

第25次東京都消費生活対策審議会

第2回検討部会

平成31年1月30日（水）
東京都消費生活総合センター 教室

(午前10時00分 開会)

○野澤部会長 おはようございます。それでは時間になりましたので、東京都消費生活対策審議会第2回検討部会を開会いたします。

それでは、始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 おはようございます。企画調整課長の白石でございます。よろしくお願いいたします。

出席状況でございますが、当部会は委員9名と専門員2名で構成されております。本日は、委員8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。消費生活対策審議会運営要綱第8による、委員の半数以上の出席という定足数に達しております。

次に、前回の検討部会に御欠席だった専門員の御紹介をさせていただきます。

東京都金融広報委員会事務局長福山泰弘専門員でございます。

○福山専門員 よろしくをお願いいたします。

○企画調整課長 よろしくをお願いいたします。

続きまして、本日お配りしております資料の確認をさせていただきます。

まず始めに、会議次第がございます。

続きまして、座席表がございます。

続きまして、資料1が検討部会の委員名簿になります。

続きまして、資料2が検討部会幹事・書記名簿になります。

続きまして、資料3が注意喚起・情報発信の資料になります。

資料3の別紙としまして、別紙1、都民への効果的な情報発信の資料。

別紙2、若者被害防止キャンペーン平成29年度実績の資料がございます。

続きまして、別紙3、インターネット広告例の資料でございます。

続きまして、別紙4、大学や専門学校等と連携した学生へのメルマガによる情報発信、平成29年度の資料でございます。

続きまして、別紙5、消費生活問題への関心等の調査の資料でございます。

続きまして、資料4が区市町村支援の資料となっております。

続きまして、資料5、学校教育における消費者教育の推進の資料になりますがこちらは三つに分かれておりまして、5-①としまして、消費者教育教材等の一層の活用の資料になります。

続きまして、5-②教員の消費者教育指導力向上のための研修等支援の資料になります。

続きまして、5-③学校教育と消費者行政をつなぐ消費者教育コーディネーターの設置の資料となっております。

このほかに、机上には参考資料といたしまして、参考資料①、東京都消費生活対策審議会の今後の予定参考資料②、第25次消費生活対策審議会第2回総会における主な意見参考資料③、若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラムの改定に基づく取組について。

参考資料④、諮問事項及び諮問の趣旨をお配りしております。

このほかに、東京都消費生活基本計画の冊子、資料に係るパンフレットなどを置かせていただいております。

不足している資料がございましたら、お知らせいただければと思いますが、よろしいでしょうか。

○野澤部会長 それでは、審議に入る前に部会の公開についてですが、この部会は東京都消費生活対策審議会運営要綱第11によって、公開の扱いにさせていただきたいと思いません。

また、議事録についても公開する予定でございます。御了承いただきたいと思います。

では、議事に入ります。前回の部会では、都知事から諮問された内容のうち、学校教育における消費者教育の推進について、委員の皆様のお専門や、現場に携わっておられるお立場からの御認識、課題について御議論いただきました。前回の検討を踏まえて、事務局では再度方向性の整理を行ったということでございますので、後ほど改めてこの案件についても皆様の御意見をいただきたいと思います。

それではまず、本日は諮問された内容のうち、注意喚起・情報発信と、それから市町村支援の二つの事項について審議したいと思います。

まずは、注意喚起・情報発信の審議でございますが、事務局からの説明を受けた上で、委員の皆様から御意見をいただくという形で審議に入りたいと思います。

それでは、事務局から説明をお願いいたします。

○消費者情報総括担当課長 それでは、消費者情報総括担当課長山口と申します。よろしくお願ひ申し上げます。

若年者の消費者被害を防止するために、都が進めるべき注意喚起・情報発信についての御説明をさせていただきます。

資料3をご覧ください。

現状の取組と課題ですが、生活文化局の取組ということで、恐れ入りますが別紙1をご覧ください。

上段部分に記載しておりますのが、消費生活行政で実施している情報発信の全体像になります。本日は、一般消費者向けと主に若者向けでインターネットと印刷物の情報発信の部分、そのうち前回の部会で取り上げた「学校教育における消費者教育の推進」を除いた部分について御説明をさせていただきます。

下段にお示ししているのが、東京都の消費生活行政の基本とする情報発信で、ホームページ「東京くらしWEB」、SNSは東京都消費生活行政ツイッター、東京都消費生活フェイスブックになります。これらのツールの周知のため、それぞれのQRコードを印刷したチラシ、グッズ等を作成し、講座やイベント等で配布しております。チラシは机上に置かせていただいておりますこちらになりまして、付箋も配付させていただいておりますが、御活用いただければと存じます。

「東京都くらしWEB」で新着情報を発信する際は、同時期にツイッターとフェイスブックで情報発信することで、それぞれのフォロワーがより詳しい情報をホームページでご覧いただけるように誘導を図っております。

また、今年度より新たに若者向けの消費生活情報も始めております。

右下は、東京都公式動画チャンネルの東京動画です。一般消費者向けに、暮らしに役立つ動画などを配信しております。

別紙1の裏面をご覧ください。上段が、一般消費者向けの印刷物になります。東京都消費生活基本計画、その取組を年度ごとにPRする「都民の暮らし輝く東京2018」、また、子供の事故防止に関する総合啓発誌の「Safe Kids」、「ヒヤリ・ハットレポート」、「飯田橋四コマ劇場」、教員向け消費者教育情報提供誌「わたしは消費者」などがございます。これら印刷物につきましては、全てホームページ「東京くらしWEB」からも閲覧できるようにしているほか、その一部を抜粋し、SNSからの日々の注意喚起に活用しております。

特に、若者向けの情報発信の取組といたしましては、下段にまとめております。若者被害防止キャンペーンとして、1月から3月に関東甲信越ブロックと共同で、若者が被害に遭いやすい悪質商法の手口を紹介し、被害防止を呼びかけております。学校等でポスターを掲示するほか、今回お配りしておりますこちらのリーフレットの配布なども行っております。

東京都といたしましては、競泳選手の池江璃花子さんが悪質商法の被害防止を呼びかける動画を配信しております。スクリーンの方で今流しますので、どうぞご覧ください。

(動画再生)

○消費者情報総括担当課長 この動画は「東京くらしWEB」等からだけでなく、SNS広告としてインスタグラム、フェイスブック、ユーチューブにて若者を対象に配信し、現在の視聴回数は19万回になっております。

また、車内ビジョン、街頭ビジョンでも放映し、啓発を図っていきます。

若者がターゲットになりやすい悪質商法の被害防止を呼びかけるために、よしもとの若手芸人がつくった「STOP!悪質商法THEライブ」の動画配信も行っております。ダイジェスト版がございまして、こちらにも一度お流ししますので、ご覧ください。

(動画再生)

○消費者情報総括担当課長 こちらは、悪質商法のネタごとに10種類の動画がありますが、各々4分前後ありますため、残念ながらこの場での御紹介はできません。お配りしたこちらのチラシ、こちらにQRコードも掲載しておりますので、後ほどぜひご覧いただければと存じます。

昨年度の若者被害防止キャンペーンの実績をまとめたものが別紙の2となります。別紙2には、企画部数や掲出場所などが書いてございます。

次に、別紙3をご覧ください。こちらは、9月にリニューアルした「悪質事業者通報サイト」をPRするために、10月のひと月間実施いたしました2種類のツイッター広告となります。配信エリアや年齢を指定でき、かつ消費生活行政に興味のない方にもお知らせできるメリットがございます。

別紙4をご覧ください。29年度に大学や専門学校等にお送りしていたメールマガジンによる情報発信の一覧になります。現在90校ほどに配信をしております。

注意喚起・情報発信の課題ですが、現在のSNSによる情報発信は、全世代を対象としているため、対象を若者に絞り、若者が興味・関心を引く話題を効果的に発信していくことが必要であると考えております。

別紙5をご覧ください。こちら、平成28年3月に生活文化局で行った調査によりますと、上段の円グラフに示したとおり、消費生活問題に関心なしの層が12.5%いらっしゃいます。下段の横棒グラフで年代別に見ますと、関心のない層の割合は若い年代ほど高く、70代以上と20代では21.8ポイントの開きがあることがわかります。

裏面には、消費生活センター等の認知を尋ねた結果ですが、上段の円グラフではセンター等知らない人が2割弱おりますが、下段の横棒グラフで年代別に見ると20代が3割強となり、知らない割合が高いことがわかります。

次のページですが、平成26年12月と少し前の調査になりますが、「消費生活情報についてどの程度情報を得ているか」と尋ねたところ、上段の円グラフでは、「得ていない」、「ほとんど得ていない」層が6割おります。下段の横棒グラフで年代別に見ますと、「ほとんど得ていないと思う」の割合が10代と20代で2割を超え、他の世代と比べて高い割合になっております。

こうしたことから、消費生活問題に関心のない若者や、消費生活相談センター等相談窓口を知らない若者が消費生活トラブルに遭わないよう、必要な情報を届ける工夫が必要であるとと考えております。

それでは、資料3にお戻りください。課題の下から三つ目以降ですが、より多くの大学・専門学校に情報を届けるとともに、大学・専門学校以外の連携先を開拓すること。若者を取り巻く保護者や、教員を意識した情報発信。情報発信のニーズを把握するために発信した情報の活用状況等の調査が必要でございます。

裏面に移りまして、取組の方向性として、以下のことが挙げられます。

若者の情報ツールとして、身近であるSNSを活用し、若者に向けた情報発信を一層推進。先ほどご覧いただいたような動画についても、内容を工夫して引き続き配信してまいります。若者が陥りやすい消費生活トラブルなどの注意喚起情報のみならず、ITを使った新たなサービスの紹介など、若者の興味・関心を引く話題を情報発信することで、若者が読みやすい内容としていきます。

消費生活に関心のない者も含め、多くの若者に情報が届くよう、対象を若者に絞ったインターネット広告を一層活用します。

より多くの大学・専門学校との連携を図るとともに、都内高等学校等への情報発信の仕組みを検討します。

消費生活部門（生活文化局）と学校教育部門（教育庁）との連携により、生徒や教員向けの情報発信の取組も検討してまいります。

若者だけでなく、保護者や教員の興味・関心を引く情報発信の方法を工夫するなどの検討もいたします。

若者向け消費生活情報の効果的な普及啓発を図るため、各種ツールに関する調査を実施し、情報発信の内容や手法に反映します。

注意喚起・情報発信の説明は以上となります。

○野澤部会長 どうもありがとうございます。それでは、今説明のあった内容について御審議いただきます。御意見等お願いいたします。

○洞澤委員 今伺った内容で、東京都がいろんなその手段を使って、若者に情報を発信しているというような現在の状況もよくわかったんですけども、こちらから発するのはいいんだけど、受け手の側で、みずから積極的に情報を取りに行っても受けないと、その情報に触れることができないとか、あるいは興味を引くといっても、先ほどの統計からも明らかなおおりに、関心がないと、あるいはよくわからないというような層が非常に多い中で、やっぱりそのこちらからの情報の発信の仕方というものも、より興味を持ってもらうような形で工夫をしないといけないんじゃないかなと思うんですね。

例えば、その車内広告であるとか、あるいは前ちょっとやっていたみたい芸人さんがそのサンシャインの中で、この公開でその芸を披露する中で、何となくこう通りがかった人がそれを見ることから興味を持ってもらうみたい、自ら取りに行くわけじゃなくて、何となくこう流れてきたものの中から受け取って、そこから広がっていくということもあるんじゃないかなというふうにも思ったりもするので、そういったところのちょっと御検討をさらにしていただければと思うのが1点と、それから、若者のそのロコミの力というんですかね、何かそういうところも利用していくのもいいんじゃないかなと思っていて、そのためにはやっぱりロコミしてもらえだけのこの魅力的な情報の発信というのをよりちょっと考えていただけたらと思いました。

以上です。

○野澤部会長 ありがとうございます。何かありますでしょうか。いろいろ東京都でも方策を採られています、例えば車内広告は結構費用が高いらしく、予算の限界も多分あると思います。ほかに、何かもしありましたら。

○消費者情報総括担当課長 車内広告等につきましては、この若者被害防止キャンペーンのポスターを今年度も掲出する予定になっておりまして、別紙2のところに昨年度の掲出の状況なども書いてあるのですが、そちらについては引き続きやっていくことになると思

います。

また、今年度は池袋サンシャインの通りがかりの噴水広場ではなかったんですけども、よしもとの劇場で、事前の予約という形ではあったのですが、公開収録をするというような形になっておりました、でも委員のおっしゃった関心のない層ですとか、あとは何となく目に飛び込んでくるというようなところの部分については、留意が必要だというふうに考えております。ありがとうございます。

○野澤部会長 何となく情報に接するとか、あるいは魅力のあるものを発信するということですね。

○消費者情報総括担当課長 あと、もう一つ、別紙3の取組のところに掲載したとおり、インターネット広告、昨年度からかなり力を入れてやっているんですけども、エリアですとか年代を指定して、それで届くことができるので、そちらについても今までの実施したものの検証を含めながら、引き続き実施していくことになるかと存じます。

○野澤部会長 よろしいですか。あと、ほかの委員はいかがでしょうか。

では、平澤委員お願いします。

○平澤委員 今、洞澤さんおっしゃったことと同じようなことですが、若者に届けるのはとっても難しいかなと思っていて、これいろんな手段をされていて、本当にやれることはやってらっしゃるというような感じだとは思いますが、それ以上にもっとおもしろい情報がネットとかスマホとかでは流れていて、そっちの情報を信頼してしまうというような傾向があるので、それをどう乗り越えるのかなとかいうふうに思ったりします。

我々とはどうか、ここに集まっている人たちはみんなそれなりの歳になっていると思うんですけど、10代の子供たちなんか見ていると、LINEとかでほとんど生活が完結しているような感じで、フェイスブックなんかよりも、LINEとツイッターかなと思うんですけど、そういう中でどう広げていくかということところが非常に問題というか、課題なんだろうなというふうに思います。それから、中身の問題かもしれませんが、結局簡単に儲かるとか、楽をしていいことが得られるというようなところに非常にみんな惹かれてしまって、簡単にそれに行っちゃうと。幾ら注意しても、注意はわかっていると。だけど、そっちのほう信じられると思って行ってしまうような傾向があって、何でそういう勧誘がされているのかとか、どうしてそういうものが広まっているのかという元のところを考える力をつけないと、単にそのこういうのは危険だからやめましょうって、それもとても大事なんですけど、それだけだとちょっと広まらないとか、従来型のその注意喚起にとどまるような気がします。コンテンツとしてどうするのかというのはちょっと難しい問題ですけども、これは注意喚起だけにかかわる問題じゃないような気もしますけれども、契約が大事で、ひっかかったらすぐに人に言いましょうというのも基本で大事ですけども、そもそもどうしてそういうことが起きているのかとか、情報を得ることの重要さとか、そういうところで何か発信していければなというふうなことも、ちょっと感想ですけども考えたりしました。

○野澤部会長 ただいまの御意見に対してでもよろしいですし、ほかの点についてでも構いませんが、いかがでしょうか。

では、丸山委員お願いいたします。

○丸山委員 情報の発信についていろいろとツールを作成されておりまして、工夫をしていることが伺われるのですけれども、やはり、何のための情報発信かというその目的の部分で、被害に遭ったときに助けてもらう情報が必要で、検索をかけたらずぐにそのような情報が出てくるとか、すぐ見つけられるという、そういう形で目的を達成することになる情報と、教育啓発的な意味も込めて、関心を持ってほしいという目的での情報発信とは違うのではないかという感触もあります。後者のほうの関心を持ってもらう情報発信は、ハードルが高いのではないかと感じます。

そうすると、現在議論している教育の面からとの結合がないと後者の目的はうまく達成されないかもしれません。他方で、被害に遭った若者が情報にアクセスできる状態をつくっておくというのも大切であると思います。何を目的にしているかによって、目的を達成したかどうかを判断する基準が違ってくるのではないかと思います。

あとは、若い人たちという言葉が先ほど別の委員からも出ましたように、例えば若年世代、高校生でも大学生でも構わないのですけれども、モニタリング的なことをしていただいて、困った場合にアクセスするかもしれないけど、何かなければ友達も見ないのではないかなどの率直なモニタリング意見をもらって、何が有効な情報発信かについて若年世代に聞くというのは、実効的情報発信を考える良い機会になるのではないかなと思いました。

以上です。

○野澤部会長 ありがとうございます。

それでは、柿野委員お願いいたします。

○柿野委員 若者から意見を聞くということに共通するんですけど、ほかの自治体では、若者が委員会とかワークショップみたいなのをして、自分たちが本当に受け取りたい情報はどのようなものか、といった議論をして発信しているケースがあるので、大学生とともにつくる、あるいは情報発信する、そういった作業を大学生と一緒にやっていく仕掛けをつくっていくのも、おもしろいかなと思います。

また、ちょっとこれは参考になるかわからないんですけど、2月に生命保険協会の110周年記念で若者向けの動画を公開するのですが、最近ではあまり若者が生命保険に入らなくなってきたということで、若者に自助の大切さを伝えることを目的としているものなんです。動画は5本つくっていて、本当に短い動画なんですけど、若者が見ておもしろいとか、何かちょっと狙った感じのものなんです。動画に登場する5人の主人公がいて、その5人にはツイッターのフォロワーがすごくたくさんいて、その人が、自分がこういう動画に出ましたということをやっとつぶやくだけで、すごい人数の反響があると。だから、若者に影響力のある人に登場してもらい、情報発信していくというのも、今の時代必要なのかなと感じました。

以上です。

○野澤部会長 それでは、阿部委員お願いします。

○阿部委員 よろしくお願ひいたします。私も今お話に出ました若者が自ら作っていくところには非常に賛成です。東京都さんは、本当に沢山の啓発資料を作成されていて、これ以上のツールは何があるのかということもあるかと思いますが、学校教育・授業の時に、例えばスマホに入れるアイコンの作成など良いのではと思います。スマホにカモの絵のついた東京都のアイコンを入れましょうと、先生のほうから御案内して頂き、このアイコンをタップして被害に遭ったときの情報も得られるし、それから消費者問題が何があるかなど分かる、東京都から情報がとれるとわかり、学生が日々スマホをいじりながらカモの絵がいつも見られるというような状況だといいいのではないかと思います。

それから、例えば情報を貰うだけではなく、自分たちがどのように作っていくかとか、どのように発信していくかとかというところも、高校生の授業の中で実証報告か何かして、どんなアイコンからどんなプログラミングがされていけば非常に使いやすいかとかというのを、若者で作成してみるというようなのもいいのではないかと考えております。若者というか高校生と話をしております、今は皆さん御承知のように電話はしませんし、メールもしていません。先ほど平澤先生おっしゃったようなLINEであったりとか、ツイッターとかそういうところですかねってお話をしたところ、それもだんだん廃れて、単に数秒の動画サイトでのやり取りをしているということを知りましたので、それをどこまで追いかけていくかという問題はあるかと思うんですけども、やはり若い人たちが見やすい、そして入りやすい、おもしろい企画など、そういった形で作っていけば、今あるこの情報をフルに活用するというところで、発信していけるのではないかというのを思った次第でございます。

それから、先ほど説明していただいた「消費生活問題の関心」年代別というところで、「関心なし」が高いのが20代となっておりますが、消費者教育は、若い人たちは、家庭科の中で学んでいると思っていましたので、消費生活センター・消費生活窓口等の認知は、20代は「名前は知っている」という人の数が多いだろうと思っていましたが、20代の3割強が「知らない」という各年代で最も多いことに、驚いた次第でございます。

ただ、この中で6割は「知っている」「内容までは知らないが名前は知っている」となっております、消費者教育の継続した授業としてたくさんの時間を割いていくのが難しい中で、SNSや先ほど伝えたスマホにあるアイコンから情報を得る可能性があることを考えたところです。

それから、「消費生活情報についてどの程度情報を得ているか」について、「十分に得ている」というところも数パーセントあるので、どこでどのようにして十分に得ているのか、何のツールで、学校の授業だったのか、ホームページだったのかとかということも検証して、若者が得られやすい情報があるということであれば、それを拡大していく、展開していくというのも一つの案ではないかと思ったところでございます。

以上です。

○野澤部会長　たくさんの貴重なご意見、ありがとうございます。だんだん私たちも若者とは遠く隔たってきていますので、直接若者の意見を聞くというのも大事なこともかもしれません。ほかの委員からいかがでしょうか。

私のほうから1点あるのは、若者っていても、若者って一体何だろうというところがあって、このアンケートを見るとどうもこれまで20代を主に若者として設定してきたような感じがあるのですが、今度成年年齢が引き下げになりますから、もう一段下をやっぱり考えなくてはいけないと思うんです。今回のアンケートでも、最後のところでは10代というのが出ていますけれども、やはり10代に向けてどういうことをやっていくかということが多分大事だと思うので、そういう意味では今回の取組の方向性では例えば都立高等学校等への情報発信の仕組みとか、あるいはその保護者とか教員の興味を引いていくものというのが大事で、丸山委員もおっしゃっていましたが、学校教育とつなげることによって単に情報を発信するだけじゃなくて、もう少し、しっかりとした伝え方ができるのではないかという側面もありますよね。

いかがでしょうか。

それでは、福山専門員をお願いします。

○福山専門員　日本銀行の情報サービス局の中に、東京都金融広報委員会という団体がございまして、私はその事務局長をしております。

東京都金融広報委員会というのは、中立公正な立場から、金融教育を世の中に広めていくことに取り組んでいます。全国的な組織でございまして、実は一昨日、全国47都道府県から、金融教育や消費者教育を担う都道府県庁や日銀の本支店・事務所、財務局・事務所の責任者の方々にお集まり頂く会議を開催いたしました。その中で、文部科学省と消費者庁、金融庁にも講演をお願いしたのですが、その中での論点の一つが、成年年齢引き下げでございました。既にご紹介があったかと思いますが、消費者庁では、「社会への扉」という冊子を利用した授業を全国の高等学校で展開し、契約とは何ぞや、というところから教えていくという取組を始めておられます。徳島県ではもう既に、昨年度、全高等学校で授業を実施されたそうです。

若年層に網をかけるのは、高校や大学が最後のチャンスです。

ですから、高校、大学で授業にいかにして組み込んでもらうか、というのは重要と思います。今、ご説明を聞いていて、この資料の全体像の絵の中に、そうした学校教育の扱いが小さいことに、若干の違和感を禁じ得ない、というのが率直な印象です。

もう一つの論点、学習指導要領の改訂です。これは、高校の先生、高校あるいは中学においても、やはり成年年齢引き下げというのが念頭に置かれて、特に家庭科には、消費者問題への対応が一段とフォーカスされているように思います。こうした状況は、消費者教育を推進するチャンスかと思う次第です。

第一回目に欠席しながら恐縮ですが、せっかくなので感想を申し上げた次第です。

○野澤部会長 どうもありがとうございます。大変貴重な情報と御意見でございますが、いかがでしょうか。確かに金融教育というのは、すごく少ないというか足りていない部分があると思うんです。とっても大事で、平澤委員がおっしゃったように、みんな割と消費者問題については知識はあるんですよね。だけど、例えば私の知っている例では、法学部を出てかなり法律の知識はあるんだけど、しかし、若い20代の方は将来に不安を持っていて、それで例えば勧められるままに不動産を買って、それも幾つもマンションを買ってしまい、それを貸して、それを運用して将来に備えようと、それは不動産屋に騙されているわけですけども、そういう人って結構いるんですよね。だから知識があってもやはりそういうもうけ話みたいなものにひっかかってしまうんです。金融教育とか、もちろんそれも含めて教育というのはすごく大事なことで、意外とできているようで足りない部分が多いなというふうに思います。

いかがでしょうか。どうぞ。

○消費者情報総括担当課長 学校教育における消費者教育のお話は、前回の部会で検討があったのですが、今回も最後にまた資料5-①というところで御説明させていただきますので、そちらのところで御意見いただければありがたいと思います。

○野澤部会長 ありがとうございます。そのほか、いかがでしょうか。特にございませんようでしたら、次の検討項目に入りたいと思います。

次の区市町村支援でございますが、事務局から御説明お願いいたします。

○企画調整課長 それでは、説明させていただきます。資料4、区市町村支援の資料をご覧ください。

まず始めに、現状の取組と課題になります。東京都の区市町村に対する役割でございますが、消費生活総合センターでは、区市町村の消費者教育の推進を含む消費生活行政を支援するとともに、連携を深めることで、センター・オブ・センターズとしての役割を果たしております。

具体的な区市町村の支援につきましては、消費者教育事業への支援と推進体制の整備の二つに分けて資料を準備しております。

まず、区市町村の消費者教育事業への支援になります。こちらは生活文化局の取組と、教育庁の取組に分けて記載をしております。

生活文化局では、消費生活総合センターで作成しておりますDVDなどの消費者教育教材や、若者向けの消費者被害の防止リーフレット等を提供しております。

また、区市町村からの申し込みに応じまして、東京都消費者啓発員（コンシューマー・エイド）を、講座の講師として派遣をする出前講座を実施しております。

多摩地域におきましては、市町村と共催講座を開催することで、講座の開催に関するノウハウを提供しております。

また、センター所長会の開催や、毎月発行しております、東京都区市町村消費生活行政情報を通じまして、都と区市町村の取組の動向など、消費生活行政に係る情報を共有して

おります。

このほか、消費生活行政担当職員や、消費生活相談員を対象に、職務に関する知識や実務能力向上に資する研修をセンターにおいて実施しております。

地域における消費者教育を担う人材の育成を支援するために、消費者問題について体系的に学ぶことができる消費者問題マスター講座に区市町村からの推薦者を優先的に受け入れる取組を行っております。

また、事業者団体などが作成した教材や外部講師に関する情報につきましても、区市町村に情報提供をしております。

続きまして、教育庁の取組としましては、区市町村の教育行政部門向けの説明会におきまして消費者教材や出前講座、消費者問題教員講座の活用について周知を図っているところでございます。

また、東京都教職員研修センターの研修に、区市町村立の小・中学校教員に受講いただいております。

課題としましては、区市町村においては、様々な世代や地域の特性に応じた消費者教育が行われておりますが、成年年齢の引き下げを見据えまして、若年者に対する消費者教育の取組状況や、都の支援内容に対するニーズの把握を、改めてする必要があるのではないかと考えているところでございます。

続いて、区市町村における消費者教育の推進体制の整備になります。生活文化局の区市町村消費生活部門への取組としましては、区市町村の消費生活行政担当課長を集めた会議の場で、消費者教育推進地域協議会の設置方法や構成員、議題等の提案を行いまして、協議会の設置や消費者教育推進計画の策定に関する働きかけを行っております。

また、地域特性を生かした消費者教育事業を東京都消費者教育モデル事業と選定しまして、区市町村と連携した取組を実施しております。こちらの事業は、平成25年度から3カ年で実施しております。取組の成果は、東京都のホームページ、「東京くらしWEB」へ掲載しています。このほか制度理解に必要な情報や事例など、国からの消費者教育の推進に対する整備に効果的な情報も、提供しているところでございます。

課題になりますが、平成31年1月現在、消費者教育推進地域協議会の設置済みの自治体が五つの自治体にとどまっております。また、消費者教育推進計画を策定している自治体も1自治体に過ぎないということで、他の区市町村からは、策定事例の紹介を都に求める意見が多く寄せられているという状況にございます。

こうした協議会や消費者教育推進計画は、法律で努力義務とされております。そういった中で、市町村における計画の策定や協議会の設置を目指すため、各種情報を提供していく必要がございます。

続きまして、取組の方向性になります。まず、区市町村の消費者教育事業の支援につきましては、講座についての助言や、共同開催など、消費者教育に関しまして東京都が持つノウハウや、情報を積極的に提供するとともに、教材の提供に加えまして、効果的な活用

方法についても情報提供するなど、活用のさらなる促進というものを図っていきたいと考えております。

また、消費生活行政担当職員などを対象にした研修につきましては、引き続き実施するほか、消費者問題マスター講座、こちらの推薦対象を、これまでの消費生活行政担当職員に加えて、教育行政担当職員に広げるなど、消費者問題について学ぶ機会を提供し、消費者教育の重要性に関する理解を促進していきたいと考えております。

また、区市町村のニーズを踏まえた若年者の消費者被害防止に資する都の支援内容も検討していきたいと考えております。

次に、教育庁の取組になりますが、義務教育段階において法に関する教育というものがございまして。この中で、消費者教育を中心とした取組を検討していきたいと考えております。

続きまして、区市町村における消費者教育の推進体制の整備につきましては、協議会の設置や計画の策定に向けまして、制度の理解の促進を図るとともに、消費者教育の取組事例の紹介を行うなど、区市町村の実情を踏まえたきめ細かな支援を実施していきたいと考えております。

区市町村における消費生活部門と学校教育部門の連携強化に向けまして、教育庁からも、学校教育部門に対する消費者教育推進の働きかけを実施してまいります。

説明は以上になります。よろしくお願いたします。

○野澤部会長 はい、ありがとうございます。それでは、ただいま説明のあった内容について、御審議いただきます。御意見等お願いたします。

では、柿野委員お願いたします。

○柿野委員 前回の検討部会で、東京都、都道府県教育委員会として、あるいは都立学校の設置者というような立場で、消費者教育をどのような方針や計画に基づいて進めておられるかというような観点で質問をさせていただきました。東京都では、「東京都教育ビジョン」がつかられていて、その趣旨は中に入っているというようなお答えだったと思うんですけども、「消費者教育」としてしっかりと位置づけていただきたい、と前回お話しさせていただきました。

検討部会の後に、ちょっと家で調べてみたんです。今出ている東京都教育ビジョンは、平成28年の4月に一部改定されていて、その前にあった、この元となる第3次の東京都教育ビジョンの中には、消費者教育という言葉が入っていたんですね。改定されて、それがなくなったことも分かりました。この都教育委員会が作成する東京都教育ビジョンは、都内の区市町村の教育委員会にとっては指針になっていく、非常に重要なものだと思います。ですので、区市町村の消費者教育の体制を強化していく、今のまさに議論されているこの内容については、東京都教育ビジョンに消費者教育をしっかりと位置づけながら、区市町村の教育委員会と消費者行政の部門との連携を図っていくという考え方が、とても重要ではないかと思っております。

私自身も、区市町村の消費者行政の方とお話をしていて、教育委員会と連携が取れないから学校との消費者教育が先に進めない、どうしたらいいだろうか、というお話を伺っています。今申し上げた取組が、突破口になるんじゃないかと思えますし、また成年年齢の引き下げということを踏まえて、主要な担当教科である家庭科や社会科の先生だけでなく、学校全体で管理職の方も含めて、この成年年齢引き下げの問題を捉えて取組を行うという観点からも、消費者教育の意義をしっかりと都内の先生方に知っていただくことが、非常に重要だと思います。ですので、また改めてしつこいようですが、もう一度東京都の教育ビジョンにしっかりと消費者教育を位置づけていただきたい、ということが一つ目です。

それから、前回の検討部会で東京都教育委員会と消費者行政の部門の連携が割と進んでいるな、私が思っていたよりも連携して、協力的に進んでおられるなというような印象を持ったんですけど、これはどこの自治体でも言えることですが、人事異動によって人が変わるといった側面がありますので、人が変わっても、誰がそこに来てくださっても、しっかりとした仕組みを構築していく必要があると思います。そして、東京都で構築した仕組みを、区市町村の消費者行政、教育委員会にも情報提供しながら、取組をともに進めていく。今後、区市町村支援には、このような視点も重要になると思います。

以上です。

○野澤部会長 ありがとうございます。何か東京都のほうから何かございますでしょうか。ビジョンの点とか、あるいは人事異動も含めてです。

○高校教育改革担当課長 御意見ありがとうございます。教育庁指導部高校教育改革担当課長の小林と申します。

教育ビジョンは、どちらかという大綱的な内容で大きな視点で書いておりますので、個別的な教育を一つ一つ目出しして書くということはしていない状況でございます。

消費者教育は大変重要なものがございますし、それが書いていないからといってやらないとか、そういうことではございません。

○企画調整課長 連携強化の部分になりますが、前回の検討部会におきましても、生活文化局と教育庁との連携体制は、成年年齢の引き下げを見据えまして、さらなる強化を図る必要があると思えますし、取組の方向性の中でも、教材の作成に当たっては、教育庁と連携しながら進めていくということですか、消費者教育コーディネーターにつきましても、人材としての配置もそうですけども、その機能という部分におきましても両部門で残せるような方向性を示しております。

○野澤部会長 はい、柿野委員。

○柿野委員 ありがとうございます。おっしゃるとおりなんだと思うんです。時代が常に移り変わる中で、成年年齢引き下げという非常に大きな問題が出てきていることや、平成28年に告示された学習指導要領の重要事項の中でも、主権者教育、消費者教育というような書き込みがなされております。消費者教育という書き方が、これまで学習指導要領には明確にされてこなかった。それは、消費者教育推進法という法律ができて、そこに消

費者教育というのは、消費者の自立を支援するものだということが定義づけられて、国のほうでもしっかり位置づけられるようになってきて、そういった動きをぜひ今後検討材料にさせていただけたらありがたいと思います。ありがとうございます。

○野澤部会長 先ほど柿野委員が言われたことと関連してですけれども、消費者教育コーディネーターというのは、ある種のポストみたいに何かつくらないと、なかなかその人と結びついてしまうと、柿野委員が言われたように人事異動で替わってしまい、全然関心のない人になってしまうと、全く機能しなくなってしまうということがあると思いますので、何かその辺も非専任的なものでもいいんですけれども、恒常的につくるような、何かそういう体制をつくるというかなというふうに思っています。

そのほか、いかがでしょうか。

では、阿部委員。

○阿部委員 私どもの協会は全国の消費生活相談窓口で相談を受けている相談員が構成員となっていて、地域に密着して地域の皆さんの相談を受けているということでございます。そして、会員は、自分たちのいる消費生活センターが、消費者教育の拠点となるべきであるという事は、どの相談員も思っております。どのようにしたらいいのかということ常を常に考え、いろいろ学校等での、消費者教育も出前講座もしたいという思いがあっても難しかったのですが、今回成年年齢引き下げというところで、ぐっと進んだのではないかと思っております。

だけれども、どのようにして拠点化していくのかというのがやっぱり見えてこないという声が多くあります。やはり先行事例でもう既にされているようなところの事例を、消費者行政担当職員・相談員の研修講座等でご紹介いただけると、相談員、職員も参考にされるのではないのでしょうか。協議会設立まではなっていないけど、その前段でどんなふうにしていけば連携できるか、連携するまでにどのようなところに苦労したかというようなところを、聞かせていただけたらと思っております。

さらに、先ほど指導要領の話も出ましたけど、やはり学校の先生がどういう形で消費生活センターとの連携し、どこの部分を切り取って授業をしていくと効果的かなどは、消費生活センターの相談員はわからない状況もありますので、先ほどの研修講座に取り入れていただき、午前中に体系的なことをお話しいただいて、午後は模擬授業のような実践的なものをするとかというような形ですと、やはり成年年齢引き下げに伴う消費者教育が学校において全体的にどう動いているか、都の支援体制が非常に整っているというところがアピールできるのではないかとと思ひまして、御提案でございます。

○野澤部会長 どうもありがとうございます。

消費者推進計画の策定事例の紹介を都に求める意見が多く寄せられているということで、それだけに限らず、やはり阿部委員が言われたように先行事例を発信していくというもの大事かもしれないですね。

そうすると、ほかの区市町村もこういうことを苦労してやっているのだということをお

かりながら、自分たちもやっていくというところがあるのではないかと思います。

それでは平澤委員。

○平澤委員 私も消費者教育の位置づけというのは、非常に重要だと思っていて、さっきの柿野さんの話とも通じますけれども、いろんな教育がある中で消費者教育を個別的にそれだけちょっと取り上げるというのは、なかなか難しい面もありますというお話だったと思って、それ自体は理解できるところでもあります。消費者教育推進法が平成24年にできていて、かなり消費者教育の意味も被害防止とか、そういうところから消費者市民社会を目指すのだというところになって、大きく方針が示されたところだと思うんです。

その前のことも鑑みると2009年に消費者庁ができていますけれども、やはり地方の消費者行政が重要で消費者自体が主役になる社会を目指すのだというところで、大きな転換があったんだと思うんです。

その流れで、消費者教育というのがつくられてきて、この推進法もそうですけれども推進計画とかそういうところも練られているんだと思うんです。それがちょっと時間がたつにつれて、少し薄れてきたような感じもあるのと、それから成年年齢引き下げの問題が出てきたことによって、またその被害を防止するというような話にどうしても戻りがちで、実際に被害を見ている者からすれば、とっても重要だと思うし、大変なこと起きますよと思っていますけれども、本来はその消費者として、みんなその個人としては消費者なわけで、どういう生き方をすべきなのか。消費者としていろいろ発言をして社会へ参画することで、どういうよりよい社会ができるのかということを考えるというのがとても重要だと思うんです。それを子供のころからやるべきで、そのあたりが、とても日本では今までなかなかできてなかったのかなという感じがあります。そこを、みんなでそれを考えて、何でもこういうことが起きるのか、情報をもっと企業から出してもらおうよと、あるいは企業の方もそれを出すことで、その社会に貢献できるのだというようにところを目指すものなんじゃないかと思っています。

なので、そういうようなところからするとその大きなビジョンとして示していただくというのは、とても重要だし必要なのかなと個人的には思っていて、その主権者として投票するというのも、まさにその個人として考えてどういう社会がいいかということで、発言することだと思うので、その相通じるものだと思うんです。

最近、やはり主権者で18歳から投票権を持たせるんだということをよく言われるのは、責任を持ちましょうと、権利を与えるから責任を持ちましょうと言われて、それは当然だとは思いますが、自己責任にその転化されるのはやっぱり違うと思っています。消費者と事業者との間の格差をどうするのか、それについて考えることを小さいうちからやる、あるいは広告の意味とか、その勧誘もそうですけれども、広告がとにかくあふれていますよね。広告はどう考えるのか、あるいは発信する側はどういうことをしなければいけないのかということを考えるような教育が重要で、そのあたりをぜひ都として示していただくことは、とても重要だし、すごく意義があるんじゃないかなというふうに思いました。そ

れがまず一つと。

それから、もう一つは、ちょっと質問なんですけど、先ほどのこの資料4の裏のところに義務教育段階における消費者教育を中心とした法に関する教育の取組を検討ということが書かれているんですが、これは具体的にはどういうことをされるのか、ちょっとお聞きしたかったんですが、それはちょっと質問です。

○義務教育指導課主任指導主事 義務教育指導課主任指導主事の山村と申します。この法教育を担当している部署でございます。

これは、法務省では「法教育」というのをやっているんですけど、東京都では平成20年度から本課におきまして、「法に関する教育」というのを進めております。簡単に申しますと、育てたい資質・能力として、まずは法に関する対する興味・関心、そして、法に対する知識・理解、そして、法に基づき社会の形成に参画する態度、こういったものを育てていこうとする教育でございます。

平成20年度から22年度までの間は、法曹界の人々と協力し、つまり、弁護士の方や法務省の方等々と協力しまして、この法に関する教育の理解、そして実践化に向けてカリキュラムづくりをしてまいりました。

そのカリキュラムを踏まえて、平成23年度から今年度までは、授業実践を公開し続けております。

これを来年度は、新学習指導要領の内容に合わせまして、法といっても非常にさまざまなものが教科の中に入っているのですけれども、そのうち例えば、社会科の中学校における公民的分野の消費者の保護や、家庭科における小学校の売買契約の基礎や中学校における消費者被害の背景とその対応などをこの法曹界の方々と協力して、授業を公開していこうと考えているところでございます。

以上です。

○野澤部会長 ありがとうございます。

法教育に関して、我々学会のほうでも法と教育学会というのがつくられていて、私もその理事をやっているながら、最近はあまり出ていないんですけれども、いろいろと弁護士さんを中心に結構取組が進んでいるところはあります。

ただ、なかなか難しいなと思うのは、例えば小学生に興味を持たせながら、しかし、さらに考えさせる教育というのは、結構難しいなというふうに思っています。

例えば、桃太郎の話をつまに題材にして、その法的な側面みたいな、鬼ヶ島の鬼の占有を奪っていいのかみたいな、そのような話ですよ。

しかし、そこまではいいのですが、そこから先本当に小学生が興味を持って、それに関心を持ってさらに学んでいこうというところまでは難しく、これから実践を積んでいくことになると思うのですけれども、今まさにそういうところが課題であると思います。

そのほか、いかがでしょうか。

なかなか区市町村は、予算の点とか人的な側面で体制が整わないというところもあると

思うんですけれども、これから東京都のほうでも積極的に指導して、いろいろやっていかれることになると思いますが、いかがでしょうか。

特にございませぬようでしたら、先に進めて、また最後にまとめて最初の第1の項目と第2の項目も全体含めて少し質問等あれば検討したいと思ひます。

それでは、ちょっと先に進ませていただいて、第1回検討部会で行った学校教育における消費者教育の充実というところでは、それについて、検討部会後に事務局で改めて整理した内容がございませぬので、説明をお願いいたします。

○企画調整課長 それでは、御説明いたします。

前回の部会におきまして、学校教育における消費者教育の推進について御審議いただきました。いただいた意見を元に事務局におきまして、再度方向性の整理をいたしましたので御説明いたします。

資料は、3枚ございませぬ。

はじめに、資料5-① 消費者教育教材等の一層の活用でございませぬ。

現状の取組と課題につきましては、変更はございませぬが、裏面をご覧くださいませぬと、方向性の整理、こちらを追記してございませぬ。明朝体で書かれてございませぬ部分は前回の資料の記載内容になりますが、矢印以下、ゴシックで記載したものが、今回改めて整理した内容になります。

作成した教材の活用状況・満足度の把握に係る協力体制の構築の中で、実践的な能力を身に付ける消費者教育教材を活用した授業の実施というものを掲げてございませぬけれども、三つ追加で挙げさせてございませぬとございませぬ。

まず、教材を制作する消費生活部門と教材を使用する学校教育部門が定期的に意見交換を行う場を設けたいと思ひます。意見交換の場で活用状況を検証しませぬと、学校現場の需要に合った教材を制作してございませぬとございませぬ。

また、学校教育部門におきましては、国の教材「社会への扉」と消費生活部門が作成してございませぬ消費者教育教材、二つの教材の効果的な使い方について検討をしてございませぬとございませぬ。

先ほど、学校教育部門で行われてございませぬ「法」に関する教育について御説明いたしましませぬが、こちらの取組における消費者教育教材等の活用について記載してございませぬ。

続きまして、アクティブラーニングの視点からの手法等を用いた消費者教育により実践的な知識の習得を推進してございませぬとございませぬ。都立学校におきまして消費者教育推進校の募集を行ひませぬ。推進校では、消費者教育に主体的に取り組む授業の展開を検討してございませぬとございませぬ。あわせて消費者教育教材についてのアンケートなどを行ひませぬとございませぬ。

また、PTAや保護者に向けた講習会の充実ですが、特に保護者をターゲットとした講習会の実施をございませぬとございませぬ。学校教育部門を通じませぬと都立学校校長会や区市町村教育長会や指導室長会等へ周知を行ひ、保護者会等におきまして、教材を使用した講習会など

を実施していければと考えております。

続きまして、資料の5-② 教員の消費者教育指導力向上のための研修等支援です。こちらにつきましても、現状の取組と課題につきましても、変更はございません。裏面の方向性の整理をご覧ください。

はじめに、研修機会の確保になりますが、中堅教員向けや家庭科・社会科教員向けなど消費者教育を行う研修の拡充につきましても、教育庁の教職員研修センターや本庁部門などにおける、消費者教育に関連する研修の拡充について、今後検討していくということを記載しております。

また、消費者教育の重要性に対する教員の理解促進としましては、教職管理職に向けた研修等で、学校長などに対する消費者教育の重要性の理解促進を図ってまいりたいと考えております。

消費生活総合センターと教育庁との連携強化におきましても、講座に教員が参加しやすい環境の整備が必要でございますので、校長会等を活用しまして、学校長に対して教員の研修出席への配慮を要請する取組を行ってまいります。

また、教育庁との協力体制に基づく講座の実施及び周知につきましても、学校教育部門と協力体制により、周知を行うとともに各教員に対して情報が届くよう学校教育部門からの働きかけというものも促進していきたいと考えております。

消費生活総合センターからの外部講師の情報提供ですとか、啓発員の講師派遣につきましても、教職員研修センター等のニーズもお聞きしながら調整を行っていききたいと考えております。

最後になりますが、資料の5-③ 学校教育と消費生活行政をつなぐ消費者教育コーディネーターの設置になります。

方向性の整理になりますが、現在、東京都では、消費者教育コーディネーターを設置しておりません。そこで、東京都の実情を踏まえた東京都版の消費者教育コーディネーターの設置について検討を進めていきたいと考えております。教員OBなど人材の推薦等、教育庁と協力、連携を図りながら役割や機能等を含めた消費者教育コーディネーターの検討を進めてまいります。

説明は以上になります。よろしくお願ひいたします。

○野澤部会長 どうもありがとうございます。

前回に比べるとかなり具体的な御提案が出てまいりまして、それをもとに議論させていただきたいと思いますが、まず最初にこの資料5-①の消費者教育教材の一層の活用についての裏面の方向性の整理のところですか。これについてはいかがでしょうか。

では、八百板委員お願ひいたします。

○八百板委員 失礼いたします。

都のほうでは、都立高等学校向けに現在リーフレットをつくっていただいているということで、3月15日に各課程から1名必ず出席するという形の説明会が予定されていると

ころです。

それから、あと保護者向けということで、保護者会等の活用ということをもまず行った上で、いろいろ先ほど注意喚起ですとか情報提供ですとか話題になっていましたけれども、保護者に対して発信していくツールのことにつなげていくということで、第1段階としてはこの保護者会で消費者教育の意義であるとか、学校としてこのように取り組んでいますとか、今後このように取り組んでいくことを考えていますといったような発信、それから先ほど見せていただいたような動画等も少し活用すると保護者の方々の理解も進み、今後に向けて有意義な連携が図っていけるかなというふうに考えたところです。

以上です。

○野澤部会長 ありがとうございます。

それでは、福山専門員お願いします。

○福山専門員 私の発言は、あくまで情報の提供として聞いて頂ければと思います。教材を製作されるということですが、実は金融広報中央委員会でも、成年年齢引き下げを念頭に置いた教材をつくっています。A4版見開きの6ページのもので。

東京都においてもこれから教材を制作されるということですが、いろんな団体がそれぞれに教材をつくるよりも、今、利用されている良い教材をうまく活用していくことで重複を避けながら、効率的に取り組むという観点があって良いように思います。「社会への扉」は、必要な視点が全て織り込まれた立派な教材です。他方、シンプルな教材は、金融広報中央委員会も出しています。コンセプトが同じなのであれば、こうした既存の教材・資料を、どうやって生かすか、という視点が、まずあって良いように思います。

それから、どれぐらいのスケジュール感で取り組むのか、という点と、一旦、制作した教材や仕組み等を、その後の社会情勢や現場のニーズの変化等を踏まえて継続的に見直す体制を構築しておく、という点も大事かと思いました。

○野澤部会長 どうもありがとうございます。

貴重な御意見で、東京都のほうでもぜひその辺も検討していただければと思います。

そのほかいかがでしょうか。

では、洞澤委員お願いいたします。

○洞澤委員 アクティブラーニングの視点からというあたりのところなのですが、数年前に東京都のほうで私も関与させていただいて、契約の基礎知識の、あれDVDでよかったんですけど、あれをつくらせていただいたのですが、その中で例えば生徒たちに売り手の立場、買い手の立場にそれぞれ立ってもらって、どうやったら売れるかと、それに対して、買い手としてはどういう対応をするのかみたいなことを考えさせるような教材を織り込んだりとか、あるいは最終的にじゃあ両方で契約書をつくらしたらどんな条文がいいでしょうかね、みたいなところの教材を提供したりとかというような、結構自分で関与してというのもなんなんですが、それなりに生徒たちが主体的に取り組めるような教材というのを東京都でもつくっていると思うのです。

もちろん「社会への扉」もぜひ活用していただきたいのですが、東京都がせっかく時間と費用をかけてつくっているそういう教材もあると思うので、ぜひともその活用というか、使い方も含めて、検討していただければというふうにちょっと思いました。

○野澤部会長 ありがとうございます。

両委員通じて問題となるのは、教材自体はいい教材があるけれど、それをどう活用するかということです。次の教員研修とも関係しているのでしょうけれども、その辺を考えていかななくてはいけないということになると思います。

そのほかいかがでしょうか。教材に関しては。

それでは、阿部委員お願いします。

○阿部委員 教材を策定して関連部門、教育関連と意見交換して需要に合った教材作成していくというのは、非常にいいかなと思っております。

私どもも今回総務省委託事業の高齢者に向けてのインターネット・スマートフォンのトラブルが現状多くなっていくということにおいて、「トラブル防止セミナー」の全国で13回各地で講座をすることに協力しております。その中で、講座で使用するテキスト教材は、その現場の意見を聞きとり、わからない部分については、順次テキストを変えていくというような取組で動いています。やはり、そうしますと最初に作成したテキストは完璧ではなく、「このところをもっと知りたい」「意味がわからない」などが現場から出てきて随分教材も変わってきているというところがあります。ですので、学生がわかりやすい教材、その需要に合った教材を次の段階で作っていくというのも必要だと思います。今回は、私どもは印刷したテキストですので、その都度その都度すぐに対応していっていますが、東京都であれば次年度に反映するというような形で、その現場に合った活用状況を検証してというのは非常に有用なのではないかと思えます

「社会への扉」をどのように使うかという問題ですが、有効的なというところですけども、「社会の扉」は非常によくできていて、消費者庁のほうでは「社会への扉」を使って全校でやっていくということになっています。

先生によっては、あの教材のどこをさいて使って授業をしたらいいのでしょうかというような問い合わせもあつたりします。先ほどおっしゃったようなその簡単な4ページぐらいの副教材を使用した方が、授業の中で使うにはわかりやすいという声もありますので、そこは先生たちに柔軟に対応してもらえればよろしいのかなというのは思っております。

○野澤部会長 ありがとうございます。

それでは、今阿部委員からも出ましたし、それから福山専門員からも御指摘ありましたが、教員研修についてのところ、5-②の裏面がありますが、これについてはいかがでしょうか。

○柿野委員 先ほどの教材のところと少し関係するかもしれませんが、今教材の議論をしている中で、資料5-①で教育庁の取組として学習指導要領に基づく消費者教育の展開ということで、関連教科の中で消費者教育を展開していきます、といったことが書かれてい

ます。

例えば、小学校だと家庭科という記述がありますが、小学校の学習内容を見ておきますと、3年生、4年生の社会科の中で、「地域の人々の生産や販売」の単元の中で、消費者のねがいと結び付けた学習であるとか、4年生で学ぶ国語の「目的による表し方のちがひ」を学習する単元では、広告と説明書を比較し、広告の見方を消費者の視点から検討するような内容なども見られます。先ほど、平澤先生が広告をどう見るかが重要だということをお話しされましたけれども、ふだん行っている授業の中に消費者教育がすでにあり、それを教員側が意識することで、効果的に取り組むことが可能だということを理解していただくことが重要ではないかと思います。私はいつも、教員対象の研修では、このような内容をお話させていただいているんです。

今後、教員研修で何をどのように伝えていくかが非常に重要で、そこで先ほど平澤先生がおっしゃったような、被害防止に偏った内容は絶対避けなければいけないと思います。これからは、消費者の行動によって、公正で持続な社会がつくられるという観点から構成されていくべきだと思うんですけど、今それが明確に示されている教材がないので、例えば都内の学校で日常的に行っている授業と消費者教育の視点の関係が分かるような、実践事例集みたいなものがあるとよいと思います。それによって、教員が自分の日頃の実践と消費者教育がリンクできるような実践事例集を活用しながら研修を実施するというような工夫が何か必要ではないかという気がしました。

研修をたくさんやって、いろんな講師の先生にお話しいただいて、消費者教育の裾野を広げることも非常に重要なのですが、研修の中で、何をどうやって伝えていくかという検討も合わせて行うことにより、学校教育の現場に、消費者教育が効果的に広がっていくのではないかという感じがしました。

以上です。

○野澤部会長 なかなか研修のための研修というのですかね、どうやって研修していくかというのは、結構難しいことだと思いますけど、やっぱり必要なことですよね。

そのほかいかがでしょうか。あるいは今に関連しても。

では、平澤委員お願いします。

○平澤委員 私も前回も多少述べましたけれども、消費者問題に関連する法律を学ぼうとすると、とても大変なことで、学校の先生は非常に抵抗感、抵抗感というかやっぱり苦手意識を持ってしまわないかなというふうに思います。

基本的なところは、もちろん必要なんですけども、こういう研修機会の確保というのは非常に重要で絶対やってほしいと思っていますが、そこで法律の基礎知識はするにしても、やはり余り細かいところに入り込んで、なかなか自信持って教えられないというよりは、やはり消費者問題というのは何で起きていて、何でそういう法律ができていくのかという枠としたところだけでもつかんでもらえれば、学校で教えられると思うんです。

今、教科書づくりなんか柿野さんと一緒に携わらせていただいていますけれども、教科

書には結構いろんなことが書かれていて、学習指導要領にそういうことが書いてあるから教科書にも書いてあるわけですけども、消費者問題がどうして起きるのか、それから契約がどういうものなのか、それに注意してどうするのか、被害を受けたらその発信してどうするかというところだけでも、それが非常に重要で、大人になってからも重要なんだということを研修の中でちゃんと位置づけてもらえれば、学校の先生たちも消費者教育ということで余り構えなくても十分教えられるんだということになるかと思います。

なので、そういうふうな形でのプログラムとか研修の中身をつくっていただければというふうに思いました。

○野澤部会長 ありがとうございます。

そのほかいかがでしょうか。

洞澤委員。

○洞澤委員 今の柿野委員とそれから平澤委員の両委員のお話の流れと似たような話になると思うんですけども、私もやっぱり知識であるとか情報であるとかに関する研修の必要性ももちろん認識はしているんですが、むしろそういう研修を通じて、例えば契約の基礎知識など、それを学ぶことによって、たくさんあふれている情報の中から何を選択していけばいいのか、それは多分人生の選択ということも含めての話だと思うんですけども、そういうものの視点を与えるのが多分消費者教育の根幹かなというふうに思っています。

なので、細かい知識の話は既に各委員からも出ている話だと思うんですけども、改めてそういった生きていくうえでの選択の指針というか、軸になるものが必要で、提供する内容の軸になる部分が何なのかというところをきちんと見失わない形で研修を組んでいく必要があるかなというふうに思っています。

あともう一点は、やはり法に関するでもいいんですけども、そういった消費者教育を通じて公正で公平な社会の担い手なんだというところの自覚を促していくといったところもあるのかなと思っていて、そういうようなことが生きていくような形でやっていけたらいいんじゃないかなと思います。

以上です。

○野澤部会長 ありがとうございます。

私のほうから質問なんですけども、具体的な教育現場がわからないのですが、法教育とか消費者教育とかと違って実際に例えば高校、中学でもいいんですけども、高等学校とか中学校あたりでどのぐらいの時間が割けるのですか。例えば何回とか何十分の授業で何回みたいな、それは実際どのぐらい割けるか、あるいは想定されてこういう教育をやるべきだというふうに考えていらっしゃるのか、その辺を教えていただければと思います。

○高校教育改革担当課長 高等学校で例えば家庭科、家庭基礎が2単位で年間70時間。今やっている現代社会、今度、公共になりますけれども、これも2単位ですので、70時間、政治経済も70時間ということになっています。

その中で、生徒に問いを投げかけながら外部人材を招いて授業をやっていくというのは、

おそらく1学期に1回、2学期に1回、3学期に1回やればかなり多いほうかなという印象があります。

その授業というのは、講師の先生方に来ていただくのが、コアな1時間、その前に2時間ぐらいと終わった後に1時間、合計4時間ぐらい、そのようなイメージになると思います。

テーマは主権者教育であるとか、社会保障教育であるとか、租税教育であるとか、金融金銭教育であるとか、法教育であるとか、〇〇教育というものは、かなり多くある状態でございまして、その時々状況だとか生徒の実態に合わせて何をチョイスしていくのかというのは、その学校の判断ということになるかと思えます。

そういう中で、消費者教育をどうやって今後展開していくのかというところでは、こちらに書いてあるように、国の作成教材である「社会への扉」を使いつつ、特定の教科だけに任せるのではなくて、高等学校においては、学校の教育活動全体で行っていくということが非常に重要だと思っております。

もう一つ重要なことは、子供たちが成年になっていくということが非常に大きくて、高校3年生で成年年齢、つまり大人になっていくところから消費者教育や主権者教育を3年間で体系的に学ぶ、そういう計画づくりが重要かなと思っております。

特に、成年年齢引き下げのところで、今まで20歳になれば大人と言われたのですが、それが18歳になる、つまり大人になることの自覚であるとか、そういうことをどうやって育てていくかということ、消費者教育と合わせて行っていくことが非常に大切だと思っております。

もう一つ、消費者教育の何を軸にして指導していくのかというところも非常に重要でございまして。確かに18歳で未成年者取消権がなくなってしまうということは非常に大きなことでありますので、当面は消費者被害の未然防止に焦点は当たるのですが、そこだけでよいかというところそういうわけではありません。意思決定であるとか、先ほどお話にもありましたけれども、公正で公平な社会を築いていく、持続可能な社会の担い手としての消費者教育という部分に焦点を当てながら、消費者被害の未然防止も学んでいくという形にしていくことが大切であると考えています。それを含めて平成31年度から東京都教育委員会では、消費者教育に関する指定校を設けてそこで少し研究していこうと思っております。これは簡単にはできないことなので、毎年毎年積み重ねながら着実にやっていこうと考えております。

その上で、やはり生活文化局の皆様との連携というのは、非常に重要でございまして。今までも教員の研修においては、こちらのセンターの役割というのは大変大きいものでございまして、学校現場の教員にとってみると非常に役に立っているところでございまして。

○野澤部会長 ありがとうございます。

○義務教育指導課主任指導主事 小学校、中学校で実際にどれぐらいできるかという質問に対しての答えなのですが、一体どの場面、つまり、どの教科・領域でできるかと

いう視点で言いますと、これは小学校、中学校とも総合的な学習の時間というのが週に2時間あるんですが、年間を通して言いますと、70時間。中1は50時間。これが総合的な学習の時間です。あとはもう一つ特別活動の中の、学活と呼ばれる学級活動が週に1回ですので、35時間あります。

小林課長からも説明がありましたとおり、それらの時間に、その学校や地域の特色に応じて何をするのか、各学校による選択でございますので、必ずしもこの全ての時間を使えるわけではないということでございます。

ただ、先ほど委員からも話がありましたけれども各教科の中に消費者教育に関わる事項がございまして、これらを確実に消費者教育の視点ももって実施していくということが教員にとって科せられた大きな課題であろうかと考えております。

また、前回も御説明したかとは思いますが、今度の新しい学習指導要領解説総則編の巻末に付録として、「〇〇教育」と呼ばれる、さまざまな教育に関わる内容の一覧がありまして、〇〇教育とはどの教科の何年生のどの指導事項と関連しているのかが記述されておりますので、これが学校の先生方に非常に役に立つのではないかと思います。

最後に、新しい学習指導要領において、教科として加わったものが二つございまして、一つが道徳でございます。そして、もう一つが小学校における外国語活動・外国語。この外国語活動の時数が教育課程の時数に入りきらないんです。

そこで、文科省はどう言っているかということ、先ほど申し上げた総合的な学習の時間の70時間のうち、15時間を使っていいということを言っています。つまり、学校に与えられた時数を正規の教科でもう既に15時間オーバーしてしまっていて、各学校はこの15時間をどう生み出すかということに苦心しているのが現状でございます。

○野澤部会長 ありがとうございます。

一方で時間も大切なのですけれども、例えば丸山委員もそうだし、私もそうなのですが、教える側からするとたくさん時間があるとそれはそれで結構大変で、教育って負担になるわけですね。1回ぐらいだったら例えば高校生とか中学生に興味を持って法律の話をするができるわけですが、それが例えば毎週で全部で10回とかというふうになるとこれはかなり大変で、教えるほうの負担というのもあるんです。長ければいいというものでもないです。

ただ、時間がないとやっぱりできないというところもあって、要するに内容ですかね、集中的に内容、少ない時間でも内容がきちんと伝えられるような、そういう教育ができれば一番効果的なんだろうというふうに思いますけど。

そのほかいかがでしょうか。

それでは、福山専門員。

○福山専門員 これも情報提供として受けとめていただければと思いつつ、金融広報委員会の話を少し申し上げます。

金融広報委員会は全国で展開していますけれども、こうした高校生向けの消費者教育は、

やはり消費者センターと一緒に取り組んでいます。

そこで、高校生向けの出前講座が多い地域について、その背景等を聞いたことがあります。

ある県では、もう20年くらい前のことですが、大学が集中する地域でキャッチセールスなどの悪質商法が流行り、社会問題になったそうです。そこで、高校のほか、大学や専門学校などの新生のオリエンテーションで消費者教育を学ばせる、ということになったと聞いたことがあります。

またある県では、教育委員会と県の消費生活の担当部局の長が連名で全県の高等学校の校長先生宛に、消費者教育の出前講座を推奨する通知を出しているということです。

ほかには、例えば夏休みの登校日とか卒業式の前の余裕ができた学生を1日学校に集めて、出前講座を受けさせるということも、どうやら消費者教育の活発な県では行われているようです。

そういう意味で、カリキュラムにかっちり組み込むことに囚われず、少し視点を変えれば、ヒントはあるのかなというのが、今、私が思っているところです。

○野澤部会長 どうもありがとうございます。

先ほど小林課長からも言われていたように、特定の科目というだけではなくて、その学校全体でカリキュラムを考えていく、いろんな場面で今福山専門員が言われたようにいろいろな場面で取り込んでいって全体として考える、というのは大事な視点かもしれないです。

そのほか、いかがでしょうか。

それから、もう一つの消費者教育コーディネーターの設置について方向性の整理のところ資料5-③のところ一番最後に具体的な案が出てまいりましたけれども、この点はいかがでしょうか。

○丸山委員 先ほどからのお話を通じまして、消費者教育というものが単元で設置された科目、社会とか家庭科とかそういうもので既に教科書等にも反映されて、実施されていくという方向性が一つわかったという点と、また、研修等を通じて教員の意識というのを高めることによりまして、特別の授業みたいな形で反映されていくとか、一番最初に出てきました情報をいろいろ発信しているんですけども、そこでさらに教育の現場につなげるということを教育に携わる先生を通じて実現するのではないかという、まずそういう感触を持ちました。

そうなりますと、やはりニーズに応えられるように常に意見交換とか情報交換をしていくのが非常に重要ということになりますので、今回提案されている教育コーディネーターの設置というのは、ぜひ前向きに設置を進めていただきたいというふうに思うのですけれども、役割としましては、今までのお話のところでは、特に指定している学校といろいろまずはやっていこうみたいなプランというのも提示されていたんですけども、こういったコーディネーターの方は広く都内の学校に積極的に働きかけをするというような役割も、

こういうことはどうですかみたいな積極的な働きかけをするような役割も果たすという理解でいいのか、その辺をちょっと教えていただければと思いました。

○企画調整課長 私どもが考えております消費者教育コーディネーターは、学校現場と消費生活部門をつなぐという役割を考えております。様々な学校でいろんな考え方お持ちの先生方がいらっしゃると思いますので、そういった学校教員の方の要望に応える、つないでいくという役割をコーディネーターに持たせたいと考えております。

前回の部会資料にあります他県の設置事例を見ますと、教員OBの方を消費生活センター等に配置して消費者コーディネーターとして活用しているといった状況にありますので、人材としては、そのような方向を考えています。

ただ、他県で見られるように自分で講座の講師を務めたり、そういったことはさすがにちょっと東京都では難しいと思いますので、現場に働きかけを行い、消費生活部門とつないでいく、そういった役割をコーディネーターにお願いしたいと考えております。。

消費生活部門と教育部門のどちらかに置く、もしくは双方に置く、そういった考え方もあると思います。そのあたりは今後の検討になると思いますがきちんと機能を残すとかですとか、組織の中にそういった役割の方を配置するといったことも検討してまいります。

○野澤部会長 ありがとうございます。

そのほかいかがでしょうか。

では、平澤委員。

○平澤委員 消費者教育コーディネーターはとても重要だと思うし、必須なんじゃないかなというふうに思います。消費者問題という教育とまたちょっと違う座学だけではなかなか学べないような部分があるので、そういうつながりとしてはとても重要で必要ではないかと思います。

あとは、その位置づけとかその単なるノウハウとはちょっと違うような気もしていて、消費者教育コーディネーターの消費者問題というのが、どうして生じるかということについて、かなりいろいろな考えを持ちながら、どうするとその教育の現場に反映できるかということなので、すごく専門的だと思うし、余り不安定な位置でそれをやるような仕事ではないんじゃないかと思います。

なので、そのあたりのなる人が安心してやりがいを持ってやれるような形をぜひ確保していただくような方向で、ぜひ実施してほしいというのが希望というか要望ですかね。

○野澤部会長 専任の人が教育コーディネーターをやるというのもいいことなのですが、なかなかそこまで人材を割くことも難しいところもあるんですよね。

それから、あと前に阿部委員でしたか、人事異動で変わってしまうということもございますよね。そういう意味で教員OBを使うと、これも一つのやり方ですが、むしろ生活文化局のOBもいいのではないですか。学校の現場に行って消費者教育をつくっていくと、もちろん定年後のことですけれども、いろいろ人材はいそうな気がしますけれども。

そのほかいかがでしょうか。

では、柿野委員。

○柿野委員 各地に設置されている消費者教育コーディネーターの方々と接する機会が多いのですが、やはり各地に一人だけという配置がほとんどで、行政職員の方がよほど熱心で一緒に頑張りましょう、ということでやっているうちはいいんですけど、そうでない方が人事異動で来てしまって、中には一人で悩みを抱えているような方もいるんですね。人に負う部分はとても多いのですが、一人に負わせるようなことでなく、やっぱり複数で、みんなで協力して推進体制を作り上げていくと、コーディネーター制度は充実していくのではないかと、思いました。

以上です。

○野澤部会長 とても大事な話ができたとします。

そのほかいかがでしょうか。

特にございませんようでしたら、全体を通じて、きょう三つの柱全部について、また議論したわけですが、全体について何かこの点はもう一度ぜひ言っておきたいとか、あるいは質問しておきたいということがございましたら、ここでお受けしたいと思いたしますが、いかがでしょうか。

特にございませんようでしたら、一応次に進めさせていただきたいと思いたしますが、本日は大変皆様に貴重な御意見をいただきまして、本当にありがとうございます。これは皆様の御意見は、中間のまとめ案に反映させていただきたく思っています。

さて、次に今後の進め方ですが、学校教育における消費者教育の推進、それから注意喚起、情報発信、区市町村支援でいただいた皆さんの意見を踏まえまして、中間のまとめの案を作成したいと思いたします。

また、このほかに総会で相談窓口の充実や制度等の運用などの御意見をいただいておりますので、こうした御意見も踏まえた内容に中間のまとめについてはしていきたいと考えています。

このことについて、事務局から説明があるようですので、お願いいたします。

○企画調整課長 今、部会長からお話がありましたように2回の検討部会でいただいた御意見を踏まえまして、中間のまとめ案を作成いたします。作成に当たりましては、第2回の総会で委員の皆様からいただいた御意見も反映させていきたいと考えております。

恐れ入りますが、本日お配りしている参考資料の②、こちらの第25次東京都消費生活対策審議会第2回総会における主な意見という資料がございますが、こちらの2枚目、4番にその他がございますが、今、部会長からお話ございましたように、被害に遭ってしまった人がどこで相談できるか相談窓口の整備も必要ではないかといった御意見ですとか、消費者トラブルに遭わないための消費者教育だけではなく、エシカル消費など広範な教育、本質的な消費者教育の必要性についても御意見をいただいております。

そのほか、制度を運用した事業者の取り締まりについても御意見をいただいております。

また、前回の部会では、消費者教育に関する効果検証の必要性についての御意見もござ

いました。こうした御意見に関しましても中間のまとめ案に反映させていただきたいと考えております。

なお、本日の議論につきまして、追加の御意見がございましたら、恐れ入りますが文書にて本日から1週間後の2月6日水曜日までに事務局にお寄せいただければと存じます。こちらの文書でいただきました御意見も事務局にて整理をいたしまして、中間のまとめに反映したいと考えております。

説明は以上です。

○野澤部会長 今事務局から説明がありましたように、次回の部会では中間のまとめの案を審議していきたいと思いますが、よろしいでしょうか。

では、そのように進めさせていただきます。

ほかにはないようでしたら、次回の検討部会について、事務連絡と事務局より連絡をお願いいたします。

○企画調整課長 次回第3回検討部会につきましては、3月27日水曜日の午後1時半から3時半、都庁内の会議室にて開催をいたします。開催の詳細につきましては、後日改めて御案内をお送りいたしますので、よろしくお願い申し上げます。

○野澤部会長 それでは、これをもちまして第2回部会を閉会させていただきます。本日は御協力、どうもありがとうございました。

午前11時51分閉会