

第5回 東京都消費者教育推進協議会  
(第24次東京都消費生活対策審議会 部会)

平成29年2月14日(火)

東京都庁第一本庁舎42階北側 特別会議室B

午後 1 時 5 9 分開会

○越山部会長 それでは、定刻になりましたので、第 5 回「東京都消費生活部教育推進協議会」を開会させていただければと思います。

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と申します。どうぞよろしくお願いいたします。

まず、出席状況でございますが、当協議会は、委員 6 名と専門委員 3 名で構成されておりまして、本日は委員 5 名の御出席をいただいております、委任状が 1 通ございます。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定足数に達しております。

なお、この協議会は、消費生活対策審議会の部会の位置付けでございますので、東京都消費生活対策審議会運営要綱第 1 1 により公開とさせていただきます、議事録につきましても公開する予定ですので、御了承いただければと思います。

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。

会議次第をおめくりいただきまして、資料 1 が委員名簿でございます。

資料 2、幹事・書記名簿でございます。

資料 3、「東京都消費者教育アクションプログラム 平成 2 8 年度取組実績」でございます。

資料 4、「東京都消費者教育アクションプログラム 平成 2 9 年度取組予定」でございます。

その他、参考資料といたしまして、A 4 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（平成 2 8 年度）取組予定（平成 2 9 年度）調査票」という資料をおつけしております。

そのほか、東京都消費者教育推進計画の冊子、消費者教育アクションプログラムの平成 2 8 年度版の冊子でございます。

そのほかお手元に、「多様な主体との連携の実績（平成 2 8 年度）」という資料を委員、幹事・書記限りでお配りしておりますが、こちらにつきましては後ほど御説明させていただきますが、会議終了後回収ということでお願いしたいと思っております。

以上、お配りしておりますけれども、何か不足等がございましたらお願いいたします。

○越山部会長 よろしいですか。

それでは、審議に入りたいと思います。本協議会においては、本年度、委員や専門員の交代がありましたので、改めて事務局から、消費者教育アクションプログラムと本日の議題の趣旨について説明を受けた上で、議題の審議に入りたいと思っております。

それでは、事務局からお願いします。

○企画調整課長 それでは、御説明させていただきます。

昨年 5 月からこの間の部会は、消費者教育推進計画の平成 3 0 年度以降の計画改定につきまして御検討いただいておりますが、本日は、現行計画が議題でございます。現行の

消費者教育推進計画は29年度までの計画でございまして、この計画を年度ごとにどのように進めるかということを確認するため、「消費者教育アクションプログラム」をつくっているところでございます。28年度版は、この水色の冊子でございます。

アクションプログラムの1ページ目をお開きいただきますと、「東京都消費者教育アクションプログラムについて」というところがあります。教育推進計画の中でも特に重点的に取り組む世代・テーマ等を5つ設定しておりまして、このプログラムにおいてはこの世代・テーマごとに、都が実施する具体的な取組を掲載しているというものでございますので、本日は平成28年度のアクションプログラムの取組実績につきまして御報告をさせていただきますまして、29年度のアクションプログラムの取組について御審議をお願いしたいと思っております。よろしくお願いたします。

○越山部会長 ただいま事務局から説明がありましたとおり、本日は消費者教育アクションプログラムの28年度の取組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、今後の消費者教育の取組について協議していくこととしたいと思っております。

アクションプログラムについて審議し、お時間に余裕がありましたら、先日審議会から答申いたしました消費生活基本計画の改定に関して、来年度の計画の具体化に向けて、施策や手法などに関する意見交換の時間に充てたいと思っております。

まずは、事務局から、消費者教育アクションプログラムの今年度の取組実績の報告と、来年度の取組予定についての説明を受けまして、審議したいと思っております。

それでは、よろしくお願いたします。

○企画調整課長 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28年度の取組実績について御説明いたします。

まず、記載がございます到達目標でございますが、「効果的な消費者教育の展開に向けた取組」の中に3つの到達目標を設定しております。消費者教育は行政の取組のみでは限界があるため、多様な活動をしている民間団体、事業者、事業者団体のノウハウの活用など、幅広い団体と有効に連携することで充実を図ることができるということでございますことから、連携する団体について、当該年度に連携する団体の数、また平成28年4月以降に新たに連携する団体の数を到達目標として設定しております。

また、消費者の身近なところで消費者教育を進めるため、消費者教育推進法において努力目標とされております区市町村における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自治体の数を目標としております。昨年の本協議会におきまして御議論いただきまして、29年度までの到達目標を設定したものでございます。

実績を御説明させていただきますと、連携する団体の数は到達目標180団体に対しまして、28年12月末現在で162団体でございます。これは、今年度の事業展開において幾つの団体と連携を図ったかということをお示しした数字となります。

新たに連携する団体の数につきましては、29年度の到達目標に20団体を掲げており

ましたところ、28年12月末現在で51団体との連携を果たしたところでございます。これは、これまで連携の実績のない団体や学校等との連携が進み、より幅広いの団体、機関との連携が図られたということでございます。

多様な主体との連携に関しましては、先ほど申し上げましたが、お手元に「多様な主体との連携の実績」をお配りしてございまして、連携の実態をわかりやすくするために、連携の趣旨や連携の手法、連携事業の内容により、全ての団体を分類したものでございます。参考にしていただければと思いますが、これは各団体さんに公表する前提で御了解いただいているものではございませんので、申しわけないのですが、協議会終了後回収とさせていただきます。

続きまして、消費者教育推進地域協議会を区市町村で設置している数でございますが、こちらは29年度の目標達成の10区市町村に対しまして、5区市町村となっております。昨年が4区市町村でございますので、1つ、八王子市がふえたということになっております。

具体的な取組につきまして、取組実績を28年12月末現在の状況で御説明させていただきます。

1つ目の「多様な主体との連携」でございます。大学等との連携による消費者教育につきましては、新入生ガイダンスやゼミなどに東京都消費者啓発員を派遣いたしまして実施いたしました。回数といたしましては47回、16校で、受講者数は7,054人となっております。

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・事業者団体の皆様がそれぞれの従業員向けに消費者教育に関する自主的な取組を促すということで、積極的な取組を行っている団体等の事例をホームページに御紹介することで、私どもの「東京くらしWEB」に掲載しているものでございまして、28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4回、合わせて約500名の方々に受講いただきました。

さらに、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回開催しておりまして、内容といたしましては、28年7月に、協議会専門員でもあります金融広報委員会の皆様、さらに9月には、消費者志向経営に関する講座をACAPの皆様と連携して開催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、消費者問題マスター講座や消費者教育の講座に、それぞれの団体の専門知識をお持ちの方を講師として派遣いただくということで、マスター講座では5テーマ、教員講座では10テーマに御協力いただいたということでございます。

あわせて、それぞれの団体は自主的に消費者教育の教材を作成するなど、消費者教育の普及啓発に努めていらっしゃる場所が多数ございますので、19団体の教材を教員講座等の機会等に展示し、また、団体が学校等に出前講座を実施している情報を御提供したと

ということでございます。

おめぐりいただきまして、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、写真を入れるなど、なるべく雰囲気がかかるような形で情報発信をしたということで、その回数を記載しております。

2つ目のテーマ、「区市町村への支援」でございますが、区市町村の消費者教育推進への支援ということで、多摩の消費生活センターが、市町村で取組が進みづらいようなところと共催して企画の御提供や講師の情報提供などを連携し、消費生活講座を行ったものでございます。回数としては13回。受講者数は200名を超えております。

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、マスター講座に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組でございます。29年度の実績は記載のとおりでございます。

また、区市町村の消費者教育モデル事業は、25年から27年の3年間で実施しましたものでございまして、28年度につきましてはそれらの実績を取りまとめて御紹介するというので、これは今年度中に行う予定でございます。

次の「ライフステージごとの取組」でございます。まず若者に関しましては、通年、若者向けの悪質商法被害防止キャンペーン、これは近隣縣市と協力しておりまして、1月から3月にかけて実施しているということで、現在進行中でございます。

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組といたしましては、若手の芸人さんや学生芸人さんがつくった悪質商法をテーマにした漫才・コントをネット動画で公開するというものでございます。今年度は大学祭の啓発イベントといたしまして、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いうことでございます。

次の3-3と3-4に関しましては、先ほどの連携のところで御説明した内容と重複いたしますので、割愛させていただきます。

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ので、「飯田橋四コマ劇場」と題する消費者トラブル等の暮らしに役立つ情報を4コマ漫画で解説した冊子をつくっておりまして、これは大変御好評を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提供しているものでございます。

続きまして、おめぐりいただいて次のページの「東京くらしWEB」による情報の提供でございますが、スマートフォンでもパソコンでも見やすい、使いやすい工夫をしております。アクセス数は約58万件でございます。これは4月から12月の実績でございますので、年間ですとおおむね80万件程度のアクセスがございます。

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、高齢者悪質商法被害防止キャンペーンを例年9月の敬老の日を中心に展開しておりまして、ポスター、リーフレットの配布、「高齢者被害110番」等、特別相談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、ホームヘルパー、ケアマネジャー、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、また消費生活センターにつなぐなど、対処法などに関する講座を実施いたしまして、現在のところ220回、5,800名に受講いただいたということでございます。

また、高齢者が集まる機会を利用いたしまして、高齢者の皆様に、見守り、見守られる立場ということで、介護施設や老人会、町内会、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いたしました。この出前講座、出前寄席を合わせて約1万7,000人の方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組といたしまして、昨年試行として実施しまして、本年度本格実施した事業でございますが、宅配事業者等と連携いたしまして、高齢者世帯にリーフレットをお届けして注意喚起を実施するというところでございます。9月から12月にかけて、ヤマト運輸、生協、お弁当の宅配事業者さんの御協力を得て、リーフレットを配布いたしました。

次は、シニア層向けの4コマ漫画でございます。4コマ漫画に関しましては、先ほど若者向け、シニア向け、またことしはミドル層向けという、それぞれの世代に向けたものを作成いたしまして、配布しております。

また、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におきましては、地域の生活協同組合と連携するというところで、消費者被害防止をテーマに後援会を企画・実施しまして、現在1回開催いたしました。今年度中にあと2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。

5番目の「子供の安全確保」という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、安全・安心なデザインで開発された商品の展示やセミナーに加えまして、その場で販売、御購入いただけるような取組を行ったところでございます。こちらは、延べ来場者数としては4,600人を超える方々に御来場いただいたということでございます。

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。

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たしまして、ヒヤリ・ハット調査に基づいて、「乳幼児の家庭内の水回り事故防止ガイド」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」等で配信しております。

続きまして、資料4に基づきまして、平成29年度の取組予定について御説明させていただきます。

基本的には先ほど御説明いたしました28年度の事業の継続が多いので、説明は簡略にさせていただきます。まず、「多様な主体との連携」につきましては、目標値も踏まえまして出前講座とか事業者の取組など、1から6までの本年度のものを継続して実施していくという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、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、それぞれの取組を進めてまいります。

おめくりいただきまして、「ライフステージごとの取組」でございますが、最初の「若者の消費者被害の防止」に関しましては、ことしの実績を踏まえてやり方を工夫するというのもございますが、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るとともに、ツイッター、フェイスブックなど、SNSで情報発信を強化して、「東京くらしWEB」と連動させて、より多くの消費者の手元に情報を届ける工夫をしてみたいと思っております。

4番目の「高齢者の消費者被害の防止」につきましては、キャンペーンや見守り人材向けの講座、高齢者の見守りネットワークの取組の強化に向けまして、見守り人材向けの出前講座を本年度に引き続き、年間300回を予定しているところでございます。

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組につきましても、御協力いただける事業者さんと連携し、実施していきたいと思っております。

5番目の「子供の安全確保」では、セーフティグッズフェアなど、来場者数も多くなってきておりますので、そういった目に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。

また、事故防止ガイド等も、いろいろ事故の状況等を踏まえたものを工夫いたしまして、配布先等も工夫をしてみたいと思っております。

簡単でございますが、以上です。

○越山部会長 どうもありがとうございます。

ただいまの報告をもとに、平成28年度の取組実績や次年度以降のアクションプログラムについて、御質問、御意見がありましたらお伺いしたいと思っております。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、意見の交換を行いたいと思っております。

本年度から加わった方もおられると思いますし、先月答申を出した今後5年間の内容との関係もあって、ちょっとわかりにくい箇所があるかもわかりませんが、皆様のベクトルはなるべく合ったほうが良いと思っておりますので、最初にこのブルーの表紙のアクションプログラムの表紙をお開きいただけますでしょうか。

1ページに、「東京都消費者教育アクションプログラムについて」という箇所があります。本年度は5カ年計画の4年目であり、その実施内容について確認していこうとしているわけです。この4年度目のアクションプログラムの実施状況の内容に関しましては、こ

のブルーの箱に囲ってあります1～5、「特に重点的に取り組む世代・テーマ等」に基づいて、きょうの先ほどの資料3と4を御紹介いただきました。

最初に資料3の本年度の取組実績の状況について、御不明な点がおありになるかもわからないので、その辺の御質問も含めて、まず28年度の取組実績に関してのところから、御質問等があればいただければと思います。いかがでしょうか。

例えば平成29年度は、到達目標として具体的な数値目標をなるべく立てるようになっています。これは、実は4年前、今の5カ年計画をつくるときに、基本方針だけではなくて具体的な数値目標を立てて、それにどれだけ近づけるかということをやるときではないでしょうかということがありましたので、なるべく数値目標を作成できるものに関しては作成した次第です。その結果、資料3の上半分にあります「平成29年度の到達目標」というところに具体的な数値目標が出ているところでもあります。

その下の「具体的な取組」のところは、具体的な内訳を書いてあるような資料になっております。この資料3について、それから具体的な対策の中身、方向性、その辺のところを踏まえまして、何か御質問だとか御意見等がございましたらいただければ幸いです。何でも結構ですので、いかがでしょうか。

○小林委員 1点質問です。このような取組は毎年度やられていると思うのですが、何事業ぐらい実施し、トータルの受講者数がカウントされているのかどうか、実施した取組について、効果としてどうだったかという振り返りが行われているのかどうかということをお聞かせ願いたいと思っております。

以上です。

○活動推進課長 センターの活動推進課長でございます。

年度の最初のころに消費生活対策審議会が毎年ありまして、その場で前年度の全体の報告をさせていただいています。その中で、今回のこのアクションプログラムの切り口というよりは、それぞれ例えば消費生活講座として何講座何人、例えば多様な主体との連携の講座で何講座、何人、出前寄席で何講座、何人という形での総括はさせていただいて、それを毎年度、審議会の総会のほうにお知らせをさせていただいている。

その中で、特に御意見をいただければ御意見を踏まえて進めていきますし、当然、年度の全体の総括として、前年度からどのくらいふえたのか、減ったのか、あるいはどういう要因があったのかというのは、もちろん事業担当のほうで分析をさせていただいて、必要な対応はさせていただいていると思っております。

○小林委員 ありがとうございます。項目ごとでも結構ですが、振り返りをさせていただきまして、受講者の声等についても、またお聞かせいただければと思っております。

以上であります。

○活動推進課長 例えば、講座の関係も幾つか中身がありまして、例えば教員に対する支援のための講座というのが一つの柱であります。今年度は教育庁さんとの連携のもとに、特に区市町村の学校の先生方の参加率をいかに上げるかということも取り組んで、その中



で、環境整備として出やすくなった、学校の理事者側の御理解が得やすくなった。その意味では参加率が非常に上がったというのが今年度の教員の講座のほうです。あるいは私もが大規模講座としてやっているのは、せいぜい100人から200人の講座を年間で5回程度という話ではありますけれども、その中では毎年新たな取組として、連携先の事業者さんを少しずつ変えたり、あるいは新たなテーマを設定したりということで、今年度は、先ほど御紹介がありました金融広報委員会との連携の講座の中では、子供の金銭感覚を養うための親御さん向けの講座をセットしたり、今年度後半では、『長い人生山あり谷あり』ということで、割と高齢者の方に絞って、皆さんにわかりやすい講座を設定するなど、御好評をいただいていると思っております。

○小林委員 ありがとうございます。

○柿野委員 質問をさせていただきたいのですが、到達目標の連携する団体等の数ということで、順調にふえてきていることがこの数字からわかりますが、この連携といったときに、どういう形での連携なのかが示されていないので、これだけではよく分からない部分が多いと思います。例えば事業を共催したとか、講座の参加者として来てもらっているという話なのか、出前講座の行き先なのか、これらを1つにくくって連携する団体ということで捉えられているのではないかと、というのが私の理解なのですが、それで間違っていないでしょうか。また、今後の話が入るのですけれども、数をふやしていろいろ団体等とつながって事業をしていくことはとても大事なことですけれども、その連携の質的なレベル感といえましょうか、深まりみたいなのところも求めていくことが必要ではないかと思えます。こここのところをもう少し丁寧に考えていくこともご検討いただきたいと思います。

以上です。

○企画調整課長 ありがとうございます。

先生の御質問は毎回この協議会で話題になるところでございます、先ほど、会議終了時に回収しますというふうにお配りした、この多様な主体との連携の実績の表が実態を整理したものでございます。水色のアクションプログラムの12ページをお開きいただきますと、ここが27年度の実績の欄になっているところですが、ここを見ていただくと、目標というのが25年から29年の中間年までの目標ということで、当初はこの2つの目標値が設定されておりました。

消費者行政は従来から消費者団体等との連携は進められておりますが、それ以上の幅の広がりがなかなかないという状況を踏まえた取組でございます。自主的に取り組んでいる民間団体、事業者、また学校、それも行政でやるのではなくて学校で企画をしていただいて、そこに講師を派遣する、そういったようなものも一種の連携ではないかという御議論がありまして、新たに連携する団体の数ということで、まず幅を広げることに取り組みました。そのように取組を進めたところ、27年度になりましたときに、新たに連携する団体の数を見ても、その年の連携の実態がわからないという御意見がございました。そこで、27年度に、28、29年度の到達目標として到達目標を1つふやしまして、当該年度に

連携する団体の数というものを入れまして、これは28年度単年度で幾つの団体と連携を図ったかということを掲げました。

それに加えて、例えば講座をやっていただいたところと継続した連携が必要であるというご意見や連携の内容としてもさらに幅の広い、違う方法の連携も進める必要があるのではないかというご意見があり、この連携する団体の数を増やすことと、質を深めて幅を広げていくといったことが必要だということで、この2つの目標を設定したところになります。

どうということが連携かといったところは、こちらの資料で整理しております。連携の趣旨にありますように、団体等が都の専門性、能力、情報を活用することにより事業効果が拡大するというところで、これは都からの講師の派遣を数えているものでございます。それで、これだけの企業さんとか、シルバー人材センターとか、社会福祉協議会、こういったところが連携して取り組んでいただいたということです。

おめくりいただいて、その次も大学等との連携になりますので、大学、高校、特別支援学校、こちらも東京都からの講師の派遣ということになっております。

また、4/8ページは、都と団体等とが協働（共同）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、こういった視点では共催で事業を行うとか、消費者月間事業とか、生協さんとの協賛事業、またセーフティグッズフェア等、また大規模講座、そういったところもそういう考え方で整理をしております。

次の6/8では、団体等のそれぞれお持ちの専門性を都の講座で発揮していただく、そういったところで共同の事業を連携するというところで、団体等からの専門分野の講師の派遣、そういったところでそれぞれの御専門の事業者とか事業者団体、そういったところを団体数として数えているというところでもございまして、このような形でどういう連携を今後どのようにふやしていくかというのも、今後見えるようにしようということでまとめたものでございます。

○越山部会長 わかりましたか。

○柿野委員 わかりました。ありがとうございました。

○越山部会長 どうぞ。

○大澤専門員 東京都金融広報委員会の大澤です。

私どもはいわゆる連携先として協力させていただいている面がありますので、簡単に補足させていただきます。

今年度でいいますと、先ほど、活動推進課長からもお話がありましたけれども、3回、共催という形でまずやらせていただいています。1つ目が平成28年7月に行いました消費生活講座で、「子供や孫に伝えるお金の話」というテーマのもと、託児施設を設けまして、働く世代の方にもいらしていただきやすいような形で、親子向けセミナーをやりました。

10月には、「知ってトクする暮らしの連続講座」で、お年寄り向けに「老後の資産を

大切に！～財産と運用の正しい知識を～」と題するセミナーを立川で共催させていただきました。

3つ目は、先ほどもありましたが、1月28日に大規模講演会という形で、これは東京都と私ども、それから日本FP協会東京支部、財務省東京財務事務所の4者共催という形で行いました。これは600名を超える参加者を集め、大盛況でございました。連携といえますか、共催ですごくよかったなと思うのは、それぞれの団体を知っているけれども、ほかの団体を知らないといったお客様が大勢いらして、そういった方々が一つの会場にいらっしゃいますので、情宣活動という意味では相乗効果があり、この点はメリットと言えるかと思えます。

そのほかに、連携ではないのですけれども、東京都でやっている丸の内キッズジャンボリー、国際フォーラムで毎年やっている夏休みイベントですけれども、そこに私どももブースを出展させていただきましたり、あるいはお小遣い教室を親子向けに夏休みを利用してやったり、あるいは10月の消費生活展「くらしフェスタ東京」では、新宿西口の会場に私どもも出展してミニセミナーを開催したり、クイズをやったり、そういったことで啓発活動を行っています。

以上です。

○越山部会長 どうもありがとうございました。

今のような形で、いろいろ形を変えて多角的に消費者教育の活動をされているので、そのカウントの仕方が非常に難しいのが実態だと思います。ただ、全く野放しというか、東京都の消費者教育の一環としてやっているはずなのに、どこで何をやっているかわからないよというふうになるのは、今後のことも考えてよくないと思いますので、とにかく実態を把握しようと思って、苦勞して集計しています。しかし、例えば1ページ目は対象が大学であったり、企業であったり、一般都民であったり、教員であったり、対象が多岐にわたっていますし、講師の方の立場なども非常に多様化しているというのが実態でもあります。こういうものをできるだけ上手に使って広めていこうという方針で、効果的な消費者教育の展開に向けた取組というような考え方を持たせていただいて、ここまでやってきたというのが実態です。

○阿部委員 私も同じ意見で、今、お話を聞いて、いろいろな連携があるのだというところがよく把握できたところでございます。

私ども協会は全国に相談員を配しておりまして、こういったものに関しては本当に日々消費者教育ということでやっております。東京都からも講師派遣という形で多くの相談員が出向いているところです。

見守り人材向け等々の1回ごとに対象がその都度その都度違ってくるとなってくると、連携ではあるけれども、そこで効果的なことがあればよろしいというところもありますし、私が最初に申し上げたと思うのですけれども、それをつないでいくというのですか、別の団体のところで私は生協の講座もかかわっております、こちらのほうは実行委員制にな

っておりまして、講座を立ち上げるまでは、行政と生協と東京都の職員さんとみたいな形で、非常にいい連携を持って進んでいくのです。

ところが、終わってしまうと、これを何とか生かしましょうというところでやってみようという話にはなるのですが、せっかく立ち上がったものが何となく消えていってしまうというところがあったりしますので、ぜひそういったところをつないでいくというところが、今後の話になってしまうかもしれませんが、そういうことは感じております。

あと、エイドのほうでも私は登録しておりまして、こういった連携というところでは自分も行っているのですが、やはりよくわかるのですけれども、事業者さんなんかの繰り返しのところと、単発でやってみて今後考えますというところのかかわり方も違うでしょうし、大学なんかはガイダンスでやるのが非常に効果的ですし、最初のところで何百人の生徒たちに一気に話せるというのはすごくいいですね。なので、そういったところはぜひ続けていっていただきたいというところでありまして、これからの話になるかもしれませんが、今、大体18歳であろうという大学生を2年間かけて成人に向かっていくというところが今度は高校になるわけですから、カリキュラムに入るのは難しいかもしれませんが、こういった連携の中に、例えば新入のところで、15歳ですか、やっていますけれども、ある程度理解できる年齢になっているので、そういったところも連携を図ってある程度高校もやっていますけれども、そういった形で、事業に入っていくというのではなくて、こういう連携ができればいいのかなと思っています。

たくさんのお事業体で大変で、数で並べてみるとすごい数なので、私もこれはぜひ続けていきたいと思うところでございます。

○越山部会長 ありがとうございます。

毎年、御指摘される点で、それは非常に重要な点だと思っています。継続的に同じ団体さんとか大学とか企業とか学校が、毎年継続的に実施していただけるよう、センターの方からも相談しているということですね。この数値を見ても、同じところがずっと定常的にというところばかりではないというのは、それなりの実態があるのではないかと思います。その辺はどんなところが大変なのでしょうか。

○活動推進課長 センターの活動推進課長でございます。

今、幾つかお話がありました。例えば町会とか、市民の方、都民の方、身近なところの団体様の場合には、なかなか幅広く継続的なお願いというのはやりにくいので、継続的にお知らせはしているのですが、その中でなるべくクライアントのニーズに合わせて、どんな方がどういうことを聞きたいとお声かけいただいているのかということと、それからコンシューマー・エイド（東京都消費者啓発員）の皆さんのそれぞれのキャラクターと、いろいろな強みもありますので、そのマッチングに物すごく気を使っているのが今の現場です。

大学のほうについては、実は大学さんも決して私どもだけではなくて、大学さん独自に

いろいろなことをやっていらっしゃるところがあります。これは今回の成年年齢引き下げの話でいろいろ議論があったとき、私も初めて伺ったのですけれども、かなり力を入れていろいろな取組をやっていらっしゃる大学さんがあって、その中には区や市の連携をやっていらっしゃるところもあるということもわかっています。もちろん、金融広報委員会さんもいろいろ働きかけをされているということも聞いております。

そういう中で、実は大学側がどういう実態にあるのか、つまり、それはすごく力を入れているから、私どものほうのお声かけに応じてくれないのか。実は私どもは一昨年度、昨年度、ほとんどの大学とか専門学校に、飛び込みですけれども、営業をかけているのです。それで今のこの状況です。それでも、今年度はその影響もあってふえたと思います。継続の話については、今の時期ではもう全て決まっていますので、秋口に、いろいろやっていただいている学校さんに改めてお声かけをさせていただき努力をさせていただいているのですけれども、本当に各大学の実態がわからない。そこら辺の実情を今後の成年年齢の引き下げの中では、消費者庁と文科省のほうでくみ取っていただいで、何らかの仕掛けをしていただけるようお願いをしており、それは少し動き始めるのではないかと思っています。

以上です。

○越山部会長 おっしゃるとおりですね。

どうぞ。

○柿野委員 大学の消費者教育については、今年度、文部科学省が全国の大学に対してアンケート調査をしております。平成22年度に第1回目の調査をして、今回3回目の調査ですが、文部科学省の生涯学習政策局男女共同参画学習課の消費者教育推進係というところで報告書をまとめている最中で、今年度中には公表されると思います。例えば東京都内の大学がどういう実態にあるのかとか、どこまで教えてもらえるかわかりませんが、参考になることもあるかと思えます。この大学の消費者教育はすごく重要ですので、都として何ができるのかご検討いただき、これからも進めていただけたらと思います。

○越山部会長 今の御指摘は現時点のお話なのですよね。この後の後半の議論で、成年年齢の引き下げの話があるので、大学でやるべきところの領域が少し変わってきて、大学での消費者教育のあり方というのはまた見直しされていくようになると思います。現在は言われているとおり、私の大学でも新入生プログラムは毎年ふえていって、様々な初年次教育が求められるようになってきました。社会教育関係を積極的に進めようという動きにうまく便乗していくことは消費者教育を広めていく上で重要ですね。

ほかに何かございますでしょうか。

○洞澤委員 少し話が変わってしまうのですが、29年度の到達目標の消費者教育推進地域協議会のところですが、目標としては10区市町村となっているところが、残念ながら言ってしまうといいのか、5区市という形になっております。ただ、やはりその地域の構成員の内訳とか特質にマッチした形での教育を推進していくということの必要性

を考えますならば、ここをもっとふやしていく方向で東京都が後押ししていく必要があるかなと思っております。

質問もかねてということになります、この辺について都として具体的に取り組んでいる状況があれば教えていただきたいと思っております。

○企画調整課長 こちらの協議会の設置に関しまして、区市町村の担当課長会というのが年に2回ありまして、そのほかセンターの所長会とか、さまざまな機会を通じて働きかけはさせていただいております。その際、単に協議会を設置してくださいというだけではなくて、それぞれ区市町村のセンターには運営協議会などの組織がありますので、その中に例えば学校の先生の経験者などに入っていていただいて消費者教育の情報交換をしていただくことで協議会という位置づけになるという具体例などをご説明しております。また、必ずしも法律に書かれている方が全員いなくても、地域の情報交換・共有などの機能があれば大丈夫なのですと、相当ハードルを下げたようなペーパーをつくりまして働きかけはしております。

つい先日も、もうその機能を果たしていると思われる区市町村へお話ししてみたのですが、けれども難しい状況でした。区市町村にとって、会議を一つ設置するハードル、それを設置したからには運営をしていかなければいけないというハードルがありますし、今はどちらかという会議体というのは減らしていく傾向もありますので、その中で教育の推進協議会をつくるか、安全法の見守りの協議会をつくるか、そういうところでいろいろ御苦労はあるようです。けれども、実態としてはその機能を果たしているような区市はかなり見受けられますので、それがもう少し条件が整うと協議会になっていくのではないかとということで、引き続き背中を押していきたいと思っております。

○越山部会長 目標が10区市町村のところを今は5区市ですから、あと1年ちょっとで5区市がふえるかどうかは何とも約束できない次第ですけれども、引き続きそういうことを推奨していくといいますか、後押ししていくということは続けていただきたいと思っておりますという方向性はよろしいでしょう。

ほかに何かございますでしょうか。

○阿部委員 今のことなのですがけれども、前に安全法のほうの協議会でセンターの行政の職員さんなんかとお話をしたときに、どんなふうにやっていっていいかわからないというところで、一つの自治体の方が自分はこういうふうにやっていたよと言ったら、それをメールで送ってちょうだいみたいな会話がありまして、ちょっとペーパーを見ていないのでわからないのですが、例えば申告する紙もこんなのでいっただら、それをまねしようということができるのではないかと思うので、後押しと、これぐらいでいいですよというのと、例えばこういったものを開催している区市町村から聞いて、どんな感じかというのができれば、それを非常に他の行政の方がありがたがって、それをそのとおりに自分のところもやっていこうかなというのがあったりもしたので、ただの後押しでこういう感じというだけではなくて、具体的な何かがあればかなり動いていく市区町村もあるのかなとは

思うのですけれども、いかがでしょうか。

○企画調整課長 ありがとうございます。

資料3の1ページをめくっていただいたところに、2-3、消費者教育モデル事業というところで、消費者教育地域協議会を設置して運営するというのを2地区ほどモデル事業としてどういうふうにやっていったというのがあります。今度この総括を年度内に取りまとめるときに、そのあたりをもう少し、今の御助言を参考に現状も含めて、少し御参考になるよう工夫できたらと思います。

○越山部会長 意思表示をしているところはあるみたいなので、うまくいくといいなと思います。

ほかに何かございますでしょうか。

今年度の実績に関しては、ここに詳細な資料が出ていたわけですが、これ以外に、時間の関係もありますので、資料4の本年度の取組予定の部分についての議事に進めさせていただければと思います。

先ほどお話がありましたとおり、資料4の29年度の計画というのは5カ年計画の最後の年に当たりますので、新たな政策というものをここで盛り込もうというわけではなくて、5年前につくった、今御紹介させていただいた、このベースをそのまま踏襲して、引き続きこの5年間の目標をきっちりやっていきましょうねというような考え方になっております。基本的には具体的な数値は入っていませんが、やる内容はほとんど同じという感じです。

そこで、この取組予定に関しまして、本来であれば、この前の答申のように、新しい視点とか、先ほど成年年齢のお話とか、早急に取り組まなければいけないような部分があるのかもわからないのですけれども、取り急ぎ、その議論はこの後にさせていただくということで、29年度の取組予定、要は5カ年の最後の部分に関しまして御意見等がございましたらいただければと思います。いかがでしょうか。

お願いします。

○柿野委員 先ほどの議論とも少しつながるのですけれども、都の行う消費者教育の取組と、区市町村が行っている取組というのはまた別にあるわけですが、例えば、都が出前講座とかでコンシューマー・エイドを派遣するといったときに、その現場には区市町村があるので、この事業全てが区市町村との連携という言い方がいいのかわかりませんが、区市町村に対して意識的に消費者教育の推進について働きかけ、一体的に事業を行っていくことが重要だと思います。それによって地域協議会にもつながるような人と人とのつながりができることも期待されますし、都のほうから区市町村に地域協議会設置に向けたノウハウ等の情報も提供していけるのではないかと思います。

例えば、高齢者の消費者被害の防止というのは、キャンペーンとしては都として大々的にされるのがいいと思うのですけれども、例えば4-2の高齢者見守り人材向けの出前講座とか4-3の出前寄席のように、実際にその現場が区市町村にあるような場合に、積極

的に区市町村とともにこの事業を展開し、その協議会設置に向けて働きかけるような方向を持つことによって、協議会設立というところにつなげていく一つのきっかけになるのではないかと、29年度の取組を見て思いました。

全体にかかわることなので、適切な発言ではないかもしれませんが、以上です。

○越山部会長 今回の御指摘に対する一つの側面ですが、資料3の2枚目、4-2のところでは高齢者の見守り人材向けの出前講座があり、これは実は総会のときもお話がありましたけれども、見守りネットワークや、地域包括支援センターなどと大きく関連していると思います。それらとの連携も非常に重要だというお話の中で、なかなか協議会が一本化できないという大きな難しさがあるというような話を聞いていたのですが、実はこの数字を見ると、220回やって5,791名という数字を去年見せていただいて、盛況に進んでいることを喜ばしいと思いました。高齢者に対する消費者教育の場としては、成功しているなという感じがしています。

ここで、先ほどの御質問に関連してお伺いしたいのは、4-2の220回というのは、全て都が主催ではなくて、区市町村と連携したものとか、あとは都は関係なく、区市町村が自主的にやっているとか、その辺の数のカウントは大体どんな感じになっているのか、もしわかれば教えていただければ幸いです。

○活動推進課長 私どものほうで講師を派遣させていただくという枠組みです。考え方としては、それぞれが専門的に持っている、自分たちができることを持ち合ってやろうというのが大きな発想で、例えば区市町村で、対象者はうちで集めて場所は確保するから、東京都のほうでは人を派遣してくださいと。だから、これはみんなで行っている連携の事業なのだという、全体として考え方はその位置づけになります。

ただし、区市町村も当然消費者教育というのをやらなければいけないという立場にあるので、先ほどの数そのものは区市町村分は落としているのです。考え方としてはそれぞれができることをやっていくということです。一番身近にいらっしゃる住民の方々にこういうものを提供できる、人を集められる、場所が提供できる、では私どものほうで人を派遣するというのが全体の枠組みだと思っています。

○越山部会長 いいですね。29年度の計画は、ことしを踏まえて年間300回予定と書いてありますから、どんどん広がっていく方向性と感じております。今の御質問に対してはちゃんと答えになっていたかどうかわかりませんがお許し下さい。

○阿部委員 この事業に関しては、相談員を派遣しているというところがございまして、例えば区の相談員が依頼先にいけば、その人間を派遣して、もちろん東京都の事業としてという形になりますし、例えば私たちが区に行ったときに、そこの行政の方が一緒にいらして、そして連携していきたいというところもありますので、これに関しては本当にばらばらに都がやっているということではなくて、行った先、行った先の方々の、先ほどニーズとおっしゃいましたけれども、ぜひ自分のところの職員も参加したいということであれば一緒にしていただきますし、本当に小さな町会の見守りであるということであれば、そ



こは比較的点的というか、1回なさって、ぜひこういうことを気をつけてくださいというところになっていきますので、これは本当に連携しながらやっていっているとお考えになっていただいてもいいのかなと思っております。

○越山部会長 非常にうれしいお話ですね。区市町村だけではなくて、消費者団体の皆さんも連携してやっていくというところはとても大事なことだと思います。どうも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。お願いします。

○大澤専門員 ありがとうございます。

平成29年度、資料4です。これは先ほど部会長からもお話がありましたけれども、5年計画の最後の年という位置づけということなので、ついこの前まで答申を議論していたものとは違う位置づけですということはよくわかりました。

この青いアクションプログラムの1ページにあります、「特に重点的に取り組む世代・テーマ等」という重点項目について先ほど説明がありました。私は昨年途中からこの部会に入れさせていただいているので、これまでの議論がわからないところがあるのですが、率直な感想を述べますと、非常にディフェンシブというか、後ろ向きの感じを持つのです。例えば「ライフステージごとの取組」で、「若者の消費者被害の防止」「高齢者の消費者被害の防止」「子供の安全確保」とあります。

本来、消費というのはもう少し積極的な意味を持たせていいのではないかという気がいたします。一番ミクロのレベルで言えば、お小遣い帳とか、家計簿とか、そういうパーソナルファイナンスから始まるわけですが、お金を通して世の中を見ていきますと、結局それは健全な個人消費の発展を通じて日本経済全体の発展にも資する。ひいては、2%の物価目標の達成にもつながるものですし、あるいはその先にある世界の経済にもつながっていくという部分があります。

例えば、本日都庁で開かれると思いますけれども、小池知事が国際金融都市東京のあり方懇談会という会議を設置して、今後、国際金融都市として東京をどういうふうにしていくのかという議論を別途しておられます。

そういったところにもつながっていくものですので、もちろん5年前に決めたということなので、この枠組みをはみ出すことはできないにしても、それぞれの項目を見ますと、教育、あるいは金融、経済、そういった切り口のところで、コンテンツの部分で前向き感を持たせることはできるのではないかという感想を持ちました。

これを決められたのは5年前、さらに審議が行われたのが6年、7年前ということですので、恐らくリーマンショックの後、それから2009年にはユーロ危機が起きておりますので、そうした世相を映じたものかなという気がしています。

これまでの答申の議論の中でも、来年から新しい高等学校の科目として「公共」というものができる。それから、成年年齢の引き下げという新しいエレメントも入ってくる。また、ことしの1月からは個人型確定拠出年金に関する大きな制度変更がありました。こう

いったことを踏まえて、もう少し積極的な意味をコンテンツの部分で持たせてもいいのかな、それがまた次の5年計画につながっていくのではないかなという印象を持ちました。

以上です。

○越山部会長 御指摘のとおりだと思います。これをつくる段階や総会の際にも消費者団体の皆様等がお越しになって、消費者市民社会や、消費者が自立する消費者教育であるべきだという議論は非常に強くなされたのは事実です。最終的にはここに書いてあるような柱立てになりましたけれども、その中でも、今言われたとおり、まだちょっとそれは早いのではないかと、まだゆっくり進んでいったらいいのではないかと、余り大きな変化をここでもたらさなくてもいいのではないかとのご指摘もありました。消費者教育の推進に関する法律の精神を基礎として、その精神を全面的にどんどん出しましょうねという議論がなされました。それらの貴重なご意見や議論を踏まえた結果がこれであり、全く無視しているわけではなくて、少しずつそういう方向に持っていこうという意識は、少なくとも総会中の皆様にはあったと思っております。大変重要な御指摘、ありがとうございます。

ほかはどうでしょうか。

総会とか前回の会議でインターネットを使った広報に関するご意見があります。また、消費者向けの啓発資料も印刷物を印刷して区市町村の窓口においておけば、それでいいのではなくてどんどん積極的に活用可能な伝達手段を駆使し、実際に必要なところに伝えるべきとの意見がございます。子供の安全に関するものでしたら、保健所とか、保健師さんとか、高齢者の金融の問題もそうなのですけれども、積極的に本当に必要な人に声を届ける手だてを考えるべきだよというお話がやはりありました。

例えばここには「東京のくらしWEB」やSNSが例示されており、先ほどの年間80万件というお話がありましたけれども、それをどう評価すべきかという点もあります。民間の広報のプロの方の目では、これはちょっと少ないのではないのか、インターネットでSNSとか、東京都の情報発信のやり方というのは、ほとんど伝わっていないのではないのかというような指摘もあるかも知れません。東京都や区がそれぞれ出している広報紙はよく読まれているとのご指摘はありますが、中にはインターネットの情報がうまく伝わっていない、伝わるような努力をしたほうがいいのではないのかとのご意見もあろうかと思っております。前回、「188（いやや!）」の番号がまだ周知されていないではとのご意見もありました。新しい制度とか仕組みがどんどんできてきて、特にインターネットとか新しい情報発信のツールがそろってきている中で、これでいいのかなという御指摘がよくありましたので、それに関連するような御助言みたいなことを、ちょうど来年の計画の議論でもありますので、いただくと非常にありがたいと思います。いかがでしょうか。

○洞澤委員 すごく具体的な話になるのですが、実は私、フェイスブックで東京都生活文化局の「いいね!」をしているので配信をもらっているのですが、時々思っていることがあって、文章がすごく長いんですね。いっぱい情報を伝えたいという思いは非常に伝わるのですが、余りにも文章が黒くて長いと、読む気が余りなくなってし

もうかなという感想を実は持っております。せっかくフェイスブックを開設しているわけですので、もうちょっと見る立場の側からのうまい情報発信の仕方を見直していただくと、より伝わりやすいのではないかと思います。余りにも具体的な話ですけれども、済みません。

○企画調整課長 ありがとうございます。

それは内部でも問題意識がございまして、明日、管理職と情報発信を担当している職員等を対象にフェイスブック、ツイッターなどについてどういうふうに発信するのがいいのかというのを民間の講師をお招きして研修を行うことにております。講師は、くらしWEBのアクセス数等の分析など検証していただいている会社の方をお招きして、実態を踏まえた具体的な内容を予定しております。

外部のご意見を参考に少しでも読まれやすいものを目指していきたいと思っております。ありがとうございます。

○越山部会長 東京都も勉強しておられるようですね。

どうもありがとうございました。

もしほかになければ、この29年度のアクションプログラムについては御同意いただいたとして、先に進めさせていただければありがたいのですけれども、そのような方向でよろしいでしょうか。

(委員首肯)

○越山部会長 ありがとうございます。

ただいまの御意見を踏まえて、事務局で平成29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思います。作成したアクションプログラムにつきましては、皆様に御確認いただいた上で、最終的な内容については委員長に一任いただければと思いますが、よろしいでしょうか。

(委員首肯)

○越山部会長 それでは、そのようにさせていただければと思います。

議事に従いまして、後半の部分を少し議論させていただければと思います。きょうの本当のメインは前半の部分なので、後半の部分は、できましたら今後の参考にさせていただきたくて御意見を賜りたい部分でもございます。

それでは、次に参ります。今年度の諮問事項であります「東京都消費生活基本計画及び東京都消費者教育推進計画の改定について」は、先週7日に後藤会長から小池知事へ答申の手交がなされたと聞いておりますが、協議会の委員・専門員の皆様にお集まりいただいておりますので、消費者教育に関して、計画の具体化に向けた意見交換を行いたいと思っております。

先日の検討部会との合同部会でも意見交換が行われましたが、今回は消費者教育推進協議会として、消費者教育についてより具体的な意見を伺えればと思っております。

合同部会では、体験型教育の重要性や金融経済教育に関する御意見がございましたが、

一口に「消費者教育」と申しましても、学校教育や講座だけではなくて、普及啓発や注意喚起情報の発信なども含まれてきます。皆様から幅広い御意見をいただければと思います。

せんだって推進計画の改定についてという答申を後藤会長のほうから手交していただいています。本件については、各委員の皆様には事務局のほうからメールで、後藤会長が知事のほうに答申をお渡しした御連絡があったかと思っています。その計画で、16ページに今回と同じような、29年度以降の5カ年の計画についての基本の骨子が出ております。ここには「3つの視点」と「政策の柱」という具体的なものがございます。これを作成したわけですけれども、前回の検討部会との合同部会や総会の議論の中で、消費者教育に関連する御要望や御意見がありました。宿題や課題をいただき、それを具体的に、あと1年かけて新しい基本計画やアクションプログラムに反映していかなければいけないようなところがございます。しかし、その作業はこの協議会が来年度に入ってから定期的開催され、議論するような形になるかは未定のようなので、できることでしたら、前回の総会の議論も踏まえて、2年後のアクションプログラムの作成や基本計画の方向性みたいなことに対して御意見をいただければと思います。

成年年齢の引き下げに伴う消費者教育の実施方法の見直しの議論や、持続可能な消費生活の推進の議論なども大きな柱としてあると思います。

また、都知事もスマートシティというような発想で、持続的な消費生活というものを大きな柱にしているという御報告も、前回、局長からいただいたりしております。それら様々な課題があったと思います。答申が出ると、その結果どういう形で運用し、施策を考えていくというイメージをお持ちだと思います。こういう柱があるのであればこんなことをやったほうがいいのかとのご意見をいただければと思います。例えば、成年年齢の引き下げに基づく消費者教育のあり方は具体的にどこでどういうふうにすべきだとか、そういう議論であってもいいかなと思います。

残り時間がそれほどあるわけではございませんけれども、できましたら、どこの部分からでも結構ですので、来年度、基本計画アクションプログラムを事務局のほうで作成する上で参考になる御意見等をいただければと思っております。どこからでも結構ですので、お願いします。

○洞澤委員 幾つかあるのですが、よく大澤専門員もおっしゃられておりますけれども、お金とのつき合い方とか消費のあり方というものをもっと具体的に意識した教育が必要かなと常々思っています。

悪質商法に関する予防策とか対処方法というのはもちろんとても大事なことです。その前提として、やはり悪質商法というのはお金がすごく絡んでいる、あるいは消費が絡んでいるということもあるので、その前提となる基本的なスタンスとか、あるいは選択していく姿勢みたいなものの方向性が示せるような教育が重要かなと思っております。それが1点目です。

もう一点あるのですが、先日の審議会でも御紹介がありましたが、食品ロスの間

題のところ、松本市でしたか、30・10運動の話が出ていたかと思います。あの話は本当に素晴らしい話だなどと思っておりまして、特に「30・10（さんまる・いちまる）」という言葉で、食品ロスをなくすために具体的に消費者が何を行動していけばいいのかということを一言で言い尽くしているというところが、自分たちがどうこれから進んでいくべきかということの具体的なアドバイスにもなっていて、非常にわかりやすいなと思いました。そういった具体的に行動に移していけるような教育とか、標語であるとか、キャンペーンでもいいのですけれども、やっていくのも実践的な消費者教育という意味では、重要なのかなと思いました。

以上です。

○越山部会長 ありがとうございます。

今の御提案は、基本方針を実行していくために、特にテーマを選定して、キャンペーンみたいな、何かに特化した動きみたいなものをどこかにうまく組み込めると効果的ではないかというお話だと思います。非常に参考になるお話かなと思います。

ほかは、お願いします。

○柿野委員 基本的なことなのですけれども、この後、平成30年度から東京都消費者教育推進計画が策定されていくというときに、前回は、きょうも御説明いただいたように、重点的に取り組む世代・テーマ等ということで、2つの「効果的な消費者教育の展開に向けた取組」と「ライフステージごとの取組」、さらに重点項目が5つ出てきているのですけれども、この後、答申のこの内容から、計画になるまでにどのようなプロセスで、どのような形で示されていくようになるのか教えていただきたいと思います。

○企画調整課長 そのあたりはこれから検討していくところでございます。東京都のプランに、知事が3つのシティというのを掲げておりますので、そういったような視点も必要なかなと思っております。計画全体の方向性は答申でいただいておりますので、行政計画として消費者にわかりやすくお伝えしていくような工夫をしていきたいと思っておりますが、まだ具体的には詰まっていないという状況です。

○越山部会長 そのあたりの方向性みたいなものは、来年度中にこの協議会なのか、総会なのかかわからないですけれども、明確でなくても結構ですけれども、来年度中に1回か2回、お示しする機会が出てきそうなのでしょうか。その辺は未定ですか。

○企画調整課長 これもまだこれから詰めていくところですが、行政計画としてパブリックコメントは予定しておりますので、そういったようなタイミングで総会などで御報告させていただきまして、御意見をいただけるような機会をつくれればと思っております。

○越山部会長 パブコメをやる前に総会とか協議会はあり得るのですか。

○企画調整課長 検討させていただきます。

○越山部会長 いきなりぽんと出てくると、ほぼ決まっているのかなと思って、なかなか意見があっても言いにくかったりするところがあるかなという気もしたのでお伺いしまし

た。個々の具体的な施策とここの「政策の柱」がどうつながっていくのかというプロセスが我々にも若干わかると、方向性の議論がやりやすいのかなと思います。

ほかは何かございますか。お願いいたします。

○小林委員 早目に失礼するので、一言だけ申し上げます。16ページに「3つの視点」と「政策の柱」が書いてありますが、言葉から具体的にイメージすることはなかなか難しいと思います。例えば、全体をつなぐようなキャッチコピーをつくっていただきまして、施策をうまく展開できると皆様にもよりわかりやすいと思っています。特に小池東京都知事は発信力がありますので、小池東京都知事らしい言葉で消費者へ訴えかけるキャッチコピーや、フレーズを考えていただけるとありがたいなと思っています。

以上です。

○越山部会長 この前、局長が言われた3つのシティというのはどうでしょうか。使えないですか。

○企画調整課長 スマートシティ、ダイバーシティ、セーフシティという考え方はもういろいろな場で言うておりますので、入ってくると思います。

○越山部会長 御意見を賜りました。ありがとうございます。

ほかには何かございますでしょうか。お願いします。

○柿野委員 これまでも何度も申し上げてきていることと重なるのですけれども、消費者教育は生涯各期にわたって行うものですが、中でも学校での消費者教育の重要性は際立っていると思っています。きょうも28年度のアクションプログラム、29年度のこれからの計画を見ても、学校消費者教育の話が出てこない。東京都として消費者教育を進めていく上で、それに対してどういう方向性を持って何をやっているのかというのが見えてこないのは、発信力として弱いと思います。

ですので、今後、30年度からの消費者教育のアクションプログラムを考えていただくときに、学校消費者教育をどうやって充実していくかという観点、大きな位置づけを持っていただいて、計画をしていただきたいと思います。また、その中で今直面している、成年年齢の引き下げに伴う消費者被害の拡大、エシカル消費、金融教育について重点的にどのように展開していくか、というあたりを具体的にプランに盛り込んでいただきたいと思います。

○越山部会長 まさにそうですね。その部分の議論はきょうはあまりなかったですね。黄色い冊子の「東京都消費者教育推進計画」の26ページあたりに「ライフステージ別消費者教育取組状況図」という表があります。この中には幼児期、小学生期、中学生期、高校生期、それから若者とか高齢者というような、ライフステージごとの消費者教育テーマが書いてあります。この時期にはこういうことを中心にというものです。

このライフステージ別の取組状況について、今後もこのまま踏襲するのですかとお伺いしたことがあります。東京都さんは過去3年間、これに基づいて消費者教育をしていますが、それだけではなく子供の安全に関連する様々な調査研究とか情報発信とか注意喚起な

どを工夫して新しく取り組んだりもしています。この取組図はどんどん改善されているということです。これが成年年齢の引き下げのお話とか、前々から言われている金融経済問題などのテーマをどう盛り込んでいくかなども今後検討されると思います。消費者教育というのはいきなりぽんと特定のライフステージに実施するという話ではないですし、継続的に、どの時期にどういうことを学習、または伝えるべきかという全体の青写真とか構想みたいなものをもって実施していくものと考えます。その意味で、このマトリックスには小学校、中学校、高校の時期に必要な事項というものをに入れて提示しておりますから、できましたら、今後作成する5カ年の計画の中でも、この表を充実したものにしていきたいと思えます。なお、この表は、もともと消費者庁がつけられた表がベースとなって東京都バージョンとして直しているものでもあります。東京都が持っているいろいろな取組状況を踏まえて、これをもっと充実させていくことが期待されます。そして、前から言われている金融経済の問題をこの段階では最低こういうことはわかるようにしたほうがよいという骨組みをつくっていくことなども、重要な課題であると思えます。

今の御指摘は、そういう学校教育の中での消費者教育のあり方についても、考えていかなければならない重要なテーマであるとのことご指摘でした。

あと、余り時間がありませんけれども、何か。お願いします。

○大澤専門員 ありがとうございます。

先ほどの青いアクションプログラムと今回の答申を見比べると、やはりこちらの新しいほうが、グローバル化とか、前向きな言葉があるなど思いました。

今、部会長から表の説明がありましたけれども、ここで気になるのが成年年齢の引き下げのところですね。私どもも、これまでは高校3年生を主な対象に、単立ち講座という形で、社会に出るまでに最低限身につけていただきたいお金に関する知識とか、その後は、今度は二十歳の新成人向けの教育とか、それから大学生向けという、若者向けには3つのフェーズでやっていたのですけれども、これが前倒しになってくるということだと思えます。まだ法案が出ているとは承知していませんが、いつ施行になるかわからないのですけれども、前倒しでやっていかないと、18歳になってから教育しても遅いと思えますので、いつ引き下げになるのか、それを逆算すると、いつごろからどんなことをしなければいけないのかということ、この新しい表をつくる時に考えないといけないのかなと、そんなことを思いました。

また、これをさらに広げて、金融という切り口で言えば、それをキャッチフレーズ的に一言で言えば、「金融リテラシーの向上」ということになるのかなという気がしますけれども、そういった視点を念頭に置いておかれるとありがたいかなと思えます。

以上です。

○越山部会長 ありがとうございます。とても核心をついた意見で、助かります。

そろそろお時間なので、大変恐縮ですけれども、どうしても言っておきたいということはございますでしょうか。よろしいですか。

それでは、さまざまな御意見、ありがとうございました。

最後に、今後の予定について、事務局から御説明をいただければと思います。

○企画調整課長 いろいろな御意見をありがとうございました。本日頂戴いたしました御意見を踏まえまして、東京都のほうで消費者教育アクションプログラム平成29年度版を作成いたします。

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、皆様に御確認いただきまして、部会長の御了承を得てから、来年度開催する予定にしております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でございます。

本日の参考資料のアクションプログラムは、第1回総会で配付したものと同一ものになりますが、お持ち帰りいただいても御不要の場合は、机上にお残しただけ結構でございますので、よろしく願いいたします。また、回収する資料につきましては、机上にお残しただければと思います。

事務局からは以上でございます。

○越山部会長 どうもありがとうございました。

それでは、これもちまして、第5回消費者教育推進協議会を閉会させていただければと思います。御協力、どうもありがとうございました。

午後3時30分閉会