思えますし、投資をしない選択とか、投資被害の問題性とかも教えていくと認識していますので、そこを十分留意してほしいなというのがひとつあります。

その関係でちょっと確認をしたいと思っておりますが、金融経済教育を推進するというのは、国の施策として今始まっているものですから、東京都も、それに応じて、今回のような形でスタートしていくということにして、お金についての勉強、教育というのは非常に重要ですから、それ自体はいいと思えます。で、その取組の仕方として、この資料4-②が、その関係部署ということで教えていただいております。

そこで、先ほど私が申し述べたところとも関連するところですが、このスタートアップ・国際金融都市戦略室は、金融経済教育にも関わって、進めていくというところかと思うんですけれども、先ほど申し上げたように、その消費者教育の中で金融経済教育を位置づけるという意味では、生活文化スポーツ局の消費生活部あるいはセンターの関わりが非常に重要だと思っております。

この表を見ると、金融経済教育に係る教材の作成とか、その講師の派遣、セミナーの開催等は、戦略室でやることになっておりますけれども、やはり生活文化スポーツ局等にも関わっていただければなと思いますし、その辺りの調整がどうなっていますでしょうかというのが、一つ目の質問です。

それから、もう一つは、この金融経済教育については、金融経済教育推進機構 J-F L E C が設立されて、そこが中心となって講師派遣とか教材作成をしているわけですがけれども、東京都の、これを推進する体制としてどうなるのかという質問です。

それは資料 4-③の中で、上の三つは東京都の中の組織ということですがけれども、もう一つ、東京都金融広報委員会があって、先ほど岡崎さんが伝えていましたけれども、東京都金融広報委員会は、この後、J-F L E C との関係で、どういう形で動いていくのかと。それと、その上の三つの機関との関係性というのがどうなっていくのかについて、確認したいなと思いました。

二つの点について、御説明をお願いしたいと思います。

○野口企画調整課長 まず教材の作成等についてですがけれども、大きな基本的な考え方として、金融経済教育は、少なくとも我々が議論、あるいは、まとめていく上では、消費者教育の中で実施すべきものと考えています。

したがって、もともとその消費者とは何か、消費者問題とは何かというところまで遡りますと、やはりその消費者と事業者の間での情報量や交渉力の格差ですとか、消費者の脆弱性ですとか、そういうところから消費者を守ろうということで、この消費生活の問題に、我々としても取り組んできたと思っております。

したがって、先ほど資料の説明の中でも申し上げましたけれども、投資や利殖みたいな話もある、金融経済教育の一つとしてあるのは承知してはいますが、果たして、私自身も含めて、投資余力がある都民が一体どれだけいるのかとか、そういった実態も調査した上で、やはりトラブルに遭わないための金融経済教育ということ、消費生活の中では取り扱っていきたいと思っております。

それで、今日ですね、次第の中で、次第の下に計画の URL をつけてあります。予行演習していないんですが、開いていただきたいページがあって、今開けますでしょうか。

すみません、もしちょっと私の勘違いで、なかったら、大変申し訳ございません。計画のほうを参考にさせていただければと思うんですが。

実は、計画の 59 ページに体系図が載っておりまして、その体系図の中に「生活の管理と契約」という項目があって、その中で、割と、その金融経済教育に近い取組が既になされております。この金融経済教育に近い取組のほうを見ていただくと、この後、今後も我々が取組もうとしている金融経済教育のイメージが、少し湧きやすいかなと思います。私が言葉で説明しても、なかなか説明がうまくないものですから。

例えば、「お金ってなあに」とか、「お金の使い方」ですとか、そういうことがメニュー

一として書かれております。我々が目指していること、ここから大きく飛び出すつもりはなくて、やはり、その消費者行政、消費生活行政とは何かということを中心軸に置きながら、引き続き取り組んでいくという方向性で考えています。

したがって、こうした現行の取組実績の範疇で、センターにおいても、教材の工夫なりは十分にやっていっていただけるんだなと思っております。

それから、もう一つ。各局との関係等ですけれども、ちょうど生駒委員ですとか、それから坪田委員からも税金の話をいただきました。それで、税金については、また庁内の組織において税金を徴収する部隊がありますので、租税教育なるものを、これはこれで国税庁と連携しながら取り組んでおります。

坪田委員からの御指摘で、税金が何に使われているのか、もうちょっと分かりやすいように、そういったことも含めてということでございましたので、例えば1万円払ったうちの、その1万円は何に使われているか、道路に幾ら、福祉に幾ら、そういった円グラフなんかも租税教育の中で使われています。

そういった既存の素材もありますし、既存の租税教育を行っているセクションもありますので、ちょっと新しい示唆をいただいた気がします。計画の中で、そういった新しい視点を取り入れることについても検討してみたいと思います。

既存の庁内会議との連携ですけれども、消費生活行政として、金融経済教育を取り扱う場合、ややディフェンシブな部分になるかもしれません。ここが中心になるとは思っておりますが。トラブル、被害防止ですと、この資料4-③に掲げました青い三つの会議体は、非常に密接に連携しています。それぞれの中で議論された内容について、それぞれの会議で、お知らせ、報告をするなり、取組について知見をいただくなりしながら、進めてまいりたいと考えています。

それから、東京都金融広報委員会さんとの関係です。現時点での取組状況は、研修等の共催、講習会等の共催等を行っています。そうしたことも継続的に行いながら、あらゆる世代にということを経後の金融経済教育の目標にもしております。学校ですとか、職域ですとか、そういったところへのアプローチについては、やはり東京都も多様なルートを持っております一方、弱いところもあります。

東京都金融広報委員会さんが持っているチャンネルなどと、相互にいいところを利用しながら、金融経済教育を広げていく。そんなような場面で、広報委員会さんとは連携をしていければと思っております。

○片岡消費生活部長 補足させていただければと思いますが、例えば、スタートアップ・国際金融都市戦略室が作っております教材などについて、現時点では消費生活部が絡んではいないというか、目を通したりということはしておりません。また、今ご説明させていただきましたように、租税教育としては、主税局のほうで、キッズ向けのホームページや冊子等を作るなどして取り組んでおります。

今後は、御意見をいただきましたように、そういったところとも連携すべきではないか、

など、検討を進めていきたいと考えております。以上です。

○平澤部会長 ありがとうございます。ほかにはございませんか。じゃあ、小野さんお願いします。

○小野委員 すみません。参考になるかどうかと思いながら、手を挙げましたけれども、スタートアップなどを目指した部署との連携について、どうしてそのような経緯になったのか知りたいです。

次は、参考情報として、以前、エストニアというバルト三国の一つで、子供たちの金融リテラシーの力が高いという国があるんですけども、そこで調査をする機会がありまして、財務省などのヒアリングでは確かにスタートアップに関わり起業家精神を学ぶ授業もあるようです。その授業でも金融リテラシーに関わる内容を扱っていますが、担当者のお話を聞くと、小さい国ですので、雇われて仕事をするということだけでは、なかなか将来の見通しが立たない人が多くて、自分で仕事を作り出すというところも、国家戦略として大切にしているということでした。

いろんなアプローチがあるとは思いますが、やはり東京都としても、これまで消費者教育を推進してきた実績もありますので、そこにプラスするような形での金融経済教育のほうが効果が上がるかなと思います。

したがって、先ほど御説明いただきました、従来の枠組みのこの辺りをやりますということ、よく事情としては分かりました。私も賛成なんですけれども、本格的に金融経済教育を進めていく上で、立ち位置の確認というのは確かに必要だなと思いました。以上、コメントでございます。

○平澤部会長 スタートアップとの連携がどうしてというところでしょうか。

○片岡消費生活部長 スタートアップ・国際金融都市戦略室という組織名ですけども、二つのことを扱っておりまして、「スタートアップ」はスタートアップ企業のこと、今回の議題の金融経済とは全く関係のないことをやっている部署で、「国際金融都市」戦略室のほうが今回の関係部署となっております。組織としてはこういう名称で、二つのことを扱っているということになっています。不十分な説明だったかもしれませんので、菊池さんのほうで補足をお願いできますでしょうか。

○菊池国際金融都市担当課長 菊池です。

若干補足させていただきますと、スタートアップや金融の力を使ってイノベーションを起こせるような部署を新設するというので、今の部署ができました。

ただ、その部署ができる前から、今、御説明いただいたとおり、金融の分野で国際金融都市構想というものが文書でもともとありまして、そういった文書の中に、安定的な家計、金融資産の形成に向けて、都民の金融リテラシーの向上を図っていく必要があるというようなことが書かれておりますので、こういった方向性に基づいて、今、こちらの私の部署では、金融経済教育に取り組んでいることとなります。

ただ、いずれにしても、その際、やはり国の金融リテラシー・マップなどを参考にする

わけでした、その金融リテラシー・マップにおきましては、家計管理、生活設計、金融商品、外部知識の活用、そういった柱がありまして、そういった柱に沿った教育をバランスよく提供することが大事だと考えております。

やみくもに投資をすれば良いとか、余裕資金がない人も投資をしないと駄目だとか、そういった内容にならないように、生活文化スポーツ局の皆様ともしっかりと連携をしながら、効果的、効率的に取り組んでいきたいと考えております。

○平澤部会長 ありがとうございます。よろしいですかね、小野さん。

○小野委員 どうもありがとうございます。

○野口企画調整課長 度々すみません。事務局から補足いたします。

こちら今、画面共有しているのが、計画の中で体系図として示しているものです。1枚前に戻れますか。こちらのページ、見にくくて申し訳ありません。いろいろ左側、表側に項目が書いてあって、ちょっと下にスクロールしていただくと、ここに「生活の管理と契約」という項目があります。これは既存の計画の中で、この計画に基づいて様々な事業を行っております。

それで、右のほうに視点を移していただくと、例えば「お金ってなあに」というのがあったりですね。「お金ってなあに」は、これは小学生期の教育内容なんですけれども。それから、もうちょっと、高校生期以降にいきますと、黄色いところで、ちょっと小さくて見にくいかもしれません。「明日のためのクレジット活用法」、「賢い大人のカード利用術」ですとか、「それでもお金借りますか 多重債務の落とし穴」とかですね。ちょっと左下へ行くと、高校生期の下のほうに、「そのお金の使い方、大丈夫」とか、お金とついていてだけで、こんなようなメニューがあります。それから、契約の裏には必ずお金がありますから、こういうことで既に取り組んできております。

今後の金融経済教育を見据えたときに、これまで我々が取り組んできたこういうものが必ずベースになり、先ほど申し上げた被害、トラブル防止の考え方に軸足を置いてやっていく。ここについては、ぜひ、この場で事務局からもそのようにしていきたいと申し上げておきます。その上で、様々な関連部署で取り組んでいる内容がございます。

そういった情報も必要に応じて取り入れながら、東京都全体としての金融経済教育が体系づけられればいいかなと思っております。計画の中で扱うものについては、イメージとしては、今、資料で御覧いただいたような部分が基本になってくると考えています。

○平澤部会長 補足、ありがとうございました。

ちょっと時間が迫ってきましたけれども、最後になりますが、坪田さん、お願いします。

○坪田委員 ありがとうございます。今、消費者教育の中で考えるということで、きちっと説明を伺いまして、とても理解いたしましたし、安心いたしました。ありがとうございます。

この4-②の資料を見ますと、やはり幾つかの部署にまたがっているということで、庁内連携は結構大変なんじゃないかなと思ったところなのですが、今のお話を伺いましたの

で、ぜひ、しっかりやっていただけたらと思っております。

教材の作成というのが、スタートアップ・国際金融都市戦略室のほうであります。消費生活センターのほうでも、金融経済教育に関連をする教材も、既に確保ができていますし、例えば、金融トラブルで相談に来た消費者の方は、まず税金を使って消費生活センターで、無料で相談をできるということで税金の使い方を知り、さらに本来の、例えば暗号資産でもうけるという話であれば、暗号資産はどういうものかということを知り、自分のものがインチキ投資であったことを知り、と。

本当に消費生活センターがやっていることは、金融経済教育をその方に合わせた形でやっているもの、そのものだと思っておりますので、ぜひ消費生活センターの持っている様々な情報と合わせた形で、その消費者に合った金融経済教育をしていただきたいと思いますと思っております。

特にスタートアップということで、例えばエシカルとか、そういったことのフェアトレードの企業を設立するときには、当然、やっぱり金融のことを考えなくちゃいけないし、じゃあ、そういう事業者を応援するにはどうしたらいいかということで、ファンドであるとか、株式の話も出てきますので、非常に親和性はあることだと思っております。

一方、投資というのは、長期的なものが基本でございますので、例えば80代の高齢者が、幾ら国の政策で資産所得倍増プランということ掲げられても、その時期で、申し訳ないけども長期投資というのは難しい話になってしまうわけですから、やはり、資産所得倍増プランという言葉が誤解を若干招いているところもあるように感じますので、本来的な、あるべく金融経済教育ということでやっていただければと思っております。

以上、意見と感想です。ありがとうございました。

○平澤部会長 ありがとうございます。

そうしましたら、様々な御意見をありがとうございました。事務局は、本日いただいた意見に留意しながら、各施策を積極的に進めていただきたいと思いますと思っております。

本日の議事は、以上になります。

最後に、事務局から連絡事項があれば、お願いいたします。

○野口企画調整課長 本日は、どうもありがとうございました。皆様からいただきました御意見、それから御助言を踏まえまして、今後の施策、それから金融経済教育の在り方について、引き続き、協議会で御意見をいただいてまいりたいと思います。ありがとうございます。

事務局からは以上でございます。

○平澤部会長 これをもちまして、第1回消費者教育推進協議会を閉会させていただきます。御協力、ありがとうございました。

午後3時58分閉会