

【資料2－1】

若年者の消費者教育分科会

取りまとめ

(消費者教育教材の在り方)

令和元年7月

若年者の消費者教育分科会

目 次

第1	はじめに～本分科会の位置付けと議論の流れ	1
1	本分科会の位置付け	1
2	本分科会における議論の流れ	1
第2	教材をめぐる現状と課題	2
1	教材の現状について（教材作成状況調査）	2
2	消費者教育ポータルサイトについて	4
3	若年者等を対象とした教材の提供方法及び効果的な周知に係る課題	8
第3	消費者教育教材の提供方法及び効果的な周知に係る今後の方向性及び具体的な施策について	9
1	加工可能な教材など多様な教材の開発（前記第2の3(1)に対応）	9
2	現行消費者教育ポータルサイトの全面的な見直し（前記第2の3(2)に対応）	10
第4	おわりに～今後の検討課題	11

別添

若年者の消費者教育分科会 委員名簿

若年者の消費者教育分科会の開催状況

第1はじめに～本分科会の位置付けと議論の流れ

1 本分科会の位置付け

若年者の消費者教育分科会（以下「本分科会」という。）は、平成29年8月、消費者教育推進会議の下に、若年者への消費者教育について、学校や地方公共団体（以下「自治体」という。）の現状、若者の実態に即した検討を行うことを目的に設けられた。

本分科会立上げ時には、民法（明治29年法律第89号）の成年年齢引下げに向けた議論が進んでいたことを踏まえ¹、学校における教員の資質向上のための、教員養成及び教員研修等における消費者教育の推進について検討を行い、平成30年6月に取りまとめを公表した。

他方、上記分科会にて、次の議題に係る意見交換を行ったところ、自治体で広く作成された消費者教育教材（以下「教材」という。）について現状を把握し、どういう教材が使いやすいのかなど教材を検討すべきという意見があり、平成30年7月に開催された第23回消費者教育推進会議において、自治体作成の教材の検討を行うことが議決された。

その後、平成30年9月から、上記議題を議論する分科会が始まったが、教材について議論を重ねる中で、今後の教材の在り方や消費者庁による消費者教育の体制整備についても議題が広がりをみせたことから、最終的には、「消費者教育教材の在り方」という議題で、取りまとめを行うこととなった。

2 本分科会における議論の流れ

本分科会では、「消費者教育教材の提供方法及び効果的な周知」と「消費者庁による小中向け消費者教育教材作成の必要性」を論点として議論を進めた。

また、両議論を展開する上で、全国における自治体作成教材の現状を把握するため、後記第2のとおり調査等を行った。

本取りまとめは、調査等の結果や分科会で展開された委員の意見を踏まえ、教材の現状や課題を抽出し、今後の方向性等についてまとめたものである。

上記論点のうち、「消費者庁による小中向け消費者教育教材作成の必要性」については、平成22年度に作成された中学生向けの教材である「消費者センスを身につけよう」を改定することとされた。同教材を改定するとされた理由は、消費者ホットラインの番号の変更など形式的な変更を行えば、

¹ 成年年齢を引き下げる民法の一部を改正する法律（平成30年法律第59号）は、平成30年6月13日成立、同月20日公布、令和4年4月1日施行予定。

内容面は、現在においても活用できるとの意見が委員から挙がったためである。

「消費者センスを身につけよう」改定版は、平成 31 年 3 月に消費者庁ウェブサイトにおいて公表されている²。

以上を踏まえ、本取りまとめにおいては、「消費者教育教材の提供方法及び効果的な周知」を中心に取り上げ、以下、第 2 で、教材の現状、消費者庁が運営している消費者教育ポータルサイト³について記載し、第 3 で、課題の抽出や今後の方向性等について記載することとする。

第 2 教材をめぐる現状と課題

1 教材の現状について（教材作成状況調査）

前記のとおり、消費者庁では、自治体が作成した教材の実態把握を行うため、「平成 30 年度地方消費者行政の現況調査」の回答を基に、若年者等向け教材の作成状況について調査を行った。

(1) 調査対象

平成 30 年度地方消費者行政の現況調査の回答（調査票 12-2〔教育・啓発・広報資料〕）を基に「幼」「小学」「中学」「高校」「高等学校」「障害者」「特別支援」又は「保護者」で検索して抽出し、重複を削除した数（228 教材等）について、それぞれ該当する 136 自治体に対して調査を実施した。

(2) 調査時点

平成 30 年 4 月 1 日時点

(3) 回答のあった自治体・教材数

132 自治体⁴/136 自治体・225 教材等⁵/229 教材等⁶

(4) 調査結果（概要）

ア 教材と普及啓発物の区別（教材数ベース）

教材	普及啓発物
213	12

本調査により、普及啓発物と回答したものが 12 件あったことから、

² 「消費者センスを身につけよう」一部改定版 URL

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/teaching_material/material_004/

³ 「消費者教育ポータルサイト」 <https://www.kportal.caa.go.jp/index.php>

⁴ 都道府県：24 自治体、指定都市：12 自治体、その他の市町村：96 自治体

⁵ 都道府県：48 教材、指定都市：26 教材、その他の市町村：151 教材

⁶ 調査開始時、教材数は 228 教材等だったが、2 教材回答した市町村があったため、以下 229 教材等とする。

以下、213教材を回答のあった教材数（母数）として、述べていくこととする。

イ 対象別の教材数⁷

幼児向け	小学生向け	中学生向け	高校生向け	保護者向け	障害者向け
15	97	105	56	48	21

自治体作成の教材について、教材の対象者は、中学生向けとする教材が最も多く105教材であり、次いで小学校向けとする教材が多く、97教材であった。

ウ 作成された教材の形式（作成予定を含む）⁸

紙媒体	DVD等のデータ	ウェブ
203	17	50

教材の形式については、紙媒体のものが203教材と最も多かった。

エ 他の自治体での活用（教材数ベース）⁹

他の自治体での活用は想定していない	冊子について必要部数提供可（有償を含む）	電子媒体提供可	ウェブサイトからダウンロード可
122	7	9	63

他の自治体での活用も想定しているかと確認したところ、他の自治体での活用は想定していないと回答した教材が122教材あり、冊子教材を必要部数提供してもよいと回答した教材は7教材であった。

オ 教材の著作権者（教材数ベース）¹⁰

自治体	・中央省庁 ・独立行政法人	各種団体	民間事業者
125	5	2	74

自治体作成の教材について、自治体が著作権を有する教材が最も多く125教材であり、次いで、民間事業者が著作権を有する教材が74教材であった。

⁷ 対象別の教材数について、中学生、高校生向け教材など対象者が複数の教材については、それぞれに計上している。

⁸ 「作成された教材の形式」欄については、複数該当する教材もあることから、合計数は213教材にならない。

⁹ 「他の自治体での活用」欄について回答がなかった教材があったため、合計数は213教材とならない。

¹⁰ 「教材の著作権」欄について回答がなかった教材があったため、合計数は213教材となる。

力 消費者教育ポータルサイトでの掲載状況

調査回答があった教材のうち、消費者教育ポータルサイトに掲載している教材は、213教材中34教材（約16%）であった。

(5) 調査結果を踏まえた考察

自治体作成の若年者等向けの教材について、紙媒体の教材が多かったのは、学校現場では、紙媒体の教材の需要が一定程度あるためと思料される。他方、ウェブサイトからのダウンロードによる活用（電子媒体の提供も含む。）を想定した教材も多いところ、学校現場で、教材をダウンロードしてプリントすることを想定すると、費用面で実現が困難と考えられ、児童生徒用に必要な部数（冊数）が提供されなければ、学校現場では活用は難しいと思料される。

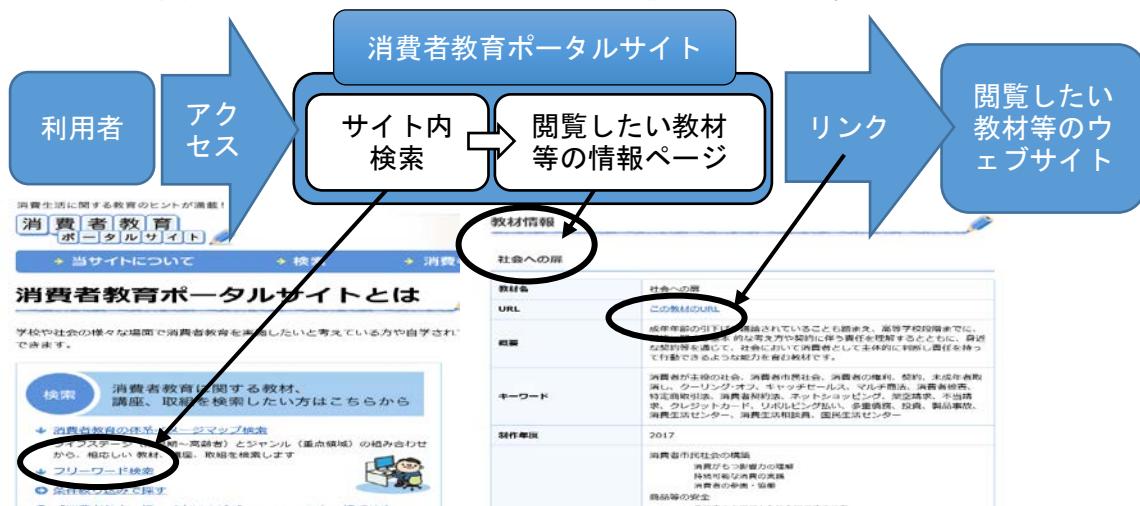
また、前記(4)から、74教材について著作権者が民間の事業者というものであった。これは、自治体名を入れた名入れ教材であると思料される。

さらに、前記(4)のとおり、消費者庁が運営する消費者教育ポータルサイトの掲載状況についても、213教材中34教材（約16%）と掲載数が少なかった。

2 消費者教育ポータルサイトについて

(1) 消費者教育ポータルサイトの概要

消費者教育ポータルサイトとは、消費者教育の基盤整備として、消費者教育に関する様々な情報を提供するウェブサイトであり、後述のとおり平成21年12月に開設され、消費者教育の担い手や一般消費者を対象に、行政機関及び各種団体の教材、消費者教育に係る取組事例及び講座並びに消費者教育に係る法令や政策等が掲載されている。



掲載されている教材、消費者教育に係る取組事例及び講座の登録に当たっては、教材作成者等から、その教材等の検索に必要なデータに係る情報提供を受け、教材等掲載基準¹¹に照らして、掲載について問題ないと消費者庁で判断した教材等について、教材等の情報ページが公開されている。

教材等の情報自体は消費者教育ポータルサイト内で保有しておらず、教材等のリンク先を掲載するものである。

平成 31 年 3 月末日時点で、851 の教材情報、282 の取組事例、535 の講座が登録されており、フリーワード検索等により閲覧可能となっている。

(2) 消費者教育ポータルサイト開設の趣旨

消費者教育ポータルサイトについては、平成 17 年 4 月に閣議決定された「消費者基本計画」¹²に基づき検討が進められ、平成 19 年 3 月に「消費者教育ポータルサイト基本方針案」、平成 20 年 3 月に「消費者教育ポータルサイト運用方針案」がそれぞれ策定された。

同基本方針案によれば、消費者教育ポータルサイト構築の背景として、以下のとおり述べられている。

「消費者教育ポータルサイト基本方針案」（「1. 背景」から抜粋）

「消費者基本計画」（平成 17 年 4 月 8 日閣議決定）では、消費者が、学校、地域、職場、家庭など様々な場所で、生涯を通じて消費者教育を受けられる機会の充実を図ることが必要とされている。

現在、消費者教育の教材は、さまざまな機関や消費者教育の専門家が作成しているが、学校において教諭や学校関係者、社会教育施設等で講師が消費者教育を実際に行おうとするときに、どのようなものが、どこにあるのかわからない、あるいは入手が困難であるという事情がある。その一方で、優れた教材の存在が知られていないために、活用されていないという傾向もある。

また、消費者教育の担い手や一般消費者は、緊要な消費者トラブルに対して、適切な対処方法、その根拠となる法令等について、常に新しい情報を入手できる仕組みが必要である。こうしたことから、消費者教育の基盤整備の一つとして、最新の情報を広く提供できるインターネットを活用した支援が有効であると考えられる。そこで、消費者教育の教材等を広く収集して整

¹¹ 消費者教育ポータルサイト「教材等掲載基準」

<https://www.kportal.caa.go.jp/upload/standard.html>

¹² 「消費者基本計画」（平成 17 年 4 月閣議決定）3(6)④「消費者教育の基盤整備」参照。

理し、消費者教育を行う者または受けようとする者が消費者教育の全領域にわたり、必要な教材を適切に検索・選択して、利用することのできるポータルサイトを構築することが必要である

その後、試行版の運用を経て、平成 21 年 12 月に本格運用が開始され、何度か改修を経ながら現在に至っている。

(3) 消費者教育ポータルサイトについてこれまでに指摘されてきた問題点

ア 情報検索

ポータルサイトにおける検索機能は、教材登録者が登録の際に付けたキーワードに従って検索されるところ、教材の多くが、消費者教育全般を網羅した内容であることから、必然的に多くのキーワードが入力され、その結果検索をかけても、多くの教材が抽出され、絞り込みがうまく機能していない。

The screenshot displays two main sections. On the left, a search results page titled 'フリーワード検索' (Free Word Search) shows a search bar with 'クレジットカード' (Credit Card) and a '検索' (Search) button. Below the search bar, there are two search results: '新着情報・トピックス' (New Information and Topics) and 'トピックス' (Topics). The 'トピックス' result is highlighted with a large black oval. On the right, a registration form titled '教材の入力フォーム' (Material Input Form) is shown. It includes fields for '教材名※' (Material Name) with 'テスト' (Test) entered, '概要※' (Summary) with 'テスト' (Test) entered, and 'キーワード※' (Keywords) with '訪問販売、クーリング・オフ、不当請求、インターネット、ネット販売、中学生、携帯電話' (Door-to-door sales, Cooling-off period, Unfair claims, Internet, Online sales, Middle school students, Mobile phones) entered. A second large black oval highlights the 'キーワード' field.

消費者教育ポータルサイトでは、フリーワード検索を行うことができるが、その検索先は、教材登録者が、教材を同サイトに登録したときのキーワードに沿って、教材等が検索される仕組みとなっている。

イ リンク切れ

前記(1)のとおり、消費者教育ポータルサイトについては、教材のリンク先が掲載されており、教材作成者側のウェブサイトが変更等された場合にはリンクが切れ、リンクの貼り直しまでに時間を要する場合がある。

ウ 掲載教材の評価

ポータルサイトにおける教材評価の手法としては、現在、ポータルサイト上における各教材のアクセス件数について、定期的にランキング形式により、公表しているところである。これは、国が一方的に教材の

内容に優劣をつけることは好ましくないことから、形式的な指標となるものとしてアクセス数によりランキング付けを行っているところである。

また、かねてから、利用者からの評価を投稿することについて検討すべきとされてきたところ、平成 28 年度には、教材掲載について、第三者の意見ということで、「消費者教育ポータルサイト掲載情報評価等検討会」を開催し、ポータルサイト内的一部の無料教材について、その掲載情報について評価を行ったが、利用者からの直接の意見をポータルサイトに載せるなどの対応や具体的な検討はいまだできていない。

なお、教材ごとに「ご意見メールボックス」が用意されているが、ほとんど入力がなく、活用されていない。

(4) 消費者教育ポータルサイトのアクセス数

今回、消費者教育ポータルサイトを検討するに当たり、平成 30 年度において、消費者庁作成の「社会への扉」及び「消費者センスを身につけよう」の 2 教材について、消費者教育ポータルサイト上の 2 教材の情報ページ¹³から実際に消費者庁ウェブサイトにリンクしたアクセス数と消費者庁ウェブサイトの 2 教材の各ページ¹⁴のアクセス数について比較を行った。



¹³ 消費者教育ポータルサイトにおける「社会への扉」の情報ページ

https://www.kportal.caa.go.jp/search/result_detail.php?mode=detailSearch&lomCode=04458

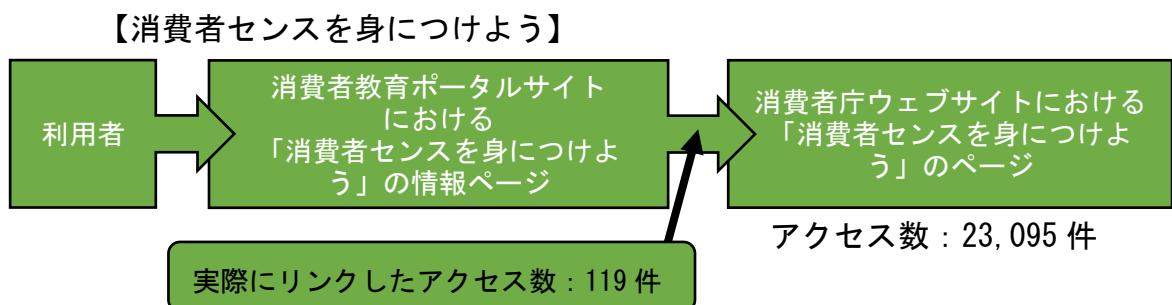
消費者教育ポータルサイトにおける「消費者センスを身につけよう」の情報ページ

https://www.kportal.caa.go.jp/search/result_detail.php?mode=detailSearch&lomCode=00922

¹⁴ 消費者庁ウェブサイト「社会への扉」に係るページ

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/teaching_material/material_010/

消費者庁ウェブサイト「消費者センスを身につけよう」に係るページ（脚注 2 参照）



アクセス数の比較の結果、当該2教材について、消費者教育ポータルサイトを経由して、「社会への扉」及び「消費者センスを身につけよう」の消費者庁ウェブサイトにアクセスしているケースは非常に少ないといえ、既存の検索エンジンや他のウェブサイトからのリンクにより、各教材の消費者庁ウェブサイトを閲覧しているものと思料される。

3 若年者等を対象とした教材の提供方法及び効果的な周知に係る課題

(1) 若年者等を対象とした教材の提供方法に係る課題

前記1(4)ウ及びエ並びに前記1(5)によれば、学校現場では、紙媒体の教材の需要が高いものの、現状は、他の自治体にまで必要部数（冊数）を提供してもよいと回答した教材が少ない。また、教材をウェブサイトに掲載してダウンロードにより活用を促すという形も相当数見受けられたが、学校現場で、児童生徒数の部数を印刷することは費用面で実現が困難と考えられ、自治体から、児童生徒の必要部数（冊数）の提供がなされなければ、学校現場で、広く活用することは難しい。

(2) 若年者等を対象とした教材の周知に係る課題

前記1(4)エによれば、「他の自治体での活用は想定していない」と回答した教材が多く、自治体内での活用にとどまっていることがうかがえた。これは、地域特性に配慮した内容で構成して作成した教材であったり、民間事業者の教材の名入れにより教材を作成していることも一因だと思料される。

他方で、普遍的に他の自治体でも活用可能な教材もあることから、そのような教材の存在を周知し、他地域における消費者教育の担い手も活用できるような方策も検討する必要がある。

この点について、消費者庁としては、消費者教育ポータルサイトを通じ

て、教材等の周知に努めてきた。

しかしながら、前記1の調査結果によれば、掲載教材割合は、今回調査対象とした教材のうち約16%（34教材／213教材）にとどまっている。

また、現行消費者教育ポータルサイトについては、前記2のとおり、主たる機能である教材等の検索について、従前から指摘されてきた問題点に加え、アクセス数をみても、前記2(4)のとおり、既存の検索エンジンや他のウェブサイトからのリンクにより、各教材のウェブサイトを閲覧していると思料されることからすれば、教材等の検索とリンクが中心の消費者教育ポータルサイトの在り方を全面的に見直す必要がある。

第3 消費者教育教材の提供方法及び効果的な周知に係る今後の方向性及び具体的な施策について

1 加工可能な教材など多様な教材の開発（前記第2の3(1)に対応）

本分科会では、活用されて初めて教材としての役割を果たすとの認識の下、学校現場では、紙媒体の教材の需要があると思料されるところ、前記第2の3(1)のとおり、課題が見受けられた。

この点については、消費者庁が、広く学校現場で活用を促すため、必要な印刷費の負担を行うべきとの考え方もあるが、伝えたいことだけを凝縮した単ページの教材の開発も進めていくべきである。

また、上記に関連して、広く学校の授業での活用を促すならば、教材を作成する自治体やその他の団体等は、活用する側の立場に立ち、教員や外部講師等が加工可能な教材の開発を進めていくべきである。

これらの指摘について、消費者庁では、同庁作成の「社会への扉」について、プレゼンテーションソフト用ファイル（パワーポイント版）を作成した。

プレゼンテーションソフト用ファイルは、スライドごとに分離、独立した活用ができ、授業に応じた部分的な活用や必要なスライドの印刷が容易であるという利点がある。また、冊子教材と異なり、教員が自ら適宜加工を行うことができ、個々のスライドの構成や順番を含め、個々の教員の授業展開に応じた活用が期待できる。さらに、ソフトのアニメーションを活用することで、授業において視覚に訴える効果も期待できる¹⁵。



¹⁵ 消費者庁ウェブサイト「社会への扉」に係るページ（脚注14参照）

2 現行消費者教育ポータルサイトの全面的な見直し（前記第2の3(2)に対応）

現行消費者教育ポータルサイトについて、消費者庁は、全面的な見直しを行うべきである。

見直しに当たっては、前記第2の3(2)を踏まえ、教材の紹介と発信は統けつつも、教材等の検索に重点を置くのではなく、例えば、以下の点に重点を置いたサイトに見直すべきである。

(1) 消費者教育の実践例の収集と発信

教員や外部講師の消費者教育に係る一層の理解、また指導を行う上の参考情報になると思料されるため、多種多様な教材を活用した具体的な実践例（教材の活用箇所、指導案、ワークシートの掲示等）や外部講師による出前講座の実践例（教員と外部講師の進行表や台本の掲示等）などの情報の収集と発信を積極的に行うべきである。

実践例を豊富に掲載することで、活用した教材への注目が集まり、ひいては、教材の周知につながると思料される。

(2) 消費者問題等の解説や消費者教育の素材となる情報発信

消費生活センターの消費者教育の拠点化にも資するよう、社会情勢に応じて日々変化する消費者問題の動向や幅広い社会的課題などについて、消費者教育の観点からの解説を加えた情報発信を定期的かつ機動的に行うべきである。

(3) 利用者目線に立ったウェブサイトの構成

誰もが容易に、また継続的に、消費者教育ポータルサイトを活用できるよう、消費者教育の担い手の立場に応じて、例えば、学校種別、教科・科目別に実践例や教材を選択及び閲覧できるようにし、閲覧履歴の表示、閲覧履歴から推測される類似の実践例や教材の表示を行うべきである。

また、ポータルサイトに掲載される実践例や教材は、一定の頻度で更新されるべきであり、また、利用者が閲覧しやすい情報量となるように努めるべきである。

第4 おわりに～今後の検討課題

本分科会では、教材に焦点を絞って議論を行ったが、議論の流れの中で、教材の充実だけでなく、教材の活用例や外部講師の活用例などの実践例の情報発信が重要との議論にもなった。情報発信の具体的な在り方や発信すべき内容については、今後の検討課題である。

例えば、外部講師の出前講座については、出前講座がパッケージ化されており、限りある学校の授業時間数の中で、貴重な1コマ全てを出前講座で使うことは、必ずしも現場教員のニーズに合っていない。外部講師は、あらかじめ定めたパッケージをただ披露するのではなく、個々の教員が求めるニーズに応えた出前講座を開催すべきである。また、教員が求めるニーズを的確に把握し、きめ細かな対応を行うためには、学校と消費生活センターの連携が重要であるが、まだまだ課題が多いとの議論があった。

今後、現場のニーズに応えていくためにも、消費者教育ポータルサイトの見直しにより、多種多様な実践例の情報発信の強化が期待されるところである。消費者庁においては、情報発信の司令塔として、積極的な情報収集と発信を期待することとしたい。

以上

別添

若年者の消費者教育分科会 委員名簿

東 珠 実 桜山女学園大学現代マネジメント学部教授
消費者教育推進会議会長

◎ 色 川 卓 男 静岡大学教育学領域教授

尾 上 浩 一 公益社団法人日本P T A全国協議会顧問

片 山 博 子 前松江市立本庄中学校校長

清 水 かほる 公益社団法人全国消費生活相談員協会理事

曾 我 部 多 美 東村山市立回田小学校校長

以上 6 名(五十音順、敬称略)

◎ は 座 長
令和元年 7 月 26 日現在

若年者の消費者教育分科会の開催状況

日 程	審 議 事 項 等
平成 30 年 9 月 20 日	(第 7 回) [※本議題では第 1 回] ・ 本議題の進め方について ・ 消費者教育教材の提供方法及び効果的な周知 ・ 消費者庁による小中向け消費者教育教材作成の必要性
12 月 17 日	(第 8 回) ・ 消費者教育教材の形及び在り方 ・ 消費者庁による地方公共団体の消費者教育に対する支援業務の在り方 ・ 消費者教育ポータルサイトの在り方 ・ 「消費者センスを身につけよう」の一部改定
平成 31 年 3 月 28 日	(第 9 回) ・ 「消費者センスを身につけよう」一部改定に係る報告 ・ 取りまとめに向けた論点整理 ・ 消費者教育ポータルサイトの課題及び今後の方向性

○ 若年者の消費者教育分科会取りまとめ(消費者教育教材の在り方) 令和元年7月取りまとめ

【議題①】

消費者教育教材の提供方法及び効果的な周知

課題①提供方法

学校現場では、紙媒体の教材の需要が高いものの…

- ・他の地方公共団体にまで必要冊数を提供してもよいと回答した教材は少ない(消費者庁調べで213教材中7教材)。
- ・ウェブサイトからダウンロードして印刷する教材は、費用面で活用しづらい。

広く学校の授業での活用を想定しなければ、実際の活用にはつながらない

加工可能な教材など多様な教材の開発

① 単ページ教材の開発

→冊子としないことで、必要枚数の印刷と配布が容易に。

② 加工可能な教材の開発

→教員や外部講師が加工可能にすることで、幅広い活用を期待。

⇒①②を踏まえ、消費者庁では、「社会への扉」について、パワーポイント版を作成。

(例) 消費者庁作成教材「社会への扉」パワーポイント版
(注2)

(注1)<https://www.kportal.caa.go.jp/index.php>(注2)https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/teaching_material/material_010/

【議題②】

消費者庁による小中向け消費者教育教材作成の必要性

課題②周知方法

【消費者教育ポータルサイト(注1)】

- ・教材等の掲載状況が悪い(掲載教材割合は約16%[消費者庁調べで213教材中34教材])。
- ・消費者教育ポータルサイトを利用して教材を検索しているアクセス数が少ない(経由300件 対 非経由約300万件)。

(例)「社会への扉」(注2)



消費者教育ポータルサイトは見直しが必要

消費者教育教材
「消費者センスを身につけよう」の改定

消費者ホットラインの番号変更など形式面の修正を行った。
改定版は消費者庁ウェブサイトで公表済み(注3)



消費者教育ポータルサイトの全面的な見直し

見直しに当たって以下の点に重点を置いたサイトに移行すべき。

① 消費者教育の実践例の発信

→多種多様な消費者教育教材を活用した実践例の発信
→外部講師による出前講座の実践例の発信

② 消費者問題の解説や消費者教育の素材に係る情報発信

→日々変化する消費者問題や幅広い社会的課題について、消費者教育目線での解説と情報発信

③ 利用者目線に立ったウェブサイトの構成

→学校種別、科目別に実践例等を閲覧可能に。閲覧履歴の表示。
閲覧履歴から推測される教材や実践例の表示。一定の頻度での更新や適切な情報量の掲載

(注3)https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/teaching_material/material_004/pdf/material_004_190322_0002.pdf