

第1回
社会のデジタル化に対応した消費者教育に関する分科会
議事録

消費者庁消費者教育推進課

第1回社会のデジタル化に対応した消費者教育に関する分科会 議事次第

1 日 時 令和2年11月27日（金）10：00～12：13

2 場 所 中央合同庁舎第4号館共用第3特別会議室

3 議題

- (1) 分科会の運営要領について
- (2) デジタル関連の消費生活相談
 - (独) 国民生活センター相談情報部相談第二課 福井様
- (3) 「G I G Aスクール構想の実現」と新学習指導要領における情報教育について文部科学省初等中等教育局情報教育・外国語教育課情報教育振興室 大塚様
- (4) ICTリテラシー等に係る青少年向け啓発施策
 - 総務省総合通信基盤局電気通信事業部消費者行政第一課 萩原様
- (5) 分科会の今後の進め方

4 出席者（敬称略・50音順）

委員：東 珠実、坂倉 忠夫、坂本 有芳、永沢 裕美子、中村 新造、原 早苗、保倉 朋美
オブザーバー：総務省総合通信基盤局消費者行政第一課

文部科学省総合教育政策局男女共同参画共生社会学習・安全課

（独）国民生活センター

消費者庁：片岡審議官、吉村消費者教育推進課長

5 配付資料

資料1 社会のデジタル化に対応した消費者教育に関する分科会 委員名簿

資料2 社会のデジタル化に対応した消費者教育に関する分科会 運営要領（案）

資料3 デジタル関連の消費生活相談（国民生活センター報告資料）

資料4 「G I G Aスクール構想の実現」と新学習指導要領における情報教育について（文部科学省報告資料）

資料5 ICTリテラシー等に係る青少年向け啓発施策（総務省報告資料）

資料6 社会のデジタル化に対応した消費者教育に関する分科会の今後の進め方

参考資料

参考資料1 社会のデジタル化に対応した消費者教育に関する分科会について

参考資料2 デジタル化に対応した消費者教育について【第28回消費者教育推進会議資料】

参考資料3-1 消費者のデジタル化への対応に関する検討会報告書

参考資料3-2 消費者のデジタル化への対応に関する検討会報告書概要

参考資料4 インターネットトラブル事例集（2020年版）

○事務局 それでは、定刻となりましたので、ただいまより第1回「社会のデジタル化に対応した消費者教育に関する分科会」を開催させていただきます。

委員の皆様方、オブザーバーの皆様方、御多用のところ、また、朝早くの時間帯から御参加いただきまして、誠にありがとうございます。

本日の分科会につきましては、東委員、坂本委員、俣倉委員がウェブでの御参加となっております。

また、坂本委員におかれましては、所用のため、途中で退席されると伺っております。

ウェブで御参加の委員におかれましては、発言のない場合につきましては、マイクをミュートにしていただきますよう、よろしくお願ひいたします。

また、座長が選出されるまでの間につきましては、事務局で進行をさせていただきたいと思っております。

本分科会の委員につきましては、10月19日に開催をさせていただきました、第28回の消費者教育推進会議におきまして、東会長に一任をすることになりました、その後、東会長と御相談いたしまして、お配りをしております、資料1の委員名簿にお名前があります7名の皆様に委員として御就任をいただきました。

また、オブザーバーといたしまして、総務省さん、文部科学省さん、国民生活センターさんに御参加をいただいております。

改めまして、委員の皆様、オブザーバーの皆様、よろしくお願ひいたします。

それでは、議題に入る前に、本分科会の座長を決めさせていただきたいと思っております。

座長につきましては、参考資料1に書いてありますとおり、分科会構成員の中から1名を選出するとなっております。

東会長からは、消費者庁の消費者のデジタル化への対応に関する検討会にも委員として参加をされておられました、坂倉委員に座長をしていただければどうかと御推薦をいただいているところでございます。

については、坂倉委員、恐縮ですけれども、本分科会の座長をお引き受けいただけないかと思うのですが、いかがでしょうか。

○坂倉委員 承ります。

○事務局 ありがとうございます。

また、委員の皆様方、坂倉委員にお願いをするということで、よろしいでしょうか。

(「異議なし」と声あり)

○事務局 ありがとうございます。

それでは、坂倉委員におかれましては、本分科会の座長として、これから議事の進行をお願いできればと思っております。

また、座席は、座長の席にお移りをお願いいたします。

(坂倉座長、座長席へ移動)

○事務局 それでは、ここからは、座長に議事の進行をお願いしたいと思っております。

差し支えなければ、一言、座長から御挨拶いただければと思います。

○坂倉座長 ACAPの坂倉でございます。

座長就任に当たりまして、一言、御挨拶を申し上げます。

今回、私のような、諸先生方よりも経験や知識の不足している者が座長ということで、非常に僭越ではございますし、また、つい2か月前まで行っておりました、消費者教育推進会議の中の全世代における体系的な消費者教育に向けた連携に関する分科会に続きまして、連續で座長ということで、大変恐縮ではございますが、御指名でございますので、座長をお引き受けさせていただきます。どうぞよろしくお願ひ申し上げます。

近年の社会、消費のデジタル化、さらにはコロナの影響でデジタル化が加速度的に、さらに不可逆的に進展をしており、消費者の誰もが脆弱な消費者になる可能性があり、そういう中で、消費者教育、デジタル化に対応した消費者啓発が必要であるということは、誰もがうなずけるところだと思います。

消費者庁におきましては、今年の7月まで、先ほどお話をございましたが、消費者のデジタル化への対応に関する検討会が開催され、こちらには坂本委員と私が委員として参画をしておりまして、報告書を7月にまとめております。この内容は、先日の推進会議でも御報告がありましたし、今日も参考資料として御用意をされていると思いますが、ここではデジタル化の課題に消費者がどのように向き合えばよいかというテーマで議論をして、報告書をまとめております。その中で、消費者教育についてもかなり触れておりますので、この辺りも参考にしながら進めていきたいと思います。

今回のこの分科会では、デジタル化に対応した消費者教育をライフステージに合わせて体系的に整備していくことが課題だと思っております。一方で、同時並行的になりますが、徳島県の消費者庁新未来創造戦略本部で、今月から消費者保護のための啓発用デジタル教材開発に向けた有識者会議が立ち上がっておりまして、こちらは坂本先生が座長をお務めになられており、私も委員として参画しておりますが、こちらは、どちらかというと、現場に近いところで、できることからやっていこうということで、デジタル化に対する消費者啓発教材の開発を中心に検討を始めております。この分科会とは視点が違うとはいえ、関連すること等があれば、共有なり、連携はしていきたいと思っております。

本分科会のテーマは、非常に大きく重要なテーマでございますが、何分、私も力不足でございますので、委員の皆様方の御協力によりまして、有意義な議論が、そして、今後の消費者教育、消費者啓発のさらなる進展に向けて、有意義な報告、提言ができるように進めていきたいと思いますので、委員の皆様、そして、事務局の皆様の御協力をよろしくお願い申し上げます。

それでは、早速、議事に入りたいと思います。

本日の議事は、お手元の資料の議事次第に書かれてございますが、議題が五つございます。

初めに、議題「1 分科会の運営要領について」お諮りをしたいと思います。

事務局から御説明をお願いいたします。

○事務局 それでは、事務局から議題1につきまして、資料に基づき御説明をさせていただきます。

10月19日の消費者教育推進会議におきまして、参考資料1という形でもおつけをしておりますけれども、本分科会の設置について御了承いただいたところでございます。了承事項を基にいたしまして、本分科会の設置要領（案）を資料2という形で作成させていただいておりますので、そちらの御説明をさせていただきます。

資料2「社会のデジタル化に対応した消費者教育に関する分科会 運営要領（案）」でございます。

1でございますけれども、分科会につきましては、特段の理由がない限りは、原則公開という形にしております。

2でございますけれども、分科会における配付資料につきましても、特段の理由がない限りは、原則公表するという形にしております。

3でございますけれども、特段の理由がない限りは、分科会終了後、速やかに議事録を作成し、原則として公表するという形にしております。

4でございますけれども、座長は、必要に応じて有識者等の参考人を招致することができるという形にしております。

5でございますけれども、その他必要な事項につきましては、分科会にお諮りをして、座長が定める形にしております。

こういった形で運用してはどうかということで、運営要領（案）という形でお示しをしております。

こちらからの説明は、以上でございます。

○坂倉座長 ありがとうございました。

ただいま運営要領の御説明がございましたが、この運営要領を分科会として決定したいと思いますが、御意見等があれば、お願いいいたします。

（「特にありません。」と声あり）

○坂倉座長 特にありませんというお声をいただきましたが、これでよろしいでしょうか。

ウェブ参加の人もよろしいでしょうか。

皆さん、丸を出していましたので、全員一致ということで、これで決定させていただきます。

それでは、続けて、ヒアリングに移らせていただきます。

本日のヒアリングは、3組織から行いますが、ヒアリングが終わった後に、今回は分科会の初回でもございますので、委員の皆様からお一人ずつ御発言いただきたいと思いますので、御了解ください。

それに先立ちまして、本日、業務の都合により、坂本委員は冒頭30分間の御出席と伺っ

ておりますので、恐縮ですが、坂本委員からここで御発言をいただければと思います。坂本委員、よろしくお願ひいたします。

○坂本委員 鳴門教育大学の坂本です。

本日は、冒頭のみで失礼させていただきます。

社会のデジタル化に対応した消費者教育ですが、先ほど坂倉座長に御紹介いただいたように、現在、徳島県で先行して高校生向けの教材を検討しているところです。デジタル化への対応といつても、消費者教育の基本的な部分、批判的思考ですとか、主体的な意思決定という点は最も大切で、その大きさというのが一層増すのではないかと考えて、今、教材づくりに取り組んでおります。加えて、デジタルの特徴ですとか、デジタル取引の仕組みの概要を理解するということは、新しい課題だと認識しているところです。

幅広い世代にどのように伝えるのかとか、何を伝えたらいいのかということについて、議論を深めていなければと思います。どうぞよろしくお願ひいたします。

○坂倉座長 坂本委員、ありがとうございました。

それでは、続いて、ヒアリングに移ります。

本日は、国民生活センター、文部科学省、総務省より御発表をいただくこととしております。世代別のデジタル関係の消費生活相談の状況や、主に学校、若年者向けの取組についてお話を伺いいたします。

それでは、議題の「2 デジタル関連の消費生活相談」につきまして、国民生活センターの福井様に御報告をいただきます。福井様、よろしくお願ひいたします。

○福井氏（国民生活センター） 国民生活センターの福井でございます。

本日は、御報告の機会を賜り、ありがとうございます。

それでは、資料3になりますが「デジタル関連の消費生活相談」について、御説明をさせていただきます。

今回、社会のデジタル化に対応した消費者教育ということで、ぴったりくるものを考えたときに、インターネット通販があるかと思います。全国の消費生活センターに寄せられる相談件数は、年間90万件ぐらいございますけれども、そのうちインターネット通販が現在20万件以上ということで、かなりの割合を占めしております。

まずインターネット通販の全体像を御説明いたします。1ページ目の下にございますグラフになりますが、最近、インターネット通販の相談件数は増加傾向にあります。見ていくと、商品関連のネット通販のトラブルが増えていて、一方、デジタルコンテンツ、アダルトサイトなどの相談件数は減少しています。また、役務、サービス関係ですけれども、こうしたものも増えておりまして、この内容については、後ほど御説明いたします。

2020年度の状況を見てみると、やはりコロナの影響下で、巣籠もりの消費が勧められている、ネット通販が推奨されていることもあります。最近はネット通販のトラブルも増加傾向にございます。

1ページおめくりください。次はインターネット通販の商品について取り上げておりま

す。見ていただくと、主な例を右の吹き出しで出しておりますけれども、健康食品、化粧品、洋服、靴、かばんなどの相談が見られています。

グラフで見ていただくと、高齢者、60歳代とか、70歳以上の相談が年々増加傾向にあります。また、30歳代から50歳代、緑の部分も大きく増えてきております。20歳代とか、10歳代も増えています。

内容を見てみると、特に最近目立ってのいるが、スライドの左下でございますけれども、お試し、1回だけのつもりが、実は定期購入だったというトラブルが増えておりまして、この内容が健康食品だったり、化粧品であります。特に若い子では脱毛剤とか、男の子でも脱毛剤の商品を買ったりというトラブルも見られています。

洋服、靴、かばんでいうと、悪質な通販サイト、模倣品サイトと呼ばれるもののトラブルも見られまして、注文したのだけれども、商品が届かないとか、偽物が届いたという相談が寄せられています。

次のスライドですけれども、デジタルコンテンツ以外のネット通販について記載しております。

主な例としてございますのが、スポーツ観覧、コンサートです。これは主にチケットの関係でのトラブルが多く見られます。そのほか、旅行のトラブルも多く見られまして、航空サービスですとか、ホテル、旅館などの宿泊関連の相談も寄せられています。

旅行の関連ですと、左にございますけれども、契約条件についてよく確認しないで旅行の予約をしてしまった、OTAでのトラブルがよく見られます。

ほかにいろいろございますけれども、高齢者でよく見られるのが、パソコンを使っていたところ、突然警告音が鳴って、ポップアップ画面で警告表示が出て、ウイルス対策ソフトを契約してしまうというような、偽警告表示のトラブルも見られます。

次のスライドでございます。このほかには、旅行の関連ですけれども、ESTAの申請をしようとしたところ、代行だったとか、あとは先ほどのポップアップの件と似ていますけれども、パソコンを使っていたら、最新のスマホが100円で申し込めると出てきたので、買えると思って、クレジットカード番号などを入力してみたら、実は全く違う有料サービスの申込みだったというトラブルも見られます。

以下のデジタルコンテンツのトラブルですけれども、これは非常に減少しています。特に減少の要因となっているのは、アダルト情報サイトのトラブルが減っていることによります。

次のページを御覧ください。アダルト情報サイトの相談というのは、2014年度、相談が非常に多く寄せられていました。

内容としては、左下の絵になりますけれども、アダルトサイトが無料だと思って、ワンクリックで登録してみたところ、実際にはお金を請求する。この事例だと13万5000円の料金を請求するという画面が出て、慌てて連絡をしてしまった。そうしたら、キャンセルできないと相手に言われて、お金を支払ってしまったというトラブルが多く見られました。

ただ、近年これが非常に減少してきています。

アダルトサイトのトラブルが多かったときによく見られたのが、アダルトサイトとのトラブル解決をうたう探偵業者です。消費者が検索サイトで「アダルトサイト解決」と打つと、上のほうのリスティング広告で、探偵業者の広告が出てきて、消費者の人は無料で解決できると思って探偵業者に連絡を取ると、実際には契約しても解決に至らない、お金だけがかかったというトラブルがありましたけれども、これもアダルトサイトのトラブルの減少に伴って、今は非常に少なくなっています。

デジタルコンテンツのほかの例で見てみると、次のスライドでございますけれども、最近、出会い系サイトの相談も減ってきています。2010年度とか、2011年度頃は、サクラサイト詐欺というもので、実際に出会い系サイトで連絡を取っているけれども、出会えないとか、男性の場合、相手の女性が本当にいるのかどうかも分からぬものとか、あるいはやり取りをしている相手が芸能人だったり、芸能人のマネジャーだったりという相談も見られました。

そのほかには、出会い系サイトで知り合った相手に財産を残したいと言われて、やり取りをしていたけれども、遺産の相続は全くないというトラブルも見られます。

次のスライドです。オンラインゲームについて記載しております。オンラインゲームで特徴的なのは、一番下のグラフの紫の部分ですけれども、10歳未満とか、10歳代の方の御相談が非常に多いということです。特に小中高生の男子でトラブルが多く見られます。

内容としては、左下でございますけれども、親が知らない間に子供がオンラインゲームでたくさんの課金をしてしまっているというものです。内容を見てみると、親が知らない間に子供がクレジットカードをお財布から抜き出してしまったり、お財布からお金を抜き出して、コンビニでプリペイドカードを買って、それで課金をするとか、そういうトラブルがございます。

それ以外のデジタルコンテンツだと、昨日、国民生活センターから公表いたしましたけれども、占いサイトのトラブルも見られます。高齢者の女性の方ですとか、40歳代、50歳代の女性の方でトラブルが多く見られますけれども、占いサイトが無料だということで登録してみたところ、やり取りに非常にお金がかかるというトラブルでございます。

今まで全体的なお話をいたしましたけれども、次のページからは、最近の目立つトラブルについて記載しております。

一つ目は、インターネットでのチケット転売でございます。特に2019年度に増えました。これは2パターンありますて、一つは、スライドの下にございますけれども、C to Cの場合です。SNSで知り合った人にアイドルのコンサートチケットを譲ってもらおうと思って、お金を振り込んだのだけれども、チケットが送られてこないというトラブルですとか、もう一つのパターンは、チケット転売サイトでのトラブルです。ラグビーのワールドカップが2019年に開催されましたけれども、その関連でございますが、公式サイトだと思ってチケットを申し込んだのだけれども、実は転売サイトだったというものです。ラグビーワー

ルドカップの関連の相談が非常に増えたので、2019年度は相談件数が増えていますけれども、2020年度に入ってからは、チケット転売のトラブルは減少しています。

次のスライドでございますが、情報商材でございます。副業や投資などで高額収入を得るためのノウハウなどと称して、インターネットで販売されている情報のことを情報商材と国民生活センターでは呼んでおりますけれども、最近、そのトラブルも非常に目立っています。

これは若い方だけではなくて、70歳以上でのトラブルも見られますが、簡単に高額収入が得られるというメールマガジンとか、SNSの広告とか、SNSの書き込みを見て申し込んだのだけれども、実際にはお金が得られなかつたというものです。20歳代の相談も見られます。

続きまして、情報商材以外のもうけ話としては、バイナリーオプション取引ですとか、暗号資産、仮想通貨のトラブル、ほかにもCO₂排出権のデリバティブ取引とか、FX絡みのネット上のもうけ話が今でも見られています。

続いて、インターネットオークションと次のページのフリマサービス関連ですけれども、これはフリマサービス関連の下の絵を見ていただければと思いますが、相談の内容としては、フリマを利用したところ、購入した商品が新品ではなかつたとか、買手からの相談だけではなくて、自分がフリマに出品したのだけれども、本物を出品したのに、相手から偽物だった、だから、お金は払わないと言われたとか、売手からの相談も寄せられています。

次のページをおめくりください。そのほか、最近、新しいサービスが出てきておりますけれども、それに伴うトラブルも見られるという例で、ライブ配信サービスでのトラブルについて記載しています。これは中学生の子がライブ配信で1回1万円の投げ銭を何度もしたという相談でした。

このスライドの下の緑のところですけれども、ここからはトラブルのきっかけが何かということをまとめております。

一つは、インターネット上の広告を見てというものです。最近、ネットの広告を見てというトラブルが非常に増えてきています。

続きまして、SNSですけれども、これも増えてきておりまして、SNSの広告を見てとか、SNSの書き込みを見てとか、SNSで知り合った人からというトラブルが見られます。

SNSで知り合った人からというトラブルを少し記載していますけれども、下の絵になりますが、左側は、SNSで知り合った人からもうけ話があると言われて、そこをきっかけに実際に会ったりして、トラブルに巻き込まれているケースです。

隣は国際ロマンス詐欺と言われるものですが、実際に会ったことのない人からお金を受け取ってほしいと言われて、そのお金を受け取るために送金が必要ということで、お金を支払ってしまうというトラブルです。

続いてのスライドです。迷惑メールの相談です。以前よりは減ってきてますけれども、まだ多く見られます。

内容としては、大手の事業者を語ったSMS、ショートメッセージサービスで、未納料金があると言われて請求されるケースとか、先ほども少しございましたけれども、お金をあげるというメールが届いて、その人とやり取りをして、お金を振り込まされそうになるというトラブルが見られます。

そのほか、最近ですと、昨日、国民生活センターから公表しましたけれども、宅配便業者を装ったSNSが届いて、偽の不在通知のメールが届くというトラブルも増えてきております。このように迷惑メールはいろいろな出口が変遷していると思います。

次のスライドです。ここではデジタルプラットフォームについて記載しています。フリマサービスの件ですけれども、こうしたもののように、C to Cだけでなく、B to Cでもトラブルが見られまして、プラットフォームの場合だと、消費者がトラブルに遭っても、運営事業者が介入してくれないところがございます。

最後、キャッシュレス決済ですけれども、これもいろいろありますと、今、クレジットカードで払うとか、キャリア決済とか、スマホ決済とか、ほかにもプリペイドカードが支払い手段で出てきたり、また、収納代行サービスとか、債権譲渡型の後払い決済サービスなど、いろいろな消費者の支払い手段が出てきていると思います。

最後のスライドでございます。消費者トラブルの防止・救済として、国民生活センターでいろいろと公表しております。

詐欺・模倣品サイトですけれども、記載しておりますように、例えば五つ目、支払い方法が銀行振込のみということで、サイト上はクレジットカード可となっているのに、実際にやり取りしていると、最後は銀行口座だけだというサイトもございまして、こうしたおかしな点に消費者が気づけるかというところがポイントだと思います。

また、ネット通販の場合、特商法の通信販売でございますので、クーリングオフはできないのですけれども、消費者はクーリングオフができると思っている方が多いようです。

あとは、情報をSNSに投稿してしまうケースですとか、安易にクリック、タップしてしまう、個人情報をフィッキングサイトなどに入力してしまうケースもございます。こうした場合は、焦らないということが必要だと思います。

御説明は以上です。ありがとうございました。

○坂倉座長 福井様、御説明ありがとうございました。

それでは、ただいまの御説明につきまして、委員の先生方、御質問がございましたら、お願いいいたします。ウェブで御参加の方も御質問がございましたら、お声をかけていただきくなり、あるいは合図をしていただくなり、お願いいいたします。いかがでしょうか。原委員、お願いいいたします。

○原委員 大変トラブルが多いです。1年間に25万件ぐらいネット関係のトラブルがありまして、それが数年続いているますけれども、これは最終的には解決するのか。やはり解決は難しくて、教育とか、啓発がとても重要だと思っていらっしゃるのかどうかというところをお聞きしたいと思います。

○福井氏（国民生活センター） ありがとうございます。

解決についてですけれども、トラブルによって違うと思います。詐欺・模倣品サイトなどは、相手が誰か分からぬものなので、なかなか難しいです。ネット通販でもお試しの定期購入などではない、普通の通信販売事業者とのトラブルだと、相手があることなので、お話を解決になることもあります。そういうことで、ばらばらだと思います。

あと、支払い方法がクレジットカードの場合には、クレジットカード会社がございますので、販売事業者、契約先の事業者とのトラブルが解決できない場合でも、クレジットカード会社に御協力いただいて、解決になることもありますけれども、難しいと思うのは、プリペイドカードでお金を支払ってしまっている場合には、そういう手段が取れないことがあります。

また、救済ができたり、できなかつたりというところの消費者啓発は必要だと思いますし、こうしたトラブルに遭わないためにも、消費者啓発はそもそも必要ではないかと思っております。

○原委員 ありがとうございます。

○坂倉座長 続いて、永沢委員、お願ひいたします。

○永沢委員 福井様、御説明ありがとうございました。

国民生活センターでは、こちらの資料のとおり、注意喚起の情報をたくさん出しておられます。原委員の質問とも関連するのですけれども、御相談とか、苦情を受ける中で、消費者啓発は必要だと思います。国民生活センターの中でもやっていただいているけれども、ほかにこのようなものがあったらというヒントなどがありましたら、お話しただけたらと思います。

○福井氏（国民生活センター） ありがとうございます。

昨日も偽SNSのトラブルと占いサイトのトラブルについて、注意喚起をいたしました。注意喚起するときに、一つはマスコミの方をお呼びして記者説明会をして、マスコミを通じた注意喚起をしていただくものと、あと、ホームページにも資料を掲載して、SNS、ツイッター、フェイスブック、LINEも使って広がるようにしています。

ほかにはこういうチラシをつくって、消費生活相談員の方が消費者教育を地域でするときに、そのチラシを使っていただくということをしています。

全体的な悩みとしては、それが隅々まで必要な人に届いているかというと、なかなか届いていないと思います。昨日、偽SNSを公表したときには、テレビ局に取り上げていただいて、それがツイッターで広まっているということが分かったのですけれども、もう一方の占いサイトは、あまり取り上げられておりませんので、難しいということはいつも感じています。

○永沢委員 ありがとうございます。

○坂倉座長 ほかの委員の方、御質問はいかがでしょうか。東委員、お願ひいたします。

○東委員 ありがとうございました。

音声が時々途切れているので、こちらの理解が十分でない部分もあるかもしれません。そこは御容赦いただきたいと思います。

1点、質問をしたいのですが、C to Cのトラブルに関する相談に対して、基本的にはどういったアプローチで対応されているかということを教えていただきたいと思います。よろしくお願ひいたします。

○福井氏（国民生活センター） ありがとうございます。

C to Cのトラブルですけれども、基本的に消費生活センターで扱う消費生活相談というのは、消費者と事業者とのトラブルということで、例えば近所の人が暴力を振るったみたいな個人間のトラブルについて、消費生活相談として消費生活センターが入ることは難しいです。C to Cの場合も基本的には消費者対消費者のものなので、難しいですけれども、実際、国民生活センターでトラブルに介入するときは、当事者同士でのトラブル解決が難しくて、プラットフォーム運営事業者に消費者が協力を求めたけれども、プラットフォーム事業者が力をしてくれない場合には、消費者と事業者のトラブルだろうということで、相談の処理をしているところでございます。

○東委員 ありがとうございました。

○福井氏（国民生活センター） ありがとうございます。

○坂倉座長 ありがとうございました。

中村委員、お願ひいたします。

○中村委員 中村です。

一つだけ質問させてください。貴重なデータの報告ありがとうございました。一般的に見ると、デジタル化というのは、いろんな側面で進んでいるし、これを利用する若い人がどんどん増えていっているわけですから、デジタルに関するお金のトラブルは増えていくのだろうということがイメージできるのですけれども、各論で見ていくと、興味深いのは、アダルト情報サイトが減っている、出会い系サイトも減っているということで、異性との出会いが、アダルトとか、そういったところに起因するものについては減っているという明らかな傾向があるよう思うのですが、これはどういう背景があって、こういうことになつているとお考えなのか。もしくはこういったものが減っているという背景いかんによつては、ほかのところでもこれを応用できないかとか、そんなことを思ったものですから、現状分かっている範囲での見解をお知らせいただければと思います。

○福井氏（国民生活センター） ありがとうございます。

アダルト情報サイトのトラブルが減っている理由というのは、よく分かっていないです。この頃、国民生活センターで注意喚起をしたので、もしかしたらその効果もあったかもしれないですけれども、一方で、これに反比例する形で、架空請求のトラブルが非常に増えたので、もしかしたら、悪質なことをする人たちが、アダルトサイトではなくて、そちらに移ったのかもしれないとも思いますし、よく分かっていないです。

一方で、件数は減っているのですけれども、例えば10歳代とか、20歳代だと、上位にまだアダルトサイトとか、出会い系サイトのトラブルが多く見られるので、件数は減っているのですが、その中でも目立つところはあると思っています。

もう一つあるかもしれないのは、アダルト情報サイトの支払いがコンビニでプリカを買うということだったので、非常に高額な場合は、コンビニで大丈夫ですかという声かけをしていましたので、もしかしたら、そういう水際作戦が功を奏していて、これだともうからないということで、撤退しているのかもしれません。

○坂倉座長 中村委員、お願いします。

○中村委員 ありがとうございます。

1点お聞きしたいのは、ひょっとすると、考え方とか、表現の問題もあると思っていて、今のお話だと、アダルト系は減ってはいるけれども、ほぼ同じようなことが架空請求のほうでカウントされている。アダルト的なメールをきっかけにした架空請求だと、どちらにもカウントできるとも思ったりして、今のは一例ですけれども、例えばそういう考え方の問題で、極端に数字が上がったり、下がったりという可能性があるのか、それともアダルトとか、出会い系というのは、明らかに減っているのではないかと言えるのか、その辺は感覚的なものでいいのですが、いかがでしょうか。

○福井氏（国民生活センター） ありがとうございます。

架空請求の件とアダルトサイトというのは、明確に完全に分かれていると思います。アダルトサイトの場合は、アダルトサイトを見ようとして、クリックして、ポップアップが出てというもので、架空請求ははがきが来て、料金未納というか、あなたが使用したかどうか分からぬ料金を請求するという部分では一緒だと思うのですけれども、手段的には分かれているので、ダブるということは、統計的にはないと思います。

○坂倉座長 中村委員、よろしいでしょうか。

○中村委員 はい。

○坂倉座長 ありがとうございます。

ほかにはよろしいでしょうか。

私から一つ質問をさせていただきたいのですが、資料の29シート目にデジタルプラットフォームの御説明があったのですが、デジタルプラットフォーム関係のトラブルのうち、いわゆるデジタルプラットフォーム業者に起因するようなトラブルは、どのくらいあるのでしょうか。件数的に把握が難しいのであれば、どんな事例が一番多いのか教えていただけますでしょうか。

○福井氏（国民生活センター） デジタルプラットフォーム運営事業者に起因するといいますか、一つあるのは、ここでも記載させていただいたように、当事者間のトラブルになかなか介入していただけないという部分、あとは、プラットフォームに出品している事業者なりの表示が足りない、連絡先が分からぬものがございます。そのボリュームがどれくらいというのは分からぬですけれども、参考になると思うのは、フリマサービス関連、

スライドの21に記載しているものだと、相談としては、ここで解決できない、プラットフォーム運営事業者に協力を求めても解決できないというところが、全部ではないですが、大体この件数に近い数字になってくるかと思います。

○坂倉座長 ありがとうございます。

ほかはよろしいでしょうか。

それでは、お時間の関係もございますので、議題2については、以上とさせていただきます。

福井様におかれましては、業務の関係で、こちらで御退席になります。福井様、御説明いただき、ありがとうございました。

○福井氏（国民生活センター） ありがとうございました。

○坂倉座長 それでは、次の議題に移ります。次は、議題「3 『GIGAスクール構想の実現』と新学習指導要領における情報共有について」でございます。

こちらは文部科学省の大塚様に御報告をいただきます。大塚様、よろしくお願ひいたします。

○大塚氏（文部科学省） 皆さん、おはようございます。文部科学省初等中等教育局情報教育・外国語教育課情報教育振興室の室長補佐をしております、大塚と申します。よろしくお願ひいたします。

座って失礼いたします。

「『GIGAスクール構想の実現』と新学習指導要領における情報教育について」ということで、お話をさせていただきます。

皆さんも御存じのとおり、今、GIGAスクール構想が進んでおりまして、具体的にどういうものかといいますと、Society5.0時代を生きる子供たちにふさわしい教育を実現するということで、ハード的にはこちらにあります1人1台の端末の整備を進めております。

こちらについては、後ほど出てきますが、今年度末までに全国の小学校、中学校に1人1台の端末が整備される予定です。こちらの金額につきましては、補正予算等におきまして、合計約4500億のお金を投じております。

スライドの下のほうになりますが、2ページになります。こちらを御覧いただきたいのですが、学校のICT環境整備の現状でございますが、これは令和2年3月ということで、今年の3月の状況です。GIGAスクール構想が本格的に動き出したのが、ちょうど3月からということで、今、この時期に学校の端末整備が進んでいるところでございます。

令和2年3月現在のデータにはなるのですが、学校の教育用コンピューター1人1台当たりの児童生徒数が4.9人に1台、普通教室の無線LAN整備率が48.9%、校内LAN整備率が91.4%、インターネット接続率ですが、30Mbps以上が96.6%、100Mbps以上が79.2%、普通教室の大型提示装置、いわゆる電子黒板とか、そういうものになるのですが、これは60.0%という状況になっております。

以下のグラフは、都道府県ごとの整備状況になってございます。整備状況の地域間格差が

顕著に出ております。

次のスライドにまいります。3ページになります。GIGAスクール構想を詳細に説明させていただきますと、GIGAスクール構想の目的については、先ほど説明させていただいたところですが、具体的にどういう国の支援が行われているのかということで、左側の児童生徒の端末整備支援、1人1台の端末の実現は2973億円。

下に行きますが、学校ネットワーク環境の全校整備が1367億円。いわゆる校内LAN、校内の中のネットワーク整備は、文部科学省の補助金で行っております。外の部分は、総務省さんに御支援いただいている状況になります。

その下になります、GIGAスクールサポーターの配置ということで、これはどういうものかというと、急速に1人1台の端末が学校を整備していくことになりますので、初期設定等が必要となりますので、GIGAスクールサポーターでそういう部分の支援をしたいということです。

学校単位での臨時休校等があった場合、端末を1人1台持つことで、個人の学びを保障することができるということで、教育委員会にはとにかく早く整備してほしい、調達から整備を進めてほしいということで、GIGAスクールサポーターが学校の整備についても支援をしたり、そういう部分を補助金105億円でサポートしているところでございます。

右側に行きますが、緊急時に家庭でオンラインで学習する際にも、例えばWi-Fiですとか、家庭にインターネット環境がある御家庭については、パソコンをお持ち帰りいただければ、それで使えるのですが、こういう環境がないところに関しては、教育委員会がモバイルルーターを貸し出したり、そういうことができるよう、物品を購入するための支援を文部科学省で行っているところでございます。

4ページになりますが、GIGAスクール構想の実現ロードマップということで、どういうふうに進めているのかということでございます。

ハードにつきましては、今、御説明させていただきましたが、2020年度、いわゆる今年度末までに小学校、中学校の1人1台のコンピューター整備を全て終える。

人材につきましては、先生方がこれを使って教えるということで、これらにつきましては、今、このような状況ですので、オンラインでICTを効果的に活用するための研修用動画の充実ですか、あるいは各教科でどう教えていくか。コンピューターを単に使うわけではなくて、各教科で指導を行うというのが教師の目的になりますので、その中で、ICTをツールとしてどう効果的に使っていくかという解説をした動画を公開したり、今、有識者会議で検討されていますデジタル教科書を今後どうしていくかといった、このようなものが、近未来に向けて動いているところでございます。

5ページを御覧ください。都道府県の端末の調達状況等を調査させていただいたものでございます。調査結果はグラフを見ていただければ分かるのですが、年明けから学校のほうの端末の整備が一気に上がってくるような、各教育委員会さんにおかれても、非常に時間がない中、臨時議会で予算を通したり、調達期間をなるべく早くしたり、そのような形

で、何とか3月までに整えるように進めているところでございます。

6ページになりますが、こちらは新学習指導要領になります。学習指導要領につきましては、平成28年に今の改訂が行われまして、小学校におきましては、この4月から新しい学習指導要領での学習がスタートしております。中学校は来年の4月から、高等学校につきましては、再来年の4月から段階的に行っていくことになります。

学習指導要領における情報教育のポイントについて説明させていただきます。共通のポイントということで「(総則)」となっておりますが、総則というのは、特定の教科でやるものではなくて、各教科横断的に情報活用能力を身につけていくことになります。

したがいまして、小学校では、情報教育を教える固有の教科、特定の教科みたいなものはないのですが、一方で、学習の基盤となる資質・能力というふうに、言語能力と同様に学習の基礎・基本と位置づけられまして、ここに情報活用能力が入っています。併せまして、情報モラル教育も含むという形で記載されております。

小中高等学校別にポイントを説明させていただきます。

小学校におきましては、総則の部分になりますが、各教科横断的にプログラミング教育を行っていくとか、プログラミングというのが、今回、特にポイントとして入っているところでございます。

中学校におきましては、各教科横断的にというのは小学校と同じになりますが、技術・家庭科のDの技術分野というところで、ここでプログラミングですとか、情報セキュリティに関する内容がさらに充実されているところでございます。

高等学校につきましては、必ず受ける必履修の教科で情報というものがございまして、新しい学習指導要領の改訂では、情報Ⅰと情報Ⅱが設置されました。情報Ⅰは全生徒が必履修ということで、2単位、35コマの授業が1単位ですので、約70時間学習することになります。内容は操作などの基礎・基本に加えて、科学的な理解、いわゆるプログラミング的な思考ですとか、あるいは社会に参画する態度、いわゆる情報モラル的なものなど、今、情報教育として身につけなければならないものを全て踏襲した形の内容になっております。

具体的に情報活用能力の育成とは何かという部分でございますが、Aは情報活用の実践力です。これは見ていただいたとおり、操作するとか、情報をうまく活用する能力の部分になります。

Bの情報の科学的な理解は、プログラミングとか、コンピューターでしたら、いわゆる計測制御とか、自己がある課題について解こうとしたときに、いかに最短なルート、手法で解いていくかということを考えさせるというのが、科学的な理解になります。

Cの情報社会に参画する態度は、いわゆる情報モラルと言われているもので、情報発信ですとか、あるいはセキュリティの話ですとか、こういった部分になります。

A、B、Cの三つの構成で、情報教育は成り立っているということでございます。

次に情報モラル教育の一層の充実に向けてということで、情報モラル教育につきまして

は、遡って説明させていただきますと、情報モラルというのが初めて学習指導要領に入ったのは今回ではなくて、2010年の前回において、学習指導要領の総則に盛り込まれました。

今回は情報活用能力の中にさらに情報モラルを位置づけて、言語教育と同様の扱いということで、記述も充実させましたので、学校での指導もさらに充実できるのではないかということになってまいります。

文部科学省としては、矢印の下のほうになりますが、これらを子供たちに確実に身につけさせていただきたいということで、一つは、教師用の指導資料を改訂したり、どうしても情報関係というのは、新たな課題がすぐ出てくるものですので、その都度、ニーズに応じてこの辺は改訂したり、あるいは動画教材、授業等で使える10分から15分の動画になりますが、スマホを使ったり、セキュリティーの話みたいなこと、ドラマ的に10分、15分ぐらいのものを児童生徒に見ていただいて、その後、話し合せたりして、最終的にどういう解決法があったのかとか、そんな授業展開に使えるような動画を作成・公開しております。

2番の児童生徒向けリーフレットの作成・配付ということで、小学校3年生、6年生に1人1部ずつ配付するなどしています。こちらは今後改訂しておこうと思っております。

情報モラル教育指導者セミナーの実施ということで、現職の教員がきちんと子供に情報モラルを身につけさせるような指導ができるように、全国4か所でセミナーを開催しております。今年度は1月末頃に開催したものですから、実際に集まって開催ができたのですけれども、次回は年明けぐらいになりますが、今、このような状況ですので、オンラインでの開催を考えております。

最後になりますが、引き続き情報モラルの関係で、情報モラル教育推進事業を我々の予算事業としてやっておりまして、先ほど説明させていただきました動画教材は右のほうになりますが、例えばスマートフォンやタブレットなどの利用マナー、電車の中で周りの人への影響を考えずにこのような使い方をしているとか、あるいは著作物の取扱いについての動画が既に幾つか公開されているところなのですが、これに併せた手引書ですとか、あるいはワークシート、授業で使える指導案、左側になりますが、現在、こういったものを公開している形になります。

駆け足になりましたが、文部科学省の情報教育に関する取組については、以上でございます。ありがとうございました。

○坂倉座長 大塚様、御説明ありがとうございました。

それでは、ただいまの御説明につきまして、御質問があれば、お願いいいたします。原委員、お願いいいたします。

○原委員 最新の情報をありがとうございました。

文部科学省が情報モラルとか、情報リテラシーに取り組んでこられて、10年ぐらいやっ

ておられるというのは、よく承知しております。ただ、内容としては、いじめとか、犯罪に巻き込まれるのに注意するとか、最近はゲーム依存の話が多いかと思うのですけれども、先ほど国民生活センターが相談事例を話されました、スマホを子供たちが手にすると、大人と同じように買物ですとか、チケットですとか、健康食品とか、ゲームの課金とか、でトラブルに巻き込まれてしまうことがあるわけなのですけれども、こういった辺りについての教育はどのように考えられて、こういった教材などに反映をされているのか。まだ不十分ということであれば、消費者庁と連携しての取組も進められるのではないかと思っておりますけれども、消費者としての子供について、どのような取組を進められているか、お聞きしたいと思います。お願いします。

○大塚氏（文部科学省） ありがとうございます。

今の御質問についてですが、情報教育は教育の目的がある中でやっています。おっしゃるように、スマホで買物が容易にできるような環境でもありますし、あるいは子供がトラブルに巻き込まれるようなサイトに平気でつないでいる可能性もありますので、そこは情報モラル教育の中にある程度入れているところではございます。

もう一つ、今、消費者教育の話が出たと思うのですけれども、学校でも消費者教育は教科横断的にやられていると思うのですが、我々としては、できれば情報教育と消費者教育を連携して、相互連携を図ってやっていくことが、子どもの理解がより深まるものと考えております。

○原委員 ありがとうございます。

○坂倉座長 ありがとうございます。

続いて、永沢委員、お願いいたします。

○永沢委員 ありがとうございます。

私も原委員と同じことをお聞きしたいと思っておりましたが、今、お答えいただきました。

もう一つ、かなり早期から情報教育、特にモラルの部分を入れて実施なさっているということに関して、私は子供が成人ですので知らなかったのですが、こういう取組をされていることについてよく分かりました。

平成28年に今の学習指導要領が完成して、それを基本にして進めていらっしゃると思うのですけれども、ここでもコロナで大きく世の中が変わることで、全体を見直そうとしています。情報教育も、ハードの面は、本日のお話ですと、大きな予算がついているということだったのですけれども、ソフトの面についてどうなっているのでしょうか。文部科学省様で追加で対応されている動きをお聞きしてもよろしいでしょうか。

○大塚氏（文部科学省） ありがとうございます。

学習指導要領につきましては、およそ10年に1度、改訂しており、その間、中央教育審議会でいろんな課題を積み上げるなどして、最終的に学習指導要領が改訂されています。学習指導要領自体はいわゆる大綱的に示していますので、あくまで大綱に基づいて、教育

課程編成を組むのは学校でございます。学校で細かい教育課程を組みます。その中で、先ほども最後のほうで説明させていただきましたが、予算事業でモラルに関するることは継続して予算を確保していますので、ここの中で教材の充実ですとか、あるいは教員の指導力の向上ですとか、児童生徒へのリーフレットの配付などをやってきております。

来年度要求は、情報モラル教育については、1人1台の端末が入りますので、情報モラル教育に関して児童生徒がロールプレイング的に学べるようなものみたいなものを作成しようということで、今、財務省に要求をしているところです。こういった形で、常に予算事業等で支援ができるような形で進めていこうと思っております。

○永沢委員 ありがとうございます。

そういう意味では、今の状況を踏まえた上で、消費者庁と協力をされて、新しい取り組みがあり得ると期待をしてよろしいということですね。

○大塚氏（文部科学省） はい。

○永沢委員 よろしくお願ひいたします。

○坂倉座長 ありがとうございます。

ほかにはいかがでしょうか。ウェブで御参加の俣倉委員、お願ひいたします。

○俣倉委員 オンラインで失礼いたします。少しゆっくりお話をさせていただきたいと思います。よろしくお願ひいたします。

御質問をさせていただければと思います。

資料の6ページに学習指導要領のポイントがありますが、中学校や高等学校においては、情報セキュリティーということで、情報モラルに関する内容は、学習指導要領に基づいて先生方が実際に授業の中で取り入れてやっていけると思いますが、小学校においては、今、小学校でもタブレットを持ってたり、オンラインゲームでウェブと密接に関わるような子供も多くなってきていると思うのですが、新学習指導要領ではどちらかというとプログラミングについて強化されているような印象を受けております。

8ページの資料には、小学校も含めた形で情報モラルに関する教材などもお示しいただいているところなのですけれども、8ページの教材については、小学校の新学習指導要領において、どのような学習の時間、教科等を想定して作成されたのかお伺いしたいと思います。

○大塚氏（文部科学省） ありがとうございます。

私の説明が悪かったかもしれません、小学校においても学習指導要領の総則に、情報活用能力（情報モラルを含む）等の学習の基盤となる資質・能力を育成するということが入っておりますし、基本的に各教科横断的に、情報活用能力に加えて、情報モラル教育も行われることになっております。

教育課程を編成するのは学校になりますので、文部科学省で何時間行っているとか、どの教科で行っているといった調査は、今、行っていないところです。ただ、それらが確実に実施されるように、今、先生に御指摘いただいた8ページの教材で、これらも様々な教

科を入れさせていただいておりまして、これをより充実させていただきたいということで、どの教科と言われますと、例えば道徳では誹謗中傷などを取り扱っていますし、家庭科などで、消費者との関係などをやったり、いろんな教科に及んでいる中で、各教科の指導の中で情報モラルを教えるにはどうすればいいかということを考えつつ、年々、動画を増やしていっている状況です。

先生の御質問に明確にお答えになっているかどうかは分からぬのですけれども、そのように答えさせていただきます。

○坂倉座長 俣倉委員、よろしいでしょうか。

○俣倉委員 ありがとうございました。

情報モラルについては、年々充実しているような印象を受けますが、ウェブでのオンラインゲームなどの普及により、低年齢化しているので、注意喚起について今後もやっていかなければならない点だと思いました。

以上です。

○坂倉座長 ありがとうございました。

ほかに御質問がある方はいらっしゃいますでしょうか。よろしいでしょうか。

それでは、お時間の関係もありますので、議題3につきましては、以上とさせていただきます。

大塚様、御説明いただきまして、ありがとうございました。

それでは、次の議題に進みます。議題「4 ICTリテラシー等に係る青少年向け啓発施策」につきまして、総務省の萩原様に御報告をいただきます。萩原様、よろしくお願ひいたします。

○萩原氏（総務省） 総務省消費者行政第一課の萩原と申します。

失礼させていただきます。

総務省では、ICTリテラシーに係る青少年向けの啓発をやっております。昨今、未就学児がYouTube動画を見るとか、先ほどもお話がありましたけれども、高齢者がオンラインでショッピングをするとか、こういった形で、国民が皆インターネットを使うという環境が当たり前になってきている中で、特に自分のスマートフォンを持ち始めるとか、いろんなことに興味を持ってやり始める世代である青少年に対しては、安心・安全に使っていただくために、いろんなことを知識として学んでいただくことが大切だということで、我々として取り組んでおります。

今回のお話の論点ではございませんけれども、青少年インターネット環境整備法という法律がございまして、内閣府が主管している法律でございます。我々も共管で入っているところでございますが、フィルタリングという形で、違法・有害なものを見せない、触れさせないという取組もやっているのですけれども、一方で、見る人は見ますので、そういうものについて、どういう形で実際に使っていけばいいのか、見ていけばいいのかということについて、我々も啓発をさせていただけるところでございます。

そのうちの一部として、ICTリテラシーがメインではございますけれども、我々としても、情報モラルにつきましても、少し触れさせていただいているところでございます。

資料5の1ページ目を御覧ください。我々としまして、今、啓発をやっているとお話をさせていただきましたが、その一つとして、インターネットトラブル事例集を作成させていただいております。ここは毎年更新させていただいているところです。

子育てや教育の現場で、保護者や教職員の方に活用いただくために、インターネットトラブルの予防法をまとめたインターネットトラブル事例集を、2009年から毎年、作成、公表をさせていただいております。

中身につきましては、参考資料4で別に御説明させていただければと思います。

1枚めくっていただきまして「はじめに」のところが作成の趣旨でございます。インターネットやスマートフォンは、安全に正しく使うことができれば、とても便利なものです。しかしながら、事件や、犯罪に巻き込まれるきっかけになったり、誹謗中傷やいじめの温床になったりするなどの事実が実際にございます。また、子どもたちが被害を受けるだけではなく、加害者になってしまうケースもあります。

これから社会で、子どもたちが被害者、加害者にならないためにも、インターネットとか、スマートフォンをはじめとするデジタルの機器、またはSNSなどのコミュニケーションツールを賢く活用する知識や知恵を持っていただく、ルールを守って使える健全な心を持っていただく、さらに安全に利用するための危機管理意識を持っていただくことを目的として、この資料を作成させていただいております。

この資料は、実際に児童生徒に読んでいただくところもあるのですけれども、我々としましては、家庭とか、学校で保護者、教職員がこれを使って子どもたちに指導することを前提に作成させていただいております。

その関係で下の段をご覧ください。御活用いただくためにということで書いておりますけれども、まず実際に起きたトラブル事例を上段で御紹介して、その後に考えてみようということで投げかけをして、A、B、Cでヒントを与えます。その結果、具体的にはどういうことに気をつけたほうがいいのかというところに解説をつけて、さらにワンポイントアドバイスという形の資料構成にさせていただいております。

基本的には御自身に読んでいただいても結構なのですけれども、教えやすくすることに意識を持った資料構成となっております。

続きまして、隣のページの目次でございますが、現在、1～20のトラブル事例と特集が四つ、最後にフィルタリングについて、御説明させていただいている資料になっております。

ここで、消費者教育についているものにつきましては、消費行動に関する教育部分につきまして、特に印をつけて御紹介させていただいているところでございます。本日は、それに限らず幅広に御紹介させていただくことができればと思っております。

具体的な中身につきまして、まず一つ目の事例です。スマホの過度な使用による生活や

体調への支障であり、一般的な消費者教育とはちょっとずれてしまうのですけれども、青少年の保護者からすると、一番興味、関心がある、心配事だというデータもございます。ですので、こういったところを御紹介させていただければと思っています。

皆さん、ご想像がつくと思うのですけれども、スマホの使い過ぎで寝不足になったとか、体調が壊すということはよくあると思います。これにつきましては、家庭内でルールをつくってみましょうとか、睡眠の大切さについて学んでいただきましょうとか、時間の使い方を見直してみましょうという基礎的なところのアドバイスをさせていただいております。

最終的には、自分をコントロールできずにスマホを手放せなくなると、日常生活に支障を来しますということで、健康面でもマイナスなので、親子で利用のルールを話し合い、保護者が利用状況を把握する。ペアレンタルコントロールという表現をさせていただいておりますが、こういったものが一番大事ということで説明させていただいております。

飛びまして、四つ目の事例です。悪ふざけなどの不適切な投稿について、御紹介させていただきます。こちらは以前、いわゆるバイトテロなどという言葉がはやりましたけれども、ここの事例でいきますと、線路に立ち入ってはしゃいで写真を撮影して、SNSに投稿するといったことです。この結果、学校が特定されて、名前がさらされる。警察に通報がいって、鉄道営業法違反等の罪で家裁に送致されたという事案がございました。

考えてみようのところですけれども、「やろう」という子がいたら、自分はそれに乗らずに止めましょうというお話です。さらには投稿されたものを見たら、友人のものであれば消すように御紹介するという話です。最後に、写真や動画以外の不適切な投稿は、拡散をすることはやめましょうということで、御紹介させていただいております。

解説のところにも書いておりますけれども、そういったものを見つけて、拡散させることを楽しみにしている人もいますので、デジタルタトゥーなどの言葉もありますけれども、一度出したものは、ほかの人がコピーして拡散することで消せないこともありますので、気をつけましょうというところで御紹介させていただいております。

五つ目の事例のフリマなど、ネットを介した直接取引によるトラブルでございます。先ほども国民生活センター様からトラブル事例を御紹介いただいておりますけれども、我々としてもこここのところについては大事なところで、事例集でも掲載させていただいております。同じですが、新品、未使用の服という形で購入したところ、状態が悪いとか、返品ができないことがありますので、例えばすけれども、納得がいく商品が届いたことを確認した上で、代金が支払われるエスクローサービスとか、そういったものを活用することで、こういったトラブルを回避するようにしましょうということです。

資料のフリマサービスの取引の流れのところを見ていただきますと、出品者が出品して、購入申込みをして、承認してというところで、代金は支払うのですけれども、一旦フリマのアプリがそのお金をすぐには渡さずに、代金を受け取りましたという通知をします。そして、商品の発送を確認して、届いただけでは駄目です。商品の中身をしっかりチェックした上で受け取り処理をして、最終的にそれがされましたということで、フリマの事業者

から代金が出品者に送られるようなことをやっているアプリ、サービスもございますので、そういうものを活用するようにしましょうという御紹介をさせていただきます。こちらも個別のサービスについてお話をされるわけではないので、そういうものもありますという御紹介になっております。

最後の※のところで、取引等で困ったことが起きたときには、消費者庁様の消費者ホットラインに相談することなども、御紹介させていただいております。

お隣の六つ目の事例です。SNS経由のチケット販売による詐欺被害です。こちらも先ほど御紹介ありましたけれども、チケットの不正転売が行われるといった場合に、チケットが届かないという問題もございます。入手されるときには正規ルートで買う、ないしはリセルサービスなどをを利用して売るなど、そういう形で対応しましょうということでございます。

解説のところで、身近な人に同じファンがいないようなつぶやきをSNS等で上げると、ターゲットにされやすいところも御紹介させていただいております。

九番目の事例です。他者の権利を侵害する投稿や視聴についてです。著作権法違反の話になります。人気の漫画とか、動画の撮影とか、コピーして、それをSNSでばらまくということをやると、著作権法違反になりますというところの御紹介でございます。

こちらにつきましては、ABJというマークがございますが、ストップ海賊版という事業者団体の取組を御紹介させていただいております。我々としても、ストップ海賊版の対応を普及啓発とか、そういうものに関わらせていただいているところでございます。

十二番目の事例です。ワンクリック詐欺やウイルスなどによる不当請求のところでございます。こちらも先ほどのと繰り返しになりますけれども、国民生活センター様からお話をありがとうございましたが、青少年についても、ウイルスに感染しましたとか、そういういろいろなアプローチの仕方でお金を請求してくることがございます。

そういうものに対しては、まずは友人を装うメールに注意しましょう、心当たりは不安の元ですけれども、発信元アドレスなどをチェックしましょうとか、発信元のなりすましもありますので、メールアドレスが本当に正しいものになっているのかを確認しましょうという話になっています。

最近の事情でお話ししますと、解説のところで書いておりますが、ランサムウェアです。ファイルを暗号化して、解除と引換に金銭を脅し取ろうとするような犯罪手口などもございますので、それをどう防ぐかというところもありますけれども、気をつけましょうという御紹介をさせていただいております。セキュリティーソフトの更新手続を忘れずにやりましょうというところが一つの解決策だと考えております。

ワンポイントアドバイスですが、用心と更新はウイルス予防の両輪だということで、我々としては御紹介させていただいております。

十三番目の事例です。不正アプリやウイルスによる個人情報流出でございます。これも先ほどありましたけれども、占いサイトのようなもので、いろいろな個人情報を登録して

しまったら、続々とそれに適したような形のメールがどんどん届くようになったという形でございます。

基本的にはPRとか、広告などが書かれているのは、広告事業者のサイトでございますので、そういういたものがあるか、ないかを一応チェックした上で利用するといったことをやりましょうということを御紹介させていただいております。

十四番目の事例です。Wi-Fiスポットです。これもよく言われることではありますけれども、Wi-Fiスポットの中で、悪意を持ってWi-Fiスポットを設置している方がいます。Wi-Fiを通じて他人の情報を盗むような、悪意を持った方がいますので、無料Wi-Fiだからといって、安易に使うのではなくて、そのWi-Fiスポットが一般的に自分の認識があるWi-Fiなのかどうかとか、公的なWi-Fiなのかとか、そういうものを確認した上で使いましょうということです。ここも御紹介させていただいております。

十五番目の事例です。こちらもお話は繰り返しになりますが、ゲーム上でのやり取りから生じたトラブルということで、ポイントを分けてあげるから、IDとパスワードを教えてということで教えてしまったら、ゲームの乗っ取りをされてしまったという話です。そういう甘い誘いはわなの可能性があります。

あと、ボイスチャットがありますが、プレー中に音声で仲間と会話できる機能でございますけれども、こういったものは周囲の会話が聞こえてしまうこともありますし、後ほど御紹介させていただきますけれども、口汚い言葉を使ってしまうことが逆にトラブルに発展してしまうこともありますので、気をつけましょうというお話をさせていただいております。

解説のところでは、オンラインゲームだと、高額課金のトラブルが一番分かりやすいですし、目につくトラブル、心配されるトラブルではありますけれども、それ以外にも、今、申し上げたように、仲間内での問題発生とか、いろいろなものがございますので、気をつけていきましょうという話でございます。

十八番目の事例です。我々としては、昨今、こここのところにつきましては、特に注意していくかなければならないと考えているところでございますが、自画撮り写真の交換に端を発した強迫被害ということで、これも最近、増加傾向にあると聞いております。こちらにつきましては、SNSを通じて知り合った相手に対して、自分の写真や個人情報を教えたところ、裸の写真を送れと脅されるような性被害が発生しているところでございます。

このところはBです。情報の組合せに注意ということで、自分としては、個人情報がばれないような形で、自分が特定されないような形で出しているつもりでも、情報の組合せをすれば、実際には個人が特定されてしまうことがありますし、もっと言うと、ディープフェイクです。高速道路でおおり運転をした方が、全く赤の他人だったのですけれども、誹謗中傷をされたという事例がございましたが、フェイクに使われるとか、そういう危険もありますので、基本的には個人情報をネットのばらまくことは避けましょうという話でございます。

十九番目の事例です。こちらも実際に大阪の女児の話で問題になった事案でございますけれども、ネットの中での相談相手となった方に会いに行った結果、そのまま帰ってこなくなってしまったという事案でございます。誘い出しという問題です。

ネット上にいる相手がどんな人間かというのは、実際のところは分からなかつたり、なりすましたったりもしますので、そういうところは気をつけていきましょうというところでございます。特に青少年は、成長過程でいろんな不安定な状態になることが多いと思います。なので、こういったところにストレスをネットにぶつけることが多いと思うのですけれども、一歩立ち止まって考えてみましょうという話でございます。

ワンポイントアドバイスのところでは、むしろ親に対するアドバイスで、ネットの向こう側に救いを求めるがる時期ですので、子どもの言葉に耳を傾けて、気持ちに寄り添い、相談できる関係を保つことが最善の予防策ですということで、当たり前かもしれません、こういった御案内をさせていただいております。

ここまでが今年の初めの3月につくった昨年度版としては、もともとここまでつくっていたのですけれども、今年の5月以降、SNS上での誹謗中傷に対して、社会的な問題意識といいますか、機運が高まってきております。そういうものを受けまして、我々としまして、9月1日にインターネット上の誹謗中傷への対応に関する政策パッケージを公表させていただきました。こここのところでも普及啓発は大事ですというお話をさせていただいておりまして、それを受け、SNS上での誹謗中傷の内容をインターネットトラブル事例集に追補する形で入れさせていただいたものが事例の20番でございます。

こちらにつきましては、一般的な有名人の悪口を匿名で投稿した結果、配信者が特定されて、高額な慰謝料請求に至ったという事案がございました。「考えてみよう」というところでは、いら立ちを覚えたり、例えば不倫をした、いろんな問題を起こした、事件を起こしたような人は悪い人で、自分は正義なのだということで、間違った正義感が高まってしまったりした結果、過激な投稿で個人攻撃をする人が増えているところで、こういった行為は注意していこうということで、書かせていただいております。

ここでの一つのポイントとしては、再投稿という言葉を使わせていただいておりますが、下に注釈を書いてございますけれども、他人の投稿に共感したり、気に入ったりした情報があった場合に、それをそのまま投稿して、他者に広める行為のことを指していく、リツイート、リグラム、リポストなどと称されるサービスのことでございますが、場合によつては誹謗中傷だと裁判等で判断されるケースもございますので、そういったところも注意しましょうと、自分の投稿だけではないということで御紹介させていただいております。

ここに書いてある内容としましては、誹謗中傷は、正当な批判の意見とは違いますというお話と、匿名性によって、つい攻撃性が増してしまったというケースがございますが、技術的に投稿の発信者は特定できますので、匿名だからといって、安易に攻撃的なメッセージを書かないようにしましょうというお話です。あとは、カッとなつても、ついその勢いで投稿してしまうことが往々にしてありますけれども、投稿しなければよかつたと後で

後悔しても、時間は戻せないので、書いた勢いで送信しない習慣を見つけましょうという御紹介をさせていただいております。

解説のところでも、目立つ存在だから仕方がないという主張は通用しないということで、いろいろと書かせていただいております。

誹謗中傷は、再投稿者でも広めることに加担したとみなされますので、投稿、再投稿をする前には、必ず自分が言われたらどう思うかを考えましょうということにしております。ここまでが20個のトラブル事例集でございます。

特集としまして、ネットで知り合う人とのやり取りについて、考えてみましょうというのが特集1です。

特集2では、消費者トラブルに巻き込まれないためにということで、成年年齢の引下げに当たっての注意事項とか、我々は総務省ですので、電気通信サービスの契約における注意点などを書かせていただいております。

特集3は、デマやフェイクニュースです。いろんなことが起きていて、よくトイレットペーパーが買い占められるとか、そういった情報があつたりもしますけれども、不確かな情報について気をつけましょうということです。特にSNSなどでは、最近、エコーチェンバーは、自分と似た考えの人ばかりが集まるようになってしまい、フィルターバブルは、自分の好み以外の情報が自動的にはじかれるようになってしまったという状態が言われております。必ずしも自分と同じような意見ばかりの人が世の中にいるわけではない、自分の知らない情報もいろいろあるのだということを認識した上で使いましょうという御紹介をさせていただいております。

最後、特集4です。先ほどの事例の20番目では、攻撃的な投稿をしないようにしましょうというお話でございましたけれども、こちらはどちらかというと、誹謗中傷を受けた方向けに、対処方法としては、ミュートやブロックで見えなくする、距離を取るというやり方がございますとか、人権侵害情報ですので、削除依頼をすれば、削除していただくこともできますという御紹介です。

最後は、公的な相談窓口について、御紹介させていただいております。

以上がインターネットトラブル事例集の作成の公表のところでございます。

資料5に戻っていただきまして、先ほど御紹介をした事例の20番と特集4が2ページ目でございます。9月17日に公表させていただきました。総務省のホームページに公表しただけではなく、教育委員会等を通じて、学校などの教育現場に周知をさせていただいている状況でございます。

資料の3ページ目です。追補版の周知につきましては、かなり力を入れさせていただいたところで、様々なチャネルを活用して周知をさせていただいております。

例えばですけれども、今回、総務省のホームページ内のページではございますが、これまでPDFを貼って御紹介するのが一般的なスタンダードなやり方だったのですけれども、これではスマートフォンだとダウンロードしないだろうところもございましたので、HTML

化して、スマートフォンでもそのままサイト内で中身が見られますという形でつくるとか、あとは、右下の図です。内閣府の政府広報室と連携させていただきまして、これはパソコン版なのですが、ヤフーのトップページにバナー広告などを掲載させていただいております。5000万回の表示回数があったということでございます。

あとは、関係省庁などと連携した周知公報でございます。我々は全国に総合通信局とか、総合通信事務所がございますので、そこを通じた周知とか、先ほど御紹介させていただきましたが、文部科学省様から全国の教育委員会を通じて、学校等に周知を進めていただきました。その他、以下に書かせていただいております関係団体、事業者のホームページとか、SNSにおいて、情報共有をさせていただくことで、幅広く国民に届くように周知啓発をしたところでございます。

SNSの誹謗中傷に関しては、さらに取組を進めておりまして、11月16日には、政府広報室からインターネット上の誹謗中傷に関する普及啓発動画を上げさせていただきました。政府インターネットテレビで掲載させていただいております。

暮らしに役立つ情報という政府広報オンラインのホームページの中の枠には、説明の記事とともに、先ほどの動画も掲載させていただいております。内容につきましては、先ほど申し上げたインターネットトラブル事例集の事例20と同じような内容になっております。

さらにトラブル事例集のほかにe-ネットキャラバンがございまして、こちらは全国の学校で生徒とか、保護者、教職員向けに出前講座を行っており、ICTリテラシーとか、情報モラルの実際の啓発を行っているところでございます。2019年度は、2,660件の講座を実施しております、約52万人が受講したというデータがございます。

今年は、コロナの関係があって、ここまで規模はできておりませんけれども、秋からリモート授業を実施する等、そういった形で普及啓発を止めない形でやっていこうという取組をされております。

実施主体は、FMMCと書いてありますが、一般財団法人マルチメディア振興センターで、我々と文部科学省が協力をさせていただいている状況でございます。

講師の方は、基本的にはボランティアの方で、多くは総合通信局の職員とか、地元の携帯電話事業者やキャリアショップの従業員とか、そういった方に御対応いただいている状況でございます。

対象年齢は、小学校3年生から高校生まで、あとは、保護者と教職員になります。

内容につきましては、ここに書かせていただいておりますとおり、ネット依存、ネットいじめ、不確かな情報、なりすまし・誘い出し、個人情報の漏えい、ネット詐欺と著作権や肖像権という形で書かせていただいております。

今回、誹謗中傷に関して、我々としても取組を強化しているところでございますが、②のネットいじめにつきましては、これまで誹謗中傷は入っていなかったのですけれども、今回から入ったところでございます。

最後、参考になりますけれども、最初に私が申し上げたとおり、今、未就学児から高齢

者まで、幅広くいろんな人がスマートフォン、インターネットを使う時代になってきております。そういったところがありますので、我々としても、青少年だけではなくて、高齢者とか、低年齢層の保護者向けに啓発教材を御参考でつくらせていただいているところでございます。

駆け足になりましたけれども、以上で総務省の発表を終わらせていただきます。

○坂倉座長 萩原様、御説明をありがとうございました。

それでは、ただいまの御説明につきまして、御質問がありましたら、お願いいいたします。
中村委員、お願いいいたします。

○中村委員 中村です。

大変充実した発表をありがとうございました。これまでのいろんな積み重ねがあって、こういう充実した取組になっているのかと思うのですけれども、一方で、こういった取組は、先ほど御説明があった文部科学省さんであるとか、消費者庁さんなどとは、どういった連携があって、その積み重ねがあって、こういう教材になっているのか、はたまたそういうことでもないのかといった辺りはどうなのでしょうか。

○萩原氏（総務省） ありがとうございます。

インターネットトラブル事例集につきましては、インターネットの利用に関する青少年保護の有識者会議である青少年タスクフォースというものがございまして、そういったもので有識者と御相談をさせていただくとか、あとは、これをつくるに当たっては、有識者の先生、現場の先生からいろいろとお話を伺って、どの事例がいいのだろうということで、つくらせていただいているものでございます。

こちらの中身につきまして、「我々としてはこういったものをつくりたいのですけれども、どう思われるか」というところにつきまして、関係省庁と確認をさせていただいて、内容について、少し訂正などをいただきながら、つくり上げているところでございます。

先ほどの繰り返しになりますけれども、消費者教育につきましては、消費者庁様に御紹介させていただいて、マークをつけさせていただいているところとか、インターネットトラブル事例集は、学校で使われないと意味がないところがありますので、文部科学省様には、学校へ周知をしてほしいという形で御協力いただいているところでございます。

○坂倉座長 中村委員、いかがですか。

○中村委員 ありがとうございました。

総論的には、可能なところで協力してやっているというお話だと思いました。

一方、成年年齢引下げに関しては、関係府省庁の連携を深めるということで、会議等も別個置かれているところで、なるべく何をしなければいけないということを私も具体的に申し上げられませんけれども、より連携を深めて、いろんな教材をつくっていければいいというのが、例えば現場の先生方からすると、何々省からこの教材が来て、今度は何々省からこの教材が来たけれども、どちらを使おうかとか、そういう悩みを持たせることは合理的ではないのかと思っています。

それぞれの省庁が魅力的な教材をつくっていくことも、それはそれでよいことでもありますので、いろいろ上手に連携をしていきながら、それぞれの強みを發揮して、子供たちにリテラシーなり、情報の教育を図っていくという、少しダイナミックな動きにつながっていくと、より良いのではないかという感想を持ちました。

以上です。

○坂倉座長 ありがとうございました。

今、お二方、手が挙がっていますけれども、先に手を挙げられた永沢委員、お願いいいたします。

○永沢委員 時間がないので、どうしようかと思ったのですが、私はこの教材がすばらしいと思ったので、発言させていただきます。私は初めて拝見したのですが、他の皆さまは、このような教材があることを御存じだったでしょうか。本日の出席者の中でこの教材を知っていた方がどれぐらいいたのだろうかと思いまして、素晴らしい教材だけに、知られていないことが大変残念に思いました。もっとこれは活用されるべき思います。

ところで、これは学校用と言われましたけれども、お話を聞いている途中で表紙を見直して、これは学校用なのかと思いました。大人用なのではないかと悩んだりしました。大人用でも十分といいますか、私たち大人が知りたいことが網羅されています。子供のいない世帯が増えております。子供が学校に通っている世帯は、いろんな新しい情報が入りますけれども、子供のいない世帯にこそ、こういった教育をどう持っていくのかというのが課題だと感じております。ぜひこの機会に検討をいただきたいと思います。

もう一点、関係団体と書いてあったのですけれども、関係団体の中に消費者団体が入っていないことを残念に思いました。確かに業界団体の名前はありましたけれども、その多くは私ども消費者団体とのつながりが現時点ではあまりない状況です。こうしたご努力が十分に消費者教育を担っている消費者団体に届いていないのではないかと思います。この機会に広く隅々まで届くようにと思っております。私ども団体でもすぐに紹介をさせていただきたいと思います。ありがとうございます。

○坂倉座長 続いて、原委員、お願いいいたします。

○原委員 本当に充実した資料をつくっておられることに驚きましたし、年間54万人の方々に講座というお話もあったので、現場の方は手にしておられるかと思いますけれども、一方で、私の記憶違いでなければ、1週間前、OECDの調査報告が出ていて、日本の情報リテラシー教育が非常に不足していて、27%か何かで、各国はみんな60%とか、そういう国も多かったのですけれども、非常に出遅れている印象がありました。こういう教材があれば、もっと充実した10年間ができたのではないかと思っていまして、伝えていくところで御苦労とか、困難を感じておられることがあつたら、お聞きしたいと思います。

○荻原氏（総務省） ありがとうございます。

我々として教材をつくらせていただいておりますし、学校教育外のところでいろいろと啓発活動をさせていただいているところではありますけれども、我々の手が届く範囲とい

うのは、52万人は多いのか、少ないのかというと、保護者や教職員も入れての数字ですので、全国に青少年は1000万人ぐらいいる中で、52万人ではまだ足りていないのだろうというところは感じていますし、52万人は、あくまでe-ネットキャラバンの参加者でございますけれども、それこそ省庁間連携も含めて、いろんなところで御紹介させていただく等によって、全体のリテラシーが高まるという形ができればと感じております。

○坂倉座長 ありがとうございます。

すみませんが、お時間も超過しておりますので、御質問はまだあると思いますが、本日のところはここまでにさせていただきたいと思います。

萩原様、御説明いただきまして、ありがとうございました。

○萩原氏（総務省） ありがとうございました。

○坂倉座長 今日は12時終了の予定ですが、私の進め方も悪くて申し訳ございません。15分ぐらい超過すると思いますが、どうか御了解いただきたいと思います。

それでは、ここまで三つの御発表をお聞きになったと思いますので、本日は、この分科会の初回でもございますので、各委員の皆様方から、今回のテーマでありますデジタル化に対応した消費者教育の推進について、お一人3分程度で御意見を頂戴できればと思いますので、よろしくお願ひいたします。

それでは、あいうえお順で進めさせていただきますので、まず最初に東委員、お願いでりますでしょうか。

○東委員 ありがとうございます。

そうしましたら、私のほうから3点ほど申し上げたいと思います。

1点目は、消費者教育のデジタル化について考えていく上で、消費者の権利とか、責任などをより意識化していくというか、そういう方向性が大事ではないのかという気がいたしました。

特に2点目にも関わるのですけれども、この中でも消費者の責任の辺りが。恐らく社会的な情報のやり取りを、消費者としてどういうスタンスで行っていくのかといったときに、責任のところにもうちょっと焦点を当てていくべきではないのか。要するにトラブルに遭う遭わないはもちろんのですが、それプラス消費者の責任のところをもう少ししっかり見ていく必要があると思いました。消費者市民社会とか、SDGsの部分にも関わってくると思いました。

3点目ですけれども、実際に消費者教育ということに絞って考えていく場合に、内容と対象、担い手、あるいは連携の仕組みといろいろ考えていく部分があると思いました。

内容につきましては、既にいろんなところでデジタル化の取組がありますので、既存の内容をきちんと把握することと、消費者教育は、消費生活、消費行動だけにかかわらず、どこまでを範疇として検討していくのかということです。

対象につきましては、今回若年者というか、基本的に若い方を対象にしがちですけれども、一方で、高齢者層とか、情報を十分に得られないような立場にある方が非常に重要で

あるように思います。冒頭、座長から「いろんなあらゆる世代」というお話があったと思いますが、対象者によって、デジタルに関する知識は多様ですので、その辺を踏まえて考えていく必要があります。

もう一つ、担い手もかなり多様だろうと思います。私も自分の年齢もありますが、こういうことについての消費者教育をしていく立場になるとを考えると、難しさがあるわけです。そういう中で、担い手育成の部分で、専門家の力をどういうふうにそこに導入していくかという辺り、この辺も十分に検討していく必要があると思いました。

また、連携です。最後の御質問にもありましたけれども、様々な機関があって、デジタル化の教育を実践している中で、消費者教育という意味で、ほかのところの力を十分に活用する形で、私たちは分科会として何を提言できるのか、という辺りを整理できるといいと思いました。

以上でございます。

○坂倉座長 東委員、ありがとうございます。

権利と責任、あるいは消費者教育の範囲や担い手、連携というキーワードをいただきました。

続きまして、永沢委員、お願いできますでしょうか。

○永沢委員 私は4点、お話を短めにさせていただきたいと思います。お話を聞いた順に、メモをしたことに基づいてお話しますので、重大性の高いものが必ずしも最初というわけではありません。

初めに国民生活センター様のお話を伺いまして、個別注意喚起は本当に必要だと思います。これはこれでこれからも力を入れていただきなければいけないのですが、教育という観点から考えたときには、情報を知ることも大事なのですが、どう考えるかとか、どういう視点で考えるべきなのかという部分ももっと取り入れていかなくてはいけないと思いました。

次に、文部科学省様のお話を聞きながら、学校教育は急速に充実しているということが分かりましたが、先ほども申しましたけれども、学校外をどうするのかというところが課題であろうかと思っております。特に現在の市場参加者は、子供たちも入ってきておりますけれども、多くは30代、40代、50代、60代、70代、高齢者も入ってきていますが、その辺だと思いますので、ここへの教育の提供をどのようにして行っていくのかという工夫が必要であると思いました。

3番目は、内容でございます。仕組みやリスクをどのように教えていくのか、どの段階で、どれぐらいまで分かるのかというところも含め、この問題は仕組みやリスクを認識することが大事だと思っております。若年者に限らず、私たちのような社会的経験のある者と括られる大人も未経験な分野でございます。年を取っているからといって、経験がなく、リスクを知っているわけではないので、この辺のところが非常に難しい問題だと感じました。

最後になりますけれども、省庁連携がすごく重要であると思います。業界団体も今までのように省庁単位の枠でつながっておられると、せっかくそれぞれが一生懸命頑張って取り組みを進められていても、有効に活用されにくいと思われます。一方で、住み分けも必要だと思います。ここは文部科学省の領域だろうと思うものもありました。例えばいじめとか、そういうところは文部科学省の領域でしょうし、消費者庁でもいじめを取り上げられたいでしようけも、そこまでやっていたらボリュームがということもあります。スマホが取引の場になりつつあります。情報収集とか、メッセージをやり取りをするだけの場ではなくなりつつあり、実際にスマホを通じて簡単に買物ができてしまう時代になってきていますので、そういう意味で消費者の取引の場となりつつあるという状況も意識しながら、この分科会でもそのあたりのところを意識しつつ、消費者庁以外ではカバーがしづらいところを中心に取り組みを進めていくことができたらと思いながら、お話を伺いました。

雑駁ですけれども、以上でございます。ありがとうございます。

○坂倉座長 ありがとうございました。

学校外の人の課題と、省庁連携ですね。確かに省庁連携は全く同感です。各省庁さんはすばらしい取組を皆様されていらっしゃるのですが、中村委員もおっしゃっていましたけれども、もっと連携をしていくと、さらに充実すると思いました。

続いて、中村委員、お願ひいたします。

○中村委員 中村です。よろしくお願ひいたします。

今日もいろいろなお話を聞いて、勉強させていただきました。消費者教育は一体何ができるか、ちょっと面白い視点で何か新しい考えが持てないのかと思いながら、いろいろと聞いていたところです。

最近、政府や企業も含めてデジタル化、もしくはキャッシュレス、こういったものについては、物すごく大きな力でアクセルが踏まれているというか、非常に大きくデジタル化が我々の身の回りで進行していることがあると思います。

一方で、それに伴う問題も出てくるのは、今日の発表でも分かったところですので、問題点を適切に指摘して、アクセルに対して、ブレーキを踏むというよりも、より上手にアクセルを踏むための適切なギアみたいな意味合いを込めて、そういう問題点が起こらないようなことを考えていかなければいけないと思いました。

それともう一つは、一方で、デジタル化の流れは、もちろんこれからどんどん促進されていくことはやむを得ないと思うのですが、あらゆる消費者問題、消費者被害がデジタル化に以降していた中でも、形を変えて出てくるということが言えると思います。

そういう中でも、例えばお金が今まで現金で動いていたものがキャッシュレス、デジタルで動いていくわけなので、そこを上手に規制すれば、ひょっとしたら、消費者被害を今までとは違う形で防げるようになるかもしれないとか、そういった新たな可能性も出るのではないかと思いました。

例えば現金で動いたらどうしようもないけれども、振込んだら、今、銀行とか、コン

ビニさんで大丈夫ですかと言って止めれば、止められることがあるとか、カード決済だったら、クレジットカードが会社に割賦法などである程度責任を取ってもらうことで、被害金が戻ってくるとか、デジタル化ならではの新しい規制が消費者被害の予防ないし救済に役立つという側面もあるという意味では、こちらもいろいろ検討できるのではないかと思います。

そういう意味では、教育も大切ですけれども、規制をしていくことが消費者被害の予防、救済をしていく意味では、教育と規制は両輪の輪になると思っているのですが、そこでもう少し教育と規制を分断するのではなくて、うまく連携できないかと思いました。

例えば消費者教育、もしくは普通の教育でも、アクティブラーニングをしようと、生徒からも意見を吸い上げて、教師が一方的に教えるだけではなくて、生徒の意見を聞こうということが言われていると思います。そうすると、消費者教育の授業の中で、聞き手である生徒であるとか、高齢者かもしれません、そういった人たちから、今、こういうところが困っているのだとか、こういった点が消費者被害に遭う傾向にあるという情報を適切に吸い上げる役割を消費者教育が果たすとすると、これは教育と規制の両輪をつなぐ軸に消費者教育がなり得る可能性があるのではないか。

消費者教育が消費者被害を防ぐところの主役なり、ステークホルダー、中心人物になっていく可能性すらあるのではないかと、かなり大きな夢のような話をしつつ、しかし、そういった視点があっても面白いのではないか、有意義なのではないかと思って、発言させていただきました。

以上です。

○坂倉座長 ありがとうございます。

デジタル化によって、消費者被害が形を変えて出てくるとか、規制と教育の連携という鋭い視点で、新しいポイントで御意見をいただきました。

続いて、原委員、お願いいいたします。

○原委員 2点です。

一つは、先ほども話しましたが、OECDの調査です。その発表では、日本のデジタル教育が遅れているということでした。私としては、今日は総務省、文部科学省の取組を聞きましたけれども、消費者庁が司令塔になって、消費者教育の中で、こういったネット環境をどういうふうに考えていくのかということの整理をしていただきたいと思います。デジタル教育をやっていることの見える化を図って、司令塔として整理をしていくというか、そういうことを果たしていただきたいと思います。今、本を書く作業をしていて、消費者問題の全般なのですけれども、全てネットが絡んでくるのです。消費生活に大きな意味を占めていると思いますので、お願いしたいと思います。

2点目なのですが、これは全体的な話なのですけれども、最終的に報告書をまとめますが、消費者庁に限らず、報告書は非常にきれいなまとめ方がされます。しかし、この問題に関しては、主語を明確にして、今回の場合は、ルートと担い手ということが大きいポイ

ントになるので、主語とルートと担い手を明確にしてもらいたいと思います。

内容については、今、本当に変化していますので、そういうものができれば、そこに幾らでも内容は載せていくことができるのではないかと思っております。最後の取りまとめはそういう形でお願いしたいと思います。

以上です。

○坂倉座長 ありがとうございます。

消費者庁が司令塔になって、デジタル教育の見える化を進めるということと、主語とルート、担い手を明確化することは、おっしゃるとおりだと思います。貴重な御意見をありがとうございました。

続いて、ウェブで御参加の保倉委員、お願いいいたします。

○保倉委員 よろしくお願いいいたします。

私からは、教員という学校現場での立場から感じたところをお話しさせていただきたいと思います。

今回、国民生活センターから提供していただきました、様々なデジタル化に伴う消費者トラブルに関する統計データというのは、今後、学校現場でも生かしていくかなければならないと強く感じました。学校現場のニーズに沿った内容についてアンテナを張って情報を提供していく必要があると思いました。

デジタル化に関する消費者教育の教材開発については、現在、徳島県でなされているということで、期待しているところです。今後、文部科学省や総務省との連携により発信等をうまくやっていくには、省をまたぐので難しいところもあると思うが、ここをしっかりとやっていくことで、それぞれの成果が総合的に効果を發揮するのではないかと思います。

私は新潟県で教員の身で今年度から消費者行政を担当させていただいており、高校生の消費生活出前講座などもやっていますが、最近、現場の学校の先生方から多く聞かれるのは、「ゲームに関する消費者トラブルについて取り上げてもらいたい」という要望です。こういうものを話題にするほうが、生徒はより身近なものとして、捉えられるのではないかということです。また実際に、ゲームに関する消費者トラブルがオンライン化、生配信といったところから、発生しているので、今後ゲームをきっかけとした消費者トラブルについても更に検討していく必要があると思いました。

また、最近は、VISAのプリペイド式のバーチャルカードがネット広告で出ており、審査なし、中高生もオーケーで、2万円から5万円程度ですがインターネットで申し込んでオンラインゲームの課金に使えるようになっており、これも非常に怖いと思っております。

その他、ゲーム内のアイテムの取引で、事業として「RMT」とネットで表記されていますが、オンラインゲーム内のお金やアイテムを実際のお金に換金することができるというサービスも出てきております。また、ゲームのアイテムについては、メルカリでやり取りが実際に行われている実態もあるので、このようなデジタル化に伴う新しい消費者トラブル

についても、若者のネット事情については大人が見えにくい点ではありますが、常に監視をしながら、検討していく必要性を感じております。

以上です。

○坂倉座長 侯倉委員、ありがとうございました。

現場のニーズの把握、各省庁の連携、新しい内容について監視を継続していくというポイントをお話しいただきました。

最後に、私も一つだけ意見を言わせていただきたいのですが、デジタル化の対応に向けての消費者教育というのは、確かに新しい消費者被害を生むこともありますし、新たな脆弱な消費者を生むこともあるのですが、一方で、デジタル化は、我々の生活をより豊かにする面もあるわけなので、必要な部分でもあると思います。

そういう意味も含めて考えると、デジタル化の対応に関する消費者教育というのは、かなり幅の広い意味になってきて、被害に遭わない、あるいは被害を予防することだけではなく、情報教育とか、あるいはモラル教育、加害者にならないという意味でのモラル教育という意味もあって、消費者教育という言葉の範囲がデジタル化の場合は広くなってくる気がしますし、また、それをトータルで考えていかないといけないのではないかと思いました。

以上でございます。

委員の皆様方から、貴重なポイント、御意見をありがとうございました。ただいま頂戴した御意見は、今後の分科会の運営の参考にさせていただきたいと思います。

それでは、最後の議題「5 分科会の今後の進め方」について、事務局より御説明をお願いいたします。

○事務局 配付資料という形で、資料を紙でお配りしております資料6を御覧ください。「社会のデジタル化に対応した消費者教育に関する分科会の今後の進め方」という資料でございます。

今後の分科会の進め方につきまして、事務局として考えているものを御紹介させていただいております。

本日は1回目ということで、11月27日にヒアリングをさせていただきましたけれども、次回は12月21日を予定しておりますが、引き続き情報通信事業者の方とか、PTA関係の方とか、そういうところの有識者の方にお話を聞ければと思って、今、準備をしているところでございます。

その後、月1回ほどのペースで分科会を開催させていただきまして、できれば年度内を目指して分科会としての取りまとめにつなげられればと考えているところでございます。

事務局からは以上でございます。

○坂倉座長 ありがとうございました。

以上で議題は終了となります。

私の進行が悪く、予定の時間よりも延びてしまって、大変申し訳ございませんでした。

以上をもって、司会を事務局にお返ししたいと思います。

○事務局 坂倉座長、ありがとうございました。

先ほどの資料6のところで御説明いたしましたけれども、次回は12月21日を予定しております。通信事業者関係の方とか、PTA関係の方からヒアリングをさせていただくことを考えておりますけれども、委員の方から、こういった点についてお話を聞きたい、御説明いただきたい、というところがございましたら、そういった御要望につきましては、ヒアリングをしていただく方にお伝えをさせていただきたいと思っております。できれば12月3日までにこういったことをお聞きしたいということにつきまして、事務局までお寄せいただければ、ヒアリングでお話をいただく方にお伝えをさせていただきたいと思っております。

次回につきましては、先ほども申し上げましたが、12月21日14時ということで、今、予定をしているところでございますので、どうぞよろしくお願ひいたします。

以上で本日の議題を終了させていただければと思っております。本日は、時間を超過して申し訳ございませんでしたけれども、誠にありがとうございました。

次回もよろしくお願ひいたします。

○坂倉座長 ありがとうございました。ウェブ参加の皆様、ありがとうございました。