

第42回

消費者教育推進会議

議 事 録

消費者庁消費者教育推進課

第 42 回消費者教育推進会議 議事次第

- 1 日 時 令和 7 年 9 月 16 日（火）16：00～18：00
- 2 場 所 中央合同庁舎第 4 号館 共用第 4 特別会議室
- 3 議 題
第 6 期消費者教育推進会議の取りまとめ（案）について
- 4 出席者（敬称略、50 音順）
委員：朝比奈 玲子、江花 史郎、遠藤 友美子、大槻 督昭、大藪 千穂、
柿野 成美、角山 信司、城戸 淳男、倉本 勝也、坂本 有芳、佐藤 雄一郎、
末吉 里花、高橋 みゆき、高比良 直子、楯 美和子、中野 吉朗、並木 茂男、
長谷川 元洋、原田 由里、宮木 由貴子
- 5 配布資料
資料 1 第 6 期消費者教育推進会議の取りまとめ（案）（概要）
資料 2 第 6 期消費者教育推進会議の取りまとめ（案）

参考資料 1 第 41 回消費者教育推進会議での主な議論

○大藪会長 ただいまより、第42回「消費者教育推進会議」を開催させていただきます。

委員の皆様におかれましては、御多用のところ、今日も御参集いただきましてありがとうございます。

本日は、江花委員、大槻委員、柿野委員、角山委員、坂本委員、佐藤委員、末吉委員がオンラインで御参加となっております。

朝比奈委員は遅れてオンラインで御参加との連絡をいただいておりますので、お知らせをさせていただきます。

それでは、本日、伊東大臣に御出席いただいておりますので、御挨拶をいただきたいと思います。

伊東大臣、どうぞよろしくお願いいたします。

○伊東大臣 皆さん、こんにちは。御苦労さまでございます。

消費者及び食品安全担当大臣の伊東良孝でございます。

このほかにも、万博であったり、沖縄・北方対策担当など、たくさん特命をいただいているところであります。消費者教育推進会議に当たりましては、私から日頃の皆様に対するお礼を述べたいということで参上したところであります。

今日も公務がいっぱい詰まっておりますので、中座することをお許しいただきたいと思います。

さて、消費者教育は、消費者市民社会の実現に欠かせないものであり、学校・地域・企業など様々な場において、誰一人取り残さないように推進を図っていくことが極めて重要であります。

今期の推進会議におきましては、デジタル化に対応した消費者教育の推進、また、地域における体系的な消費者教育推進のための更なる体制整備などの課題について、皆様には非常に闊達な御議論をいただき、今後の推進方策の方向性をお示しいただきました。

また、消費者市民としての行動の実践につながる取組の充実など、次期以降、この会議で取り組むべき課題につきましても、様々な御示唆をいただいたところでございます。

委員の皆様には、消費者の多様化やデジタル化の進展など、消費者を取り巻く環境が変化する中で、今求められる消費者教育につきまして、幅広い観点から真摯な御意見を頂戴し、改めて感謝を申し上げる次第でございます。

本日で一区切りとなるわけですが、委員の皆様には、今後とも皆様の知見や、御協力を賜りますよう、お願いを申し上げます。

最後になりますが、皆様の更なる御活躍を心から御祈念申し上げ、私からの御挨拶とさせていただきます。

今日は、どうぞよろしくお願いいたします。ありがとうございます。

○大藪会長 伊東大臣、どうもありがとうございました。

伊東大臣は公務のため、ここで御退席されます。

報道の方のカメラ撮りは、ここまでといたします。

どうもありがとうございました。

○伊東大臣 どうもありがとうございます。

(伊東大臣 退室)

○大藪会長 ありがとうございました。

それでは、続きまして7月に消費者教育担当として就任されました、尾原審議官に御挨拶をお願いしたいと思います。よろしくお願いします。

○尾原審議官 消費者教育担当として着任いたしました、審議官の尾原でございます。先生方、御指導のほど、よろしくお願いいたします。

○大藪会長 ありがとうございました。

それでは、本日の議事に入らせていただきたいと思います。議事次第を御覧ください。

本日の議題は「第6期消費者教育推進会議の取りまとめ（案）について」をテーマとして、消費者庁から第6期推進会議の取りまとめ（案）の説明の後、意見交換をさせていただきたいと思います。

それでは、まずは事務局のほうから、25分程度で説明をお願いいたします。

○黒田課長 皆さん、本日もよろしくお願いします。消費者教育推進課長の黒田でございます。皆様お手元の資料をご覧ください。

資料1が今回の取りまとめ（案）の概要です。

資料2が、取りまとめの本体、本文そのものです。

本日は、資料2、取りまとめ（案）の本体、私からは、これに基づきまして内容を御説明したいと思います。どうぞよろしくお願いいたします。

お手元の資料の資料2と右肩に書かれているものの表紙と目次をおめくりいただいて、3枚目が1ページ目になっていますので、ここから御説明をさせていただきます。3枚目の1ページ目を御覧いただければと思います。

まず、冒頭ですけれども、第6期の消費者教育推進会議においては、第5期推進会議の取りまとめに盛り込まれました（1）デジタル化、（2）地域における体系的な消費者教育の推進、（3）消費者市民社会の構築、その後（4）消費者力の育成強化、この4つの論点を中心に御議論いただけてきましたということが書かれています。

中段からですけれども、1ポツから第1章「第6期推進会議における議論」ということで、これまでの議論の振り返りをさせていただきます。

まず（1）、1つ目の論点「デジタル化に対応した消費者教育の推進」ということで、様々な項目について御議論いただきました。

1つ目は、括弧書きでありますところの消費者の「ICT活用リテラシー、デジタルスキルの育成」という項目について御議論いただいたところです。

ここに書かれていますとおり、下から5行目からですけれども、デジタル化に伴う様々な消費者トラブルを未然に防止する観点から、関係省庁が連携し、消費者のICT活用リテラシーやデジタルスキルを向上させていくことは重要だということです。

加えて、SNS等の普及に伴い、消費者が偽情報、誤情報の発信者となる可能性もあるということもありますので、消費者力の底上げが重要だということで、2ページ目でございますけれども、そういう御議論をいただいたということです。

消費者力については、第5期にワーキングで議論いただきましたが、2ページ目の上、気づく、断る、相談する力に加えて、今回、選ぶ力や見極める力を育成することが重要という御指摘もありました。

また、平時はもとよりですけれども、特に災害時において、様々な偽情報、誤情報を見抜くための判断力の育成、これが、あらゆる世代の消費者にとって必要だという御指摘があったと思います。

次の項目の「AIを活用したデジタル教材の開発の可能性」です。

2行目辺りからですけれども、この教材作成に当たって、アプリとして提供して、それにAIの機能を加えることによって、多様な消費者のニーズに合わせた教材を作成・提供する仕組み化ができるようになると思いますという御示唆をいただいたということです。

次の段落「また」のところからですけれども、AIが進化してくるわけですが、AIばかりに頼るのではなくて、多様な意見を取り入れることにより、何が真実か、何が正しいかということをしかりと判断していくための教育が重要だという御指摘。

また、その後段ですけれども、担い手の方々も、消費者に対して信頼性の高い情報へのアクセスの仕方ですとか、批判的な見方等を伝える役割、こういったことを担っていただくことが求められるということでもあります。

次の段落「加えて」のところからですけれども、学校現場で活用される教材開発のために、引き続き、やはり先生方が使いやすいように指導案を作成することですとか、事業の展開に即時に活用できる資料、例えばワークシートとかスライド、こういったものを共に提供していただくことが望ましいという御意見をいただきました。

続いて、3ページ目です。

一番上の項目「キャッシュレス決済、CEコマースに関する啓発」についても御議論いただきました。

まず、昨今のキャッシュレス化の進展を踏まえて、メリットやデメリットについて学べるようにすることは重要だというご指摘がありました。

その上で、家庭やPTAにおいて、お金に関する消費者教育の情報発信とか共有をしていくことも求められているのだという話がありました。

また、CEコマースについてですけれども、国内で取引する外国人も含めて、その取引方法ですとか、購入時の注意点等々について、利用前に知る機会、こういったものが必要であるということでもあります。

次の項目は「消費者の発達段階や特性に応じた消費者教育」ということでありまして、デジタル化が急速に進展している中で、消費者は大量な情報にさらされているわけですが、そういった情報に対する批判的思考力ですとか、適切に情報を収集・発信する力

等を身につける重要性が著しく高まっているという御指摘です。

その上で、担い手の方々に対しても、最新のトラブル事例は次々に変わってきますので、そういったことを提供していくこと、そして、消費者が身につけることが期待される内容についても、分かりやすくシンプルに教えられるような教材、そういったものを担い手の方に届けることで支援できるのではないかという御意見があったということでもあります。

次の段落ですけれども「ICT技術の進化により」というところで、キャッシュレス決済ですとか、暗号資産といった金融サービスの利用、普及が進む中で、少し飛びますが、小中高といった発達段階に応じて学ぶべき事項を整理することが求められているということでもあります。

このページの一番下のほうですけれども、「誰一人取り残されないデジタル化のために」ということで、次のページへ行っていただいて、4ページ目の上のほうですが、消費者に対する情報提供の方法をブラッシュアップしていくことなどが求められているということでもありますのと、教える側の講師の方々の育成、スキルアップ、担い手の確保、教材のアップデートが課題だという御指摘がございました。

4ページ目（2）です。2つ目の論点ということで「様々な場における消費者教育推進のための更なる体制整備」というところでもあります。

学校、地域、家庭、職域など、様々な場での消費者教育について御議論いただいたところでございます。

1つ目が「学校における消費者教育の推進」というところでもあります。消費者トラブルを防止することを学校教育で教えることも大事ですし、その前提となる自立した消費者として必要な資質・能力の育成に資する内容となるように、そうした消費者教育をしていくのが重要だということでありました。

また、時間的な余裕のない教員の方々の負担を軽減するために、教材の作成に当たって、例えば、加工可能なデータで作成された教材の提供をするとか、生成AIを活用した教材の作成・提供などの観点も重要だという御指摘でした。

また、学校の先生方にカリキュラム・マネジメントを実施して、複数教科に横断する内容の調整とか、教員同士の連携、5ページ目ですけれども、それを図りながら授業が行われることが効果的であるということをお伝えしていくのが重要ではないかということでした。

また、文部科学省さんが、教育フェスタですとか教育アドバイザーの派遣など、様々な政策を実施していただいていますので、引き続き連携しながら活用していくことが重要という御指摘もありました。

更に、次の段落です。5ページ目の上のほうですけれども、やはり学校教育においては、消費者教育コーディネーターも非常に重要だと。ただ、そのコーディネーターの存在を教員の先生方、そして、教育委員会の方も知らないの、なかなか十分に活用されていない、もったいないという話がありましたので、引き続き、自治体の教育関連部門などが中心と

なりつつ、今まで以上に学校に周知していくことが重要だという御指摘でした。

さらに、5 ページ目の中ほど、「地域における消費者教育の推進」という項目です。

市町村は、様々実態が違うわけですが、市町村レベルでの消費者教育というのは、3 行目ぐらいですが、地域住民に密着し、その地域の実情に合わせた内容や教育手法を提供することによって、自分ごととして捉えてもらいやすくなるものということです。都道府県も市町村の実情に合わせた支援を行うことが重要だということでもあります。

その下の一番下の段落です。地域においても、やはり消費者教育コーディネーターが中心的な役割を果たす存在であります。引き続き、配置数を増やしていく必要がありますし、次の6 ページ目ですが、一定以上の人口規模の自治体においては、複数配置も検討すべきという御意見もいただいたということでございます。

6 ページ目の2 つ目の柱「家庭・保護者向けの消費者教育の展開」のところでは、

ここは、例示として、第6 期でPTAの取組を御紹介いただきましたけれども、PTAを通じた保護者向けの研修などで、例えば金銭に関する教育などについて、そういったテーマも提供されていくことを期待しますということでありました。

その次の段落、保護者と子供が、家庭外で学んだ消費者教育に関する知識を会話の中で共有することが、実はお互いの消費者教育に関する知識を深める効果があるので、家庭外の学校、地域、職域などの様々な場を捉えた消費者教育を充実させることが重要だという御指摘です。

次の項目の「職域における消費者教育の拡大方策」というところです。

会社の研修などで消費者教育を届けていきたいわけですが、会社の事情などで採用してもらえない中で、採用してもらえるようにするためのいろいろなヒントを先生方にいただきました。

2 段落目ですが、例えば、新人向けの社員研修時に契約ルールとか、生活設計や、消費者トラブルなどを盛り込んだ講座を行うとか、そういう好事例があった場合に、そこにメディアを誘致して当該研修を取り上げてもらって広めていくとか、あとは、事業者側で関心の高いテーマ、例えば、カスハラとか、オンラインカジノとかいろいろありますが、こういったテーマに引きつけて、そこに消費者教育も一緒に関連させて講座を行うなどのヒントをいただいたところでございます。

7 ページ目を御覧ください。「消費者教育の担い手の確保と裾野の拡大」というところです。

地域なり、いろいろなところで消費者教育の担い手を確保していくには、何も消費者教育に非常に精通したとか、専門的な人ばかりではなくて、例えばコミュニケーション能力の高い人材ですとか、あと、地域で集客力、人脈のある方々、こういった方々と連携していくことも、非常に必要なのではないかという御指摘です。

担い手の例として、京都府のコンシューマーボランティアの紹介もございましたし、地

域のスポーツチームなど、既存の住民参加型の各種コミュニティ活動との連携も視野に入れることが重要だという御意見もいただいたところです。

さらに、7 ページ目の下段のところですが、けれども「KPIの策定について」というところで、一段落目の3行目の後段からですが、けれども、消費生活相談のデータ等から継続的かつ簡便に測定できるアウトカム指標を整備することを検討すべきであるとか、次の段落の中段のところですが、けれども、消費者力の強化ですとか、エシカル消費の普及啓発といった様々な施策を消費者庁は進めておりますけれども、そういった中には、アウトカムだけではなくて、アウトプット手法も含めてデータを取るところからきちんと取り組んでいく必要があるという御指摘をいただいております。

続きまして、8 ページ目でございます。

3つ目の柱「『消費者市民社会』の構築に向けた消費者教育」のところでは。

ここは、昨年の10月30日の推進会議での議論を受けまして、消費者庁において、エシカル消費を進める文脈で、さらに、その中でもグリーンに着目して研究を深掘りしてみたらどうかという話がありましたので、グリーン志向消費のワーキングチームを立ち上げて議論をしました。それを3月のこの審議会においても御報告させていただきましたけれども、その中で、やはり自分事化につながる教育・啓発が重要である、また、実際に消費者一人一人の行動変容につながるためには、効果的な情報提供や環境づくりの取組を通じて、消費者のエンパワーメントに結びつけていく視点が重要であるという御指摘がございましたので、そこを中心に御報告させていただいたということです。

1つ目が「自分事化につながる教育・啓発の重要性」ということであります。

3行目辺りですが、けれども、学校教育で既に学びを得た若者においては、SDGsやエシカル消費への関心が高い傾向にあるということでもあります。

ただ、学校教育に身を置いていない世代に対しても、様々なエシカル消費に関係するような社会課題、その現状やその背景、消費行動の変容が社会に及ぼし得る影響が大きいということを含めて納得感ある形で伝えて、自分事化の機運を醸成していくという観点が重要だということでございます。

続いて、8 ページ目の下のところですが、けれども「消費者のエンパワーメントに結びつけていくという視点」というところでございます。

1行目の後段、消費者に対して、自覚を促すだけにとどまらず、社会課題の解決につながる具体的な行動を日常の中で実践していくよう促すことが重要だという御指摘がありました。

また、9 ページ目、2段落目のところからですが、けれども、自分の行動には社会を変える力があるということを実感できることが、消費者市民社会の形成の第一歩であることを前提に、消費者のエンパワーメントにつながるような情報提供や環境づくりの在り方を考える必要があるということでございます。

学校教育の例で、家庭科のホームプロジェクトのような、生徒が探究的に課題を設定し

てやるような手法を取り入れることが有効だという御示唆もいただきました。

あと、その次の段落、「具体的には」のところからですが、学校と家庭、地域が連携して、学校の生徒に限らず、幅広い世代の探求的な学びをサポートし合うとともに、得た学びを日々の消費生活の中でさらに深め、また、実践にもつなげていくことができるような取組が広がっていくことが望ましいということです。

身近な存在との間や、コミュニティの中で、知識や経験の共有化を図ることは、共感・賞賛等によってエシカル消費等の行動が自分にとってもポジティブなものであるという実感にもつながるということでした。

これは、消費者間の分断を生んだりすることを回避できるという観点でも、望ましい方向ではないかということでまとめさせていただいております。

この下の段落「この点について」のところですが、グリーン志向消費のワーキングチームの示唆として、事業者からの消費者へのコミュニケーションですとか、事業者の取組として、消費者の社会的・経済的・心理的インセンティブを付与するような設計をやっていくのは重要だということでした。例えば、貢献度の見える化とって、自分の消費行動が、いかにエシカルな社会課題に対して役に立ったのかということ、何らかに見える化するとか、あとは、消費者が選択しやすいように売場環境をつくってみる、ここのコーナーはエシカル消費につながる商品が売っていますよという形で、消費者の実践を促していくとか、あるいは、認証ラベル・マークについて、企業側も消費者側もまだまだ認知度は低いわけですが、こういったことの認知度を上げながら、お互いのコミュニケーションツールとして認証ラベル・マークを使っていくという視点も示されたところでございます。

続きまして、10ページ目の一番上です。「取組の推進における工夫」ということで、先ほどデジタルのところでも出てきましたけれども、エシカル消費も含めて、やはり幅広い情報を収集して、その上で、クリティカル・シンキングを持って、多角的な視点から社会の在り方や自身の行動を考える力を身につけることが求められているということでした。

続きまして（４）４つ目の柱です。「『消費者力』の育成・強化に向けた方策」というところで、様々な御議論をいただきました。

１つ目が「『消費者力』について」ということで、第５期に、先ほど申し上げた、気づく、断る、相談する、さらに家族等の異変、周囲の異変に気づくということ、そして、気づいたら相談等を勧める、働きかける力、さらには、エシカル消費のような観点、社会全体に働きかける力ということを整理していただいたというのが第５期です。

第６期は、AIの進化、影響によって、今後、消費者がAIに頼ることによって選択する力ですとか、思考力が低下していく可能性もあるということで、やはり批判的思考力、気づく力のところですか、次のページですが、身近な人に相談する力などの向上を図る教育のやり方自体の変革なども視野に入れつつ、誰一人取り残さない形で消費者力の育成強化に関する施策を、引き続き推進していくことが必要だということを御指摘いただき

ました。

さらに、11ページ目の上のほうですけれども、体験型教材、VR動画教材ですね、「鍛えよう、消費者力」の活用・普及について、コンテンツ自体、非常にいいものができたということでお褒めをいただきましたけれども、コンテンツとしては今VR動画はまだ3つですので、そのコンテンツの拡充ですとか、あとは授業、講座で活用しやすくするような工夫、これをお願いしたいという御意見があったというところでございます。

最後に、4つの柱以外にも金融経済教育との連携等についても、御議論いただきましたので、書き起こしております。

この第6期の2年間で大きなトピックとしては、J-FLECが令和6年4月に設立されたということでございます。

そして、昨年、年央から本格稼働して、消費者の金融リテラシーの向上に向けて消費者教育と金融教育の連携のもとで、様々な教育を提供していただいているところでございます。

1つ目の項目ですけれども、金融リテラシーの向上に向けた取組というところで、4行目ぐらいからですけれども、金融商品の資産形成に関する内容だけではなくて、金融の基本的知識と被害防止のための実践的な内容を一体的に扱うことが効果的であるという御指摘がありました。

次に、11ページ目の最後から12ページにかけて、J-FLECや地方の金融広報委員会、自治体の行政機関、事業者、金融機関、関係団体との連携によって、担い手、相談員の方が、必ずしも得意分野ではない、専門的知識が要る金融経済教育の担い手として、そういった方々に参画いただくこと、そして、学びの場の裾野を広げていくことが必要だという御指摘をいただいています。

さらに、J-FLECが推進する、J-FLEC認定アドバイザーを活用した講師派遣や個別相談なども効果的ですよということで、引き続き、これを充実させていくことが必要だということでもございました。

ここまでの、第6期の2年間の議論をまとめさせていただいた部分でございます。

続いて、12ページ目、第2章ということで「2. 今後取り組むべき課題及び次期推進会議における検討事項」ということで、まとめさせていただいてございます。

第6期推進会議において、様々な議論を、このようにいただきましたけれども、2つに分けています。まず、前半の3つは、この柱書きの最後のほうですけれども、消費者庁において、第7期以降も関係省庁と連携し、以下の取組を進めることが期待されることということで、1つ目が「消費者市民としての行動の実践につながる取組の充実」。

2つ目が「職域における消費者教育の更なる推進」。

3つ目が「『消費者力』の育成・強化」ということでございます。

その上で、第7期推進会議において、第6期推進会議で検討課題とされた以下の論点について議論を深めていくことが期待されるということで、2つを掲げてございます。

(1) が「地域ネットワークの構築・強化に関する方策」。

(2) が「消費者教育教材・コンテンツへのアクセス改善に向けた方策」ということで、こういった論点について、さらに第7期の推進会議で議論を深めて行くことを期待されるということで、まとめさせていただいているということでございます。先生方の御意見もいただきながら、このようにしつらえましたので、本日御意見をいただければと思います。どうぞよろしくお願いします。

私からは以上でございます。

○大藪会長 ありがとうございます。

今日は、このまとめに対して、事前にも皆様方から御意見をいただいておりますけれども、プラスアルファということで御意見をいただくのがメインで、1時間ほど時間を取ってございますので、御意見がございましたら挙手をいただくか、オンラインの方は挙手ボタンでお知らせいただけたら、指名させていただきますので、よろしくお願いいたします。どなたからでも結構です。

オンラインがここでは見えないので、もしあれば言っていただけたらと思いますけれども、いかがでしょうか。では、高比良委員、どうぞよろしくお願いします。

○高比良委員 全相協の高比良です。よろしくお願いいたします。

今、御説明いただいた取りまとめ(案)のことなのですけれども、気になるところがございまして、指摘させていただきたいと思います。

事前のレクチャーのときにも、少し黒田課長にお話しさせていただいたのですが、6ページ目の「地域における消費者教育の推進」のところなのですが、6ページ目の後半の「今後、消費者教育コーディネーターの更なるスキルアップを通じ、地域における調整機能を高めていくことを目指していくことが求められる」の次なのですが「教員OBや校長経験者などが消費者教育コーディネーターを務め、相談現場、学校現場、教育委員会と連携し」と続いているのですけれども、私自身も教員OBとか、校長経験者などの方が消費者コーディネーターを務めることによって、教育委員会とか学校現場との橋渡しがうまくいくのではないかとということで、前に意見を述べさせていただいたのですが、やはり、この文章を見ますと、教員OBや校長経験者が消費者教育コーディネーターを務めることが望ましいと取られてしまうように感じますので、こちらは、どちらかというと、前半の「学校における消費者教育の推進」、4ページのほうに加えていただいたほうがいいのではないかと思います。

それか、もしくは、ここに入れるのであれば、やはり、教員OBや校長経験者などの消費者教育コーディネーターは、必ず各地の消費生活センター、各地といいましても主に都道府県や政令指定都市が中心になると思うのですが、そういったところの相談員と連携を密にして、消費者教育の推進に臨んでいただきたいということを追加していただければと思います。

先ほど相談員と申し上げたのは、なぜかといいますと、消費生活センターの行政職員は、

どうしても異動がございますので、2、3年で変わってしまうことが多く見られます。ですが、相談員は長年経験している者が多いので、やはり相談員と密に連携を取っていただければということで、そういった文章にしていいただければと思います。

もう一点なのですが、11ページのJ-FLECさんのところなのですが「金融経済教育との連携等」のところなのですが、先ほど黒田課長のほうから、消費生活相談員は金融商品や投資詐欺に関する知識やスキルが、決して、全員が全員ないわけではないと言ってくださってはいたのですが、この文章を見ますと、全員が、そういった知識やスキルが不足していると取られてしまう可能性がございますので、こちらの一文については削除していただければと思います。

削除するに当たりまして、では、どのように書いたらいいのかということなのですが、地域で消費者教育を担う消費生活相談員は、J-FLECなどとの連携によって金融商品や投資詐欺などに関する知識やスキルのブラッシュアップが期待されるのではないかとかといった内容にしていいただければいいのではないかと思います。

投資詐欺に関する知識などは、どちらかというと、相談員のほうが現場から声をたくさん聞いておりますので、詳しいと思うのです。

ただ、真っ当な金融商品については、確かに知識が劣ることもあるかと思うのでまとまりがないのですが、消費生活相談員とJ-FLECの連携によって進めていくべきではないかという内容を入れていただければと思います。

以上です。

○大藪会長 高比良委員、どうもありがとうございました。

両方とも連携ということが重要ということで、教育OBや校長経験者だけではないということが分かるようにということですね。それと、相談員の人が、みんなが金融に関する知識が不足しているわけではないから、前の会議のときには、新しい金融商品について分からないことが多い人という指摘あったので、その話だと思いますけれども、ここでも連携とかJ-FLECから講習を受けるとか、そういった内容のことがあればいいということですね、ありがとうございました。

ほかにいかがでしょうか、では、遠藤委員、よろしくお願いします。

○遠藤委員 NACSの遠藤でございます。

私のほうからは、5ページの「(2) 様々な場における消費者教育推進のための更なる体制整備」の中の「学校における消費者教育の推進」の部分なのですが、5ページの頭のほうで、文部科学省さんが実施している施策について2つ活用していくこととあるのですが、地域と協力して行われる消費者教育として、文部科学省さんの地域学校協働活動推進員というのがあるかと思うのですが、こちらのほうも他の省庁との協働という観点で入れていただくとよいのかなと思いました。

私どもの講師派遣も、推進員さんから出前講座の御依頼をいただくこともございますし、それから、全国の支部で活動している食品ロス削減サポーター、消費者庁さんがされてい

るサポーターのほうに登録をしている会員が地域で出前授業をするのですが、そういったところでも、学校で出前講座をすることもございますので、これまで以上に連携強化をいただければ、さらに消費者教育コーディネーターさんとの相乗効果も生まれるのではないかなと思いましたので、追記いただければと思います。

○大藪会長 遠藤委員、どうもありがとうございました。

文部科学省さんから、よろしいですか。

○文部科学省 文部科学省でございます。御指摘ありがとうございます。

そうした御指摘をいただいたことを含めて、広く連携していけるように、我々としても推進して一緒になって取り組んでまいりたいと思っております。ありがとうございます。

○大藪会長 そうしたら、ここは、その内容をもう少し入れるということによろしいでしょうか。

○文部科学省 そこも含めて関係省庁と協議をしたいと思っておりますので、また、そこは御相談させていただきたいと思っております。よろしくお願いします。

○大藪会長 はい、遠藤委員、どうもありがとうございました。

ほかはいかがでしょうか。

並木委員、どうぞ。

○並木委員 それでは、今、遠藤委員さんのお話で、地域学校協働活動のお話がありましたけれども、私は、もしよろしければ、PTAの活動の欄、6ページの「家庭・保護者向けの消費者教育の展開」、もし、この展開ということであれば、現在、法改正もありまして、全国でコミュニティスクール、学校運営協議会のある学校が増えています。このことから、PTAの枠にとどまらず、地域を単位として学校運営協議会や地域学校協働本部主催の講座等を開催しているような事例もございます。

さらに、先ほどの地域学校協働活動については、どちらかというところ、学校という枠よりも、地域という枠に近いですので、もちろん学校のところに位置付けていただいてもいいのですけれども、展開という中では、地域をフィールドとしたカテゴリーの方に入れてもいいのではないかなと思いましたので、御検討をいただけたらと思います。

○大藪会長 ありがとうございます。

PTAの活動は、地域のところにも関係があるのではないかという御指摘だったと思います。ありがとうございます。

ほかは、いかがでしょうか。

角山委員、よろしくお願いいたします。

○角山委員 日本社会福祉士会の角山と申します。よろしくお願いいたします。

取りまとめありがとうございます。5ページの「地域における消費者教育の推進」の項目で、消費者教育コーディネーターが不足しているということと、7ページの「消費者教育の担い手の確保と裾野の拡大」の項目がございますけれども、厚生労働省では、社会保障審議会福祉部会におきまして、地域共生社会の更なる展開という議論が活発にされてお

ります。

重層的支援体制整備で、様々な課題があり、今後、包括的な支援体制の整備へ、方向性
が変更されているような状況です。そのために、地域共生社会の実現のために、地域に展
開しております福祉人材を積極的に活用するという表現で、追記しても宜しいのではない
でしょうか。消費者庁の第6期消費者教育推進会議の取りまとめにて活用すると明言する
わけにもいかないと思いますので、例えば、地域にて展開している福祉人材と協力しなが
ら、という表現で盛り込んでいただきながら、人材をカバーしていただくという御提案と
なります。

以上となります。

○大藪会長 角山委員、どうもありがとうございました。福祉の視点から、福祉人材の活
発的な活用ということで御指摘いただきました。ありがとうございます。

続きまして、末吉委員、よろしくお願いします。

○末吉委員 御指名どうもありがとうございます。

私からは1点、意見がございます。9ページの下から10行目のところに「加えて、消費
者によるエシカル消費の実践を促す観点で、事業者による積極的な情報開示や情報発信も
重要である」と書いてくださっているのですが、ここに、もし、可能であれば、消
費者に向けた選択肢の拡充、を入れていただくのはどうかと思いました。消費者にとって、
エシカル消費に関心があっても実践できないことの理由の1つに、選択肢の少なさという
のが常にトップで挙げられています。これは、9ページの上に記載の、エシカル消費の行
動を起こせていない消費者が多いというところにもつながることだと思いますので、ぜひ
追記のご検討をお願いできればありがたいと思います。

以上です。

○大藪会長 末吉委員、どうもありがとうございました。

消費者に対する選択肢の拡充という視点ということですね、ありがとうございました。

柿野委員、お願いできますか。

○柿野委員 ありがとうございました。

私からは、3点お話しさせていただきたいと思います。

1つ目は、4ページのところにある（2）の中の「学校における消費者教育の推進」の
ところです。

学校でいろいろ工夫しながら消費者教育をやっていきましょうということが、ここには
書かれているのですが、本質的というか、今、時代の流れとしては、中教審（中央
教育審議会）のほうで次期学習指導要領の検討が始まっていて、前回の学習指導要領改訂
のときには、成年年齢下げもあって、消費者教育の内容はかなり充実しているのですけ
れども、引き続き、やはり消費者教育をしっかりと学習指導要領の中に位置づけていくこ
とが重要だということを、今、このタイミングで提示していくことが非常に重要ではない
かということを感じました。それが1点目です。

2点目としては、7ページの「KPIの策定について」というところなのですが、KPIの策定の前提として、今、地方がどうなっているか、どういう状況にあるのかというデータ分析が非常に重要ななと思ってしまして、地方消費者行政の現況調査、地方協力課でやっているものなのですが、そういう中に出前講座がどのぐらい行われているのかとか、担い手がどうなっているのかというデータがあるので、そういう基本的なデータ分析に基づいて、これからいろいろな施策を考えていく必要があるのではないかとということで、そういったデータ分析の必要性について、この中に書き込んでいただくのがいいのかなと思いました。

3点目なのですが、10ページのところで「（４）『消費者力』の育成・強化に向けた方策」という項目があります。やはり、消費者力が非常に重要なワードとして、第5期の消費者基本計画にも出てくることになるわけなのですが、この消費者力を育成していくための方法として、第5期消費者教育推進会議で、靈感商法の被害対策に関わる流れでVR動画をつくって体験型教材を進めてきたという経緯はあるのですが、そもそも消費者力を高めるためにVRがいいのかどうか、VRでなければならないという話ではないと思うので、どのような教材がより適切なのかという検討をした上で、今後は進めていく必要があるのではないかと思います。その辺りのところを、VRも含めてどういう教材がより適切なのかというニュアンスも含めて記述することが、よいのではないかと感じました。

以上3点です。

○大藪会長 ありがとうございます。

1点目が、学習指導要領に消費者教育を位置づけるということを明示してはどうかということ。

2つ目が、KPIに関するデータ分析の内容を取り入れることを明示すればいいということ。

3点目が、今のVR動画教材ですね、多分11ページに関係することだと思いますが、体験型VRでやったけれども、VRがいいかどうかも含めて教材の在り方を考えなければいけないのではないかとということ。

この視点、3点ということでよろしかったでしょうか。ありがとうございます。

坂本先生、どうぞ。

○坂本委員 鳴門教育大学の坂本です。

柿野委員が言ってくださったこと、非常に大賛成というのを、まず申し上げたいと思います。

学習指導要領にしっかり書いていただかないと、学校での取組というのが非常に後退していくのではないかなと懸念しています。

でも、一方で、私もいろいろなデータを見ると、本当に消費者トラブルが増えていますので、AIとか、そういう活用というのはすばらしいけれども、本当に見極める力を育てるみたいなことに真剣に取り組まないと、ほいほいだまされるという状況になっているなど、

本当に懸念しています。

私から申し上げたいのは、細かい点で2点です。

2ページなのですがすけれども、中段の「AIを活用したデジタル教材の開発の可能性」の2パラグラフ目、AIばかりに頼るのではなくて、これがすごく当たり前みたいな表現で少し違和感があるので、この書きぶりはどうしたらいいのかなと思うのですがすけれども、ここは、みんなAIばかりに頼っているのかなと、当たり前という印象を受けるので、少し何か書きようがないかなと思います。AIに頼るばかりではなくのほうが、まだましかなと思いました。少し御検討ください。

それから、9ページなのですがすけれども、学校における消費者教育の部分、9ページの2段落目のところです。ここは、少しホームプロジェクトの話が出てくるのですがすけれども、もう少し正確に書いたほうがいいかなと思いました。

ホームプロジェクトは、高校の家庭科だけの話なので、高校家庭科では、ホームプロジェクトの実施や、また、総合的な学習、探究の時間というのももっと使って、家庭科以外でも消費者教育にどんどん取り組んでほしいので、家庭科だけでは時間が全然足りないので、総合的な学習、探究の時間の活用ということも書いていただければと思います。

以上です。

○大藪会長 ありがとうございます。

そこは直したのですでしたか、直していなかったのですね、分かりました。

AIに頼るばかりではなく、ということですね。

○黒田課長 直していました。

○大藪会長 直しましたね、それで、言葉をもう少しということでした。ありがとうございます。

それから、9ページのホームプロジェクトのところも、一応8番ということで、下のところに高校家庭科で実施とは書いてあるけれども、もう少しきちんと高校家庭科や探究的学習のところで入れたらどうかという御意見だったと思います。ありがとうございます。

では、楯委員、お願いします。その次に、長谷川委員、お願いします。

○楯委員 取りまとめ、ありがとうございます。私から1点ございます。

9ページ目の最後の段落の2行目ですが、事業者から消費者へのコミュニケーションや、社会的・経済的・心理的インセンティブの設計に後押しが必要であると記載されています。この点については、議論の中でももちろんそのような話題も出ましたが、事業者だけでは担いきれないという意見もあったかと思います。

そのため、主語を事業者のみとせず、例えば、事業者、国、自治体が連携して、といったように、関係者が事業者単体にならないような表現にご検討いただければと思います。

○大藪会長 ありがとうございます。

では、そのところはプラスアルファでいいですね。次に、事業者のところということですね。

では、次に、長谷川委員、お願いします。

○長谷川委員 金城学院大学の長谷川です。

取りまとめ、ありがとうございました。私から2点申し上げたいと思います。

1点目が、2ページ目のところにある「AIを活用したデジタル教材の開発の可能性」のところなのですが、また、関連して4ページ目の「生成AIを活用した教材の作成・提供」に関してなのですが、急速にAIが高度化しており、最近、バイブコーディングという形で、簡単な指示だけでアプリを開発することができるようになってきたということがあります。

それによって学校で授業をする先生方や、または様々なセミナーを担当される消費生活相談員の方が、自分でアプリを開発するということが可能になってきているので、そのような方法を伝えることも考えてもいいのではないかと思います。

つまり、出来上がったものを提供するだけでなく、自分で教材をつくっていただける方法を伝えることも大事ではないかと思います。これが1点目です。

続いては、9ページ目の上のところに「自分の行動には社会を変える力があるということを実感できる」という言葉があるのですが、これは、まさにOECD Education2030で述べられている、エージェンシーに関係する部分だと思います。

文部科学省のほうで9月5日に公表された、次期学習指導要領の改訂に向けた論点整理の素案の資料の中でも、エージェンシーやWell-beingについて触れられていますので、今後、この言葉が教育現場に定着していくかどうかは、まだ見通せないのですが、もし定着していくような方向性があるのであれば、エージェンシーという言葉も使うことで、教育現場の先生たちに注目していただけるようになるのではないかと考えます。

以上です。

○大藪会長 ありがとうございました。

先生方がアプリを開発できると。子供たちではなくてということですね。

○長谷川委員 子供もつくれます。先生も子供も簡単にアプリがつくれるような技術が、もう実用化しつつあるというところですよ。

○大藪会長 はい。あと、エージェンシーというOECDの言葉ということなのですが、こちらは事務局から何かございますか、よろしいですか。

○黒田課長 全部最後にまとめてお答えしたいと思います。

○大藪会長 そうですね。

では、まずは御意見をいただいたということで、ありがとうございました。

では、城戸委員、お願いします。

○城戸委員 取りまとめ、ありがとうございます。非常によくまとまっております。私からは、2点ほど意見を述べさせていただきます。

まず、1ページの「ICT活用リテラシー、デジタルスキルの育成」の部分でございます。

直近、特にAIの急速な進展によりまして、一般消費者の方にとって、この気づく力の部分が、偽物動画とか、画像とか、音声というものが高度に生成され、本物かどうかの判別

がつかないという状況もございます。

それから、ダークパターンなどの手法を使った広告等による消費者被害が増加しているわけございまして、本物か偽物かとの区別がつかないといった状況により、気づきが困難な案件というものが増加しております。

この気づくというところについての偽・誤情報、これは見抜くための判断力の育成とあるのですが、ここに消費者に対する支援といいますか、アシストといいますか、そういったことが、今後求められてきているのではないかと思いますので、まず、そこに1つ加えていただきたいと。

もう一点が、それに関連するのですが、AIを活用して分析するということは、先ほどアプリの開発でも御発言がありましたけれども、一般の消費者においても、AIを活用して、相談しなくても自己判断ができる状況になっております。消費者被害の分析と被害防止のための対策というものも個人である程度できる状況になりつつあります。

そのうえで、消費生活センターの存在感というものを考えますと、5ページにあります「地域における消費者教育の推進」の中で、以前は消費生活センターを核にといった表現があったのですが、今回はそれがありません。そこは再度見直していただきたいというところでございます。今、国民生活センターを中心に、新しい全国消費生活情報ネットワークシステム、PIO-NETですね、この更改が予定されておりますけれども、この中で、消費生活センターなどに情報提供を迅速にして、最新の被害状況の分析と対策を、フィードバックし、そこが核となって、消費者教育にも反映させていくということが必要ではないかと考えますので、よろしく願いいたします。

○大藪会長 ありがとうございます。

支援ですね、気づくところに対する支援が必要だということも重要なのではないかとということと、消費生活センターが核となるというところが、やはり重要なのではないかとということでした。

ありがとうございます。

高橋委員、どうぞ。

○高橋委員 伊勢崎高校の高橋です。

私のほうからは、柿野委員と坂本委員がおっしゃったように、学習指導要領にしっかり位置づけていくということは、大切だと私も感じております。

それから、5期の頃から、どういう教材が有効なのかという話し合いをしておられたようなのですが、今、自分事化するところで、やはり生徒が探求的に課題設定をして実践解決に主体的に取り組む。それから、家庭科のホームプロジェクトというのは、課題解決学習であって、生徒が自分で課題に気づいて、どうしたらいいか自分で考えて、それで行動していくという学びなのですね。ですので、どういう教材があったらいいということよりは、学び方なのですね。

先ほどエージェンシーという言葉が出てきましたけれども、群馬県は一足お先に、この

エージェンシーについて研究を行っていきまして、本校はエージェンシーハイスクールになっております。

昨年度から、本格的に、生徒のエージェンシーを発揮させるためにはどうしたらいいかということで研究を行っているのですが、その核となるものが、この課題解決学習と、それからホームプロジェクトを、本当に力を入れて去年からやっていて、2年たつところなのですけれども、これは、学校の教室の中の学びだけではなくて、自分で生徒が五感を使って社会を感じることが、とても効果的だということが分かってきました。

それで、どんどん外に生徒を出して、自分で社会人について、地域の人といろいろと関わったりというか、そういうことをどんどんさせて、自分で課題に気づかせるということです。それで、テーマ設定をして課題解決していくという学びです。

それが、どんな効果が現れてきたかということなのですが、昨年度、ちょうど1年前に生徒の変容を見るアンケートを行いました。90項目ぐらいあるのですが、例えば、自分の行動で社会を変えられることができるのか、自分が関われば課題解決ができると思うのか、社会の課題に関心を持つようになったというアンケート項目が、昨年1年前から比べて10ポイント近く上がっているのです。

ですので、このエージェンシーを発揮させる課題解決学習が生徒を主体的にさせて、課題解決しようと、自分ごとにしようという気持ちにさせることに有効であることが、ちょうど今、1年後に同じアンケートを取って分かってきたところです。

ですので、もちろん、教材も大切なのですが、知識を入れるには教材が重要かと思うのですが、この課題解決的に自分事化させるには、やはり総合的な探究の時間における課題解決学習、家庭科におけるホームプロジェクトという学習が非常に有効かなと思っています。

以上です。

○大藪会長 ありがとうございます。

非常に重要な点だったと思います。エージェンシーのことも既にやっていらっしゃることと、課題解決型の学習ということで、自分事化して、自分で探すことによって効果が、10ポイントも上がっているということでしたね。ありがとうございます。そういった内容が、これからも重要になってくるということだと思います。ありがとうございます。

ほか、いかがでしょうか。

では、中野委員、お願いします。

○中野委員 並木委員に、先ほど言っていたのと少しかぶるのですが、PTA関係で、保護者目線として少し意見を言わせていただくのですが、消費者教育自体が私の考え方的に子育ての家庭教育の中の1つに入れていいのではないかと考えています。

まとめの6ページ目です。「家庭・保護者向けの消費者教育の展開」のところに「多くの実績がある子育てに関するテーマだけでなく」という書き方になっているのですけれど

も、子育てに関するテーマそのものというか、そのテーマの1つに消費者教育をもっと取り上げていくことを期待するという文章のほうが、恐らく、別と考えるのではなくて、子育ての、いわゆる家庭教育の中にも消費者教育を入れてしまうというか、多分そっちのほうが実感としては近いかなと思いました。

以上です。

○大藪会長 ありがとうございます。

家庭教育の中に入っている部分も非常にあると思いますけれども、これからもそれをきちんと位置づけるということだと思います。ありがとうございます。

それでは、並木委員、いかがですか。

○並木委員 それでは、既にお三方のほど委員から御指摘がありましたけれども、義務教育の立場として、改めて3点申し上げます。

1つは、学習指導要領につきまして、前回も言ったことと重複するのですが、学習指導要領への位置づけの更なる体系化、明確化をしっかりとお願いしたいと思っております。

第2としては、教材へのアクセス、先に申し上げました学習指導要領については、全ての児童生徒を対象とした学習であるのに対して、教材へのアクセスということは、選択的な教材であると思いますけれども、可能な限り多くの学校にそれが普及すべく、その点も大事にしてほしいと思っております。

あと、第3に、教材の性質でありますけれども、上から授けるような教育方法ではなくて、大人も時には子供と共に考えるような、例えば、保護者や教員または地域の大人も子供たちと一緒に学べるような教材があると、今度、学校という場をさらに出て、地域や社会に広がっていくのではないかと思いますので、学校教育の立場からはこの3点を、ぜひ、大事にしていきたいと思っております。

以上です。

○大藪会長 ありがとうございます。

学習指導要領の位置づけ、体系化、教材へのアクセス、それから、大人まで学べる、そういった教材にということだと思います。ありがとうございます。

では、原田委員、お願いします。

○原田委員 取りまとめ、ありがとうございます。

6期から参加させていただいておりますので、すみません、また、批判的な思考の塊の人間なので、この文章が、どうということではなくて、この案には全面的に、文章は賛成でございます。

私からのただの意見というか、考えだけを、今期から参加させていただいたので、述べさせていただきたいと思います。

まず、1つは学校とか保護者とか地域とかで消費者教育という視点は、先ほどから学習指導要領とか、そういったすばらしい御意見をたくさん伺っておるのですが、私、

小学校のときに登校拒否児だったのです。学校に行っていなかったのですよ。そうすると、学校に行っていないものですから、学校でやっても聞けないし、地域とか保護者とかも、そんな機会もないし、私は学校より児相（児童相談所）に行っていたのですね。ですので、学校より児相に行かされていたので、児相がやったらいいのではと、児相がやるのも何人かは救えるのではと、ふと思ったので、1人も取り残さないという大きな大臣の御意見があったものですから、1人も取り残さないのだったら登校拒否児も取り残さないでくれと、ふと、また嫌なやつとかと思うかもしれませんが、そういう意見がまず1つ。

もう一つは、AIに関してですけれども、いろいろな委員からお話がありましたように、AIは物すごく進化しておりまして、今、AIで、多分、消費者相談関連のお話をすると、法律的な話とかは全部消費者庁のページから拾ってきて回答して、最後に188に電話しろと、必ず出てきます。

ですので、多分、188がこれから繁盛するのではないかと逆に私は思っているのですが、AIに全部回答を求めるのではなくて、逆に188を知る機会がAIによってもたらされるということで、消費者相談の皆様は、AIによって知って、それで相談に来ると、しかも法律的な知識は既にAIに仕込まれておりますので、このようにAIが言っていたみたいなの、面倒くさいのがまた来るのだらうなというところで、今後、御期待をしておりますというところが1つ。

あと、相談データによってKPIをはかるというところが一部あったと思うのですが、相談データでKPIをはかるのかなというのがすごく疑問で、多分、それよりかは逆に、本当にそれこそAIに定期的に聞いていったほうが、相談員さんに相談するというのは、あくまで相談した方のデータしか取れないわけで、氷山の一角でしかなくて、その下にはでかい氷山があるわけですね。そのでかい氷山のところの人たちの情報というのが、本当のKPIなのではないかと思うと、それは定期的に、それこそAIとかで収集したほうがいいのではないかというところ。

それで、AIに関しましては、今、当然有料版のほうがよくできているのですが、かなり無料版でも私たちが普通に使えるような状況になっていて、それは無料で使っているわけですよ、私も3つほど毎日使っていますけれども、そうすると、普通のグーグルだの何だのという検索とかプラットフォームというのは、広告を見ることによって無料で使うのですが、AIというのは、別に広告も出ないで無料で、私たちは、あれだけの高度なサービスを毎日使わせてもらっているのですね。

ということは、どこかでいつか広告が入ってくるということは想像しなくてはいけないわけで、その広告の入りがどのように入ってくるのか、それがAIという面倒くさいものになっているものですから、そのAIの中で広告としてステマ的なものが入ってくる可能性は十分出てくるわけなのです。今でもそれっぽいものが出てくる回答があるものですから、だから、そういったステマチックなものというのがAIとかに出てきた場合に、どのようにしていくのかというのは、消費者庁としても考えていかなければならない部分なの

ではないかなと。

それで、AIにやると、やはり使ってもらうために、どれもこれもユーザーにすごく共感的な回答をします。ですので、共感的な回答をするからこそ、AIばかりに頼らずになるわけなのですけれども、批判的思想というのがどんどんなくなっていくわけなのです。

ですので、AIが言って、毎日言うと、あなたのことに共感しますとか、あなたは、お疲れさまですねと言ってくれるがAIが、一番居心地がいいに決まっているので、そうすると、そこで広告とかいろいろなものが混ざってくると、やはりそっちを信じてしまうという、批判的思想が完全に崩壊してくような、人間の言うことのほうが一番信用できないみたいな、そういう感じになっていく可能性もあるわけで、だから、そこら辺は、AIの進化というのは、非常に私もこの期において、消費者教育とか、そういうことに積極的に使っていきたいと思っておりますけれども、同時に透明性というところも、やはり一緒に見ていかなければならないし、消費者像というの、そういったところで変わっていくと思っております。

最後の意見として、長ったらしくて申し訳ないのですけれども、日本には完全な消費者団体というのが、私はほとんどないと思っているのです。

相談員さんの団体とか、そういう団体はたくさんあるのかどうか知らないのですけれども、あるのですけれども、純粋な消費者団体というのが海外のようにはやらなかった、できなかったというイメージを持っております、つまり、相談情報とかトラブルの情報で消費者像をはかるというのは、イコールではないのではないかと、私は少し批判的に見ておまして、なぜかという、純粋な消費者団体がいないから、だから、純粋な消費者像として消費者力を高めた消費者というのはどういう人間かというのが、消費者トラブルを起こさない人間が消費者力の高い人間かといったら、それもイコールではないのではないかと私は思っておりますので、そこがイコールという考えでこのまま突き進んでいくのも、少し違うかなと思っております。

以上でございます。

○大藪会長 原田委員、どうもありがとうございました。

本当にそうですね、取り残さないというので、いわゆるよくあるセグメントで分けてしまわないで、全部を考えなくてはいけないということと、AIの使い方というのは、これからも大きな課題になってくると思いますので、188のところに勧めてくれるのはいいけれども、違うところに勧めるような広告の在り方が出てくると、怖いというか、批判的にできないかなと思いました。ありがとうございました。

それでは、ほかにいかがでしょうか。

では、倉本委員、お願いします。

○倉本委員 金融経済教育について、11ページから12ページに、ほぼ1ページにわたって記述をいただいておりますので、一部コメントをしたいと思います。

消費者教育と金融経済教育は、私どもは、本格稼働を始めて約1年なので、

課題や取り組むべき施策が、かなり共通しているなど改めて認識したところです。

金融経済教育を推進していくに当たっては、私はということになるかもしれませんが、1つは、相互補完を意識しています。いろいろな金融経済教育の担い手の方がいらっしゃる一方で、それぞれの組織は、資源制約に直面しているということがありますので、相互に補完し合って教育を広げていくことが大事だと、まず思っております。

もう一つは、消費教育関係でも、各地のセンターから我々の講師派遣の申込みというのを多数いただいているのですけれども、過去から取組が活発な地域が中心になっているということもありまして、地域の偏りが、やはり結構あるということです。そういう意味で、一段とJ-FLECの活動を浸透させていきたいとも思っております。

その2つの視点で、基本的に11ページ、12ページは、あらかじめコメントもさせていただきましたので、その要素が反映されていると思っています。先ほど消費生活相談員の関係の記述を少し配慮してほしいというコメントもありましたので、変えていかれるのであればということなのですが、11ページの最初の金融リテラシーの向上に向けた取組の最初のパラグラフは、教育の内容について記述した段落になっていると理解しています。

その次に、大きな課題として金融関連のいろいろな知識を、消費教育関係の方々にも持っていただくことが必要だという意味では、最後に、担い手の課題、あるいは我々からのいろいろな情報の提供が必要だという相互補完していくための材料提供が求められているというパラグラフがありますので、そのパラグラフを先に持ってきた上で、最後に各地の偏りがあるというところの解消に向けて、11ページの最後のパラに「他方で」から始まって「スキルが不足している場合があることから」と、ここが少し引っかかるというコメントだったと思いますので、削除したうえで、地域的に偏りがあることを念頭に置いて、各地域において、という言葉は足していただいて、J-FLECや地方の金融広報委員会云々という形で、金融経済教育の担い手や学びの場の裾野を広げていくことが必要であるとつなげて頂くとよいかと思います。文章そのものは、事務局にお任せすることだと思っておりますけれども、意識としては、そういうものを反映いただけるような中身にしていただければと思います。

私からは以上です。

○大藪会長 倉本委員、どうもありがとうございました。

相互補完の関係と地域の偏りについてのコメントを入れていただけたらということでした。ありがとうございます。

ほかは、いかがですか。

宮木委員、お願いいたします。

○宮木委員 取りまとめ、ありがとうございます。第一生命経済研究所の宮木でございます。

私からは、6ページと12ページに記載されている職域というところで意見をさせていただきます。

実際に、消費者関係の情報を届けるというところで、職域というのが非常に有効であるというところは、私も非常に同意するところなのです。一方で、企業によって大分、体力やリソースに差があって、全部を職域に期待するというのは、相当限界があるというところを御指摘したいと思います。

特に中小企業が99%以上を占めている日本において、職域として行える企業が相当限られているというところを考えておく必要があるのではないかと考えています。

特に12ページで、今後取り組むべき課題として、事業者にとってのインセンティブというところを記載いただいているわけなのですが、そこは非常に重要と考えます。事業者に対して、こういう教育をやってもらおうというところに関しては、事業者がそれを積極的にやるような仕掛けとか仕組みというものが必要になってくると思うので、そこは何か考えて戦略的にやっていかなくてはいけないのかなと考えております。

なお、先ほど児童相談所というお話がありましたけれども、私もその領域は気になっていて、判断力や精神的に課題がある人たちの消費者問題というところも、やはり教育というところで考えていくのは、取り残さないという意味で私も重要だと思っています。

例えば、大企業であると、特例子会社のような形で、特定の企業を持っていて、障害者というものを積極的に雇用しているわけなのですが、例えばそういうところへの積極的な働きかけをするなど、関連の機関にも、その対象に応じた形で必要な情報を提供していくことが今後求められると考えております。

以上です。

○大藪会長 宮木委員、どうもありがとうございました。

職域のところ、どのようにして消費者教育を進めていかなければいけないかという仕組みづくりが必要だということだと思います。障害者も含めてということですね。御意見をいただきまして、ありがとうございました。

ほか、オンラインのところで御意見がまだの佐藤委員、大槻委員、江花委員、朝比奈委員、いかがでしょうか。

江花委員、どうぞよろしくお願いいたします。

○江花委員 様々な意見を取りまとめていただきまして、ありがとうございます。

私からは5ページの「地域における消費者教育の推進」のところなのですが、都道府県から市町村への支援について言及がありますけれども、その手前として国から都道府県、国から市町村への支援も重要だと思いますので、そのような趣旨を盛り込んでいただけるとよいと思いました。

その支援の具体的な内容なのですが、財政的な支援というのが重要だと思っています。例えば、5ページにある消費者教育コーディネーターの確保や育成であったり、自治体において消費者教育に関する新しい取組をしようと思っても、予算の裏づけが当然必要になると思います。

地方消費者行政において相談員の担い手確保、また、スキルアップが非常に重要だと思

っておりますけれども、消費者教育の場面でも相談員さんというのが重要な位置づけだと思っております。例えば、消費者力のうちの「相談する力」というのは、188に電話をして、消費生活センターの相談員に相談することが前提になっていますし、相談員さんが消費者教育の講座の担い手になっているという実情もあります。

ですので、予算以外の支援も、もちろん大切ではあるのですが、そのような私の問題意識について付け加えさせていただきます。

以上です。

○大藪会長 江花委員、どうもありがとうございました。

国から市町村、国から都道府県という支援の仕方ということを付け加えてはどうかという御意見だったと思います。ありがとうございます。

ほかは、いかがでしょうか。

佐藤委員お願いします。

○佐藤委員 ありがとうございます。職域について御意見申し上げたいと思います。

記載いただいている内容については、かなりこの会議で取り上げていただいたことを広く取り入れていただいて、私としては、特に異論はないのですが、先ほど宮木委員からお話しいただいたように、職域における教育は、取り組めるところと、取り組めないところがあるという視点は、確かに重要だと思うので、まずは職域については、これからさらに発展させていくこともありますので、できるところから、事業者のメリットであったり、課題であったり、そうしたところにひもづけて実施していくことが必要ではないかと理解いたしましたので、そのように考えました。

以上です。

○大藪会長 ありがとうございます。

職域のところ、課題とメリットと併せながら提供していくということだったと思います。ありがとうございます。

ほかは、いかがでしょうか、大槻委員と朝比奈委員からいただきたいと思っています。

では、大槻委員、お願いいたします。

○大槻委員 取りまとめ、ありがとうございます。

事前に読ませていただいて、特に意見はなかったのですが、本日の議論を聞かせていただきまして、江花委員から国からの財政支援についてのご意見がありました。都道府県にとっても市町村にとっても大変重要なことと考えています。記載をいただけるのであれば、とてもありがたいと考えております。

次に、学習指導要領への記載についてのご意見がありました。成年年齢引下げのときなども、記載されていることにより、強力に消費者教育が推進されましたので、重要かと思っています。

最後に、角山委員から厚生労働省における議論に関してご意見がありました。重層的支援体制整備事業との連携といったこともありますので、記載していただくことには賛成で

す。

以上でございます。

○大藪会長 大槻委員、どうもありがとうございました。

記載をしておく、財政上のことと、それから学習指導要領とか、厚労省との関係とかもですね、ありがとうございました。

それでは、朝比奈委員、お願いしてもよろしいですか。

○朝比奈委員 よろしく申し上げます。取りまとめ、ありがとうございました。

私からは、9 ページのところに、高校教育に関することが載っておりますので、そこについて話をさせていただきたいと思います。

消費者教育について教え込む授業だけではなく、生徒が探求的に課題を設定して、解決に主体的に取り組む学びが必要であるということが書かれています。生徒一人ひとりの事情が異なるものですから、自分自身の家庭、そして地域を含めて、子供たちが消費者としての立場から、課題を設定していくという取組が本当に大事だと思います。ホームプロジェクトのような手法を取り入れることが有効であると私も思っております。

以上です。

○大藪会長 朝比奈委員、どうもありがとうございました。

先ほどから出ておりました、自分自身から課題を見つけるということが非常に重要だということです。

一応皆さん一巡はしていращやるのですけれども、プラスアルファで何かもしあれば、ぜひ言っていただけたらと思いますけれども、いかがでしょうか。

なかったら、黒田課長のほうから今までのコメントについて、回答をお願いいたします。

○黒田課長 消費者教育推進課長の黒田でございます。

様々な意見をいただきまして、ありがとうございました。予想以上にたくさんの意見が出たなという印象でございますけれども、まず、一つ一つ見ていきたいと思います。

2 ページ目で、まず、城戸委員から、この消費者力のところで、今、AIがかなり発達してきていて、AIがつくったものかどうなのか、本物か偽物かがもう見分けがつかないので、気づく力という消費者力の要素は非常に重要なものだけれども、そもそも気づけない、気づくことが困難かもしれないという御指摘があって、そこに対する選ぶ力、見極める力の育成に加えて、そもそも気づく、断る、相談する、選ぶ、見極めるみたいなのも含めて、消費者を支援することが重要という御指摘があった、まさにそのとおりかなと思いますので、ここは書きぶりを、何が書けるかも含めて検討したいと思いますけれども、何らか盛り込むようにしたいと思っています。

その下、AIのところでは、坂本委員から「AIばかりに頼るのではなく」のところについて御意見をいただきまして、もともと、もう少し違う表現だったのを、このように直した結果でありますけれども、「AIに頼るばかりではなく」であればいいのではないかということだったので、そこはそのように直したいと思います。

次に、原田委員からも、AIが発達すると、相談者もAIに聞いてから、AIがこう言っているのだけれどもどうなのというような形で188の相談員に聞くようになるだろうという予測が示されました。これは、何か文案を直すという意味ではなかったと思いますけれども、そういう御意見があったと受け止めました。

さらに、AIは自分を使ってもらうために、ユーザーに寄り添った耳触りがいい回答をするのではないかというお話もありましたが、そうすると我々消費者は、どんどん批判的思考力、クリティカル・シンキングの力が衰えていくおそれもあるという御指摘もありました。これは大変重要な御指摘だったと思います。何か修正をして欲しいという御意見ではなかったと思いますけれども、非常に重要な示唆だったなど、第7期も含めて、やはりAIが進展していく、さらに今後2年間は進展していくだろうということは、前回の会議でも言われていましたので、このご指摘の点も第7期の課題になってくるだろうなと思いながら受け止めました。

その上で、長谷川委員からはバイブコーディングの話の例が挙げられたと思います。自分で教材をつくれるという話だと思います。

一応そのエッセンスも含めてですけれども、今日、バイブコーディングというものがあるのだなということを議事録に残していただいたので、私は初めて知りましたが、取りまとめ文書に、その例示を具体的にどこまで書けるかということは、なかなか即答しかねるのですけれども、しっかり今日の議事録に載せていただいたことに意義があったかなと思うので、もしかして、そのバイブコーディングは載せられないかもしれませんが、そこは、また、御相談させていただければと思います。大変有意義な御意見だったと考えております。

4 ページ目です。「学校教育における消費者教育の推進」のところで、既に2022年4月の成年年齢引下げに当たって、それよりも前に2020年頃から小、中、高と学習指導要領を見直していただきながら、文部科学省と消費者庁と、かなり深く連携させていただきながら進めてきています。

ですので、今の取組自体が問題という御指摘ではなくて、今、検討中の学習指導要領の中で、引き続き消費者教育についてどう位置づけるべきか、体系的にさらにやっていっていただきたいというエールを、柿野委員、坂本委員、高橋委員、並木委員からいただいたと思っています。

ここの範疇は、実は消費者庁では、いかんともし難いところがありますので、文部科学省とも相談しながらですけれども、何が書けるのか、書けないのかも含めて御相談をさせていただきたいと思います。

中央教育審議会のほうでもしっかり議論されているというのは存じ上げておりますけれども、この取りまとめ文書に何を入れるかということについては、会長とも相談しながらですけれども、よくよく文部科学省の皆さんとも相談しながら、書けること、書けないことを含めて検討したいと思います。

その上で、教材のアクセスの話もありました。学校に限らないかもしれませんが、並木委員から教材のアクセスの話や教材の性質の話も、上からだけではなくて、一緒にできる教材をということだったので、教材のアクセスの話は、第7期の検討課題にも載せていますので、そこで読み込めるということで、今日、並木委員からいただいた視点も含めて、第7期の検討課題として深めていきたいと思っております。

5 ページ目の一番上のところです。文部科学省さんが実施する様々な施策の中に、NACSの遠藤様からの御意見でしたけれども、地域学校推進委員の話も追加してはどうかという話であります。

一応、ここは、もともと消費者教育フェスタや消費者教育アドバイザー派遣などということで、「など」の中には、当然今回そういうものが含まれていると考えておまして、全部その例をどこまで書いていくのかどうかということも含めてですけれども、ここもまた文部科学省さんと何を書くか、書かないかも含めて相談したいと思います。御意見としては、そういう話は第6期でもありましたし、御紹介もいただいたということなのですから、ここにどこまで具体的に書くかということも含めて、事務局にお任せいただきたいと考えております。よろしくお願いします。

さらに、地域のところで様々な御意見をいただきました。まず、城戸委員から国センや消センの話を含めて、消センが核となってやっていくという趣旨を入れてほしいという御意見がありましたので、ここは書きぶりについて検討したいと思います。

さらに、江花委員から都道府県だけではなくて、国もだろうという話があったと思います。国の支援ということで、財政支援と直接的に書けるかどうかも含めてですけれども、確かに都道府県を書いて、国はないのかという話がありますので、既に交付金などでも、都道府県や自治体、市町村、基礎自治体も含めて支援はしているわけですから、直截的に財政支援を書くかどうかも含めて、引き取らせていただいて考えたいと思います。

引き続きまして、6 ページ目の一番上のところ、高比良委員から、教員OBの好事例の話について、学校の例のほうに入れたほうがいいのかという御意見がありました。場所を変えるか、変えないかも含めて、ここは考えたいと思います。

確かに学校の例のほうに入れたほうがいいのかも思いますが、あとは教員OBがコーディネーターのときに、やはり、各地の消センの相談員と連携を密にして推進していくのが大事だという御意見がありますので、そこは何らか盛り込めるようにしたいと思います。

それから「家庭・保護者向けの消費者教育の展開」というところで、まず、並木委員からPTAのお話で、先ほどのNACSの遠藤委員からと同じように、地域学校共同事業とか、地域学校推進員の話、こちらで入れてもどうかという話があったので、そこは、どこに入れるのか、入れないのかも含めて少し検討させてください。

また、中野委員からPTAの保護者向け研修テーマの設定の話で、「子育てに関するテーマ

だけではなく」という文言ではなくて、「子育てに関するテーマの1つとして消費者教育を加えて」というような文言に修正して、それで様々なテーマを提供できることを期待するという方が良いということでしたので、そこは、そのように修正したいと思います。

また、職域については宮木委員のおっしゃるとおりで、体力のない中小企業など様々な企業があるといったところは存じておりまして、全ての企業でできるかというとなかなか難しいという御指摘はごもっとも思いながらも、我々消費者庁としては、職域がこれから端緒に就くところなので、まずは、本当に職域をどうやったら進められるのだろうというところで四苦八苦している状況ですので、何かブレーキをかける表現を入れるというよりは、できるところからやっていきたいという表現にしたいと考えております。先ほど佐藤委員から御示唆をいただきましたけれども、我々もできるところから、何も中小企業の非常に人が足りていなくて、人材が研修に抜かれてしまうと、生産ラインが止まってしまうみたいなところで、消費者教育を無理にということではなくて、まず、大企業ですら、今、消費者教育を社員研修に入れることを躊躇しているところも多いので、業界団体とか商工会議所とか中央会とかも含めてですけれども、団体や企業などで消費者教育を取り入れていただける企業等をどうやって確保していくかということを、まずはやっていきたいと思っていますので、そういった意味では、何かここを修正するというよりは、そういったことを分かった上で、でも進めたいのだということを書かせていただいているということで、御理解をいただければと思っています。

さらに、7ページ目でございます。

地域のところです。消費者の担い手というところで、角山委員から福祉人材の協力という話があったと思います。

まさにそのとおりかと思っておりますので、「例えば」のところで、コンシューマーボランティアと地域のスポーツチームなど、既存の各種コミュニティという話を入れましたけれども、ここに、地域の福祉人材との協力みたいなことも含めて書けるのではないかと思いますけれども、ここも厚生労働省さんと相談しながら、何か書けることはないか検討したいと思います。

確かに我々も、消費者行政の中で言えば、地域で見守りネットワークみたいなものもやっていますので、そこにも実質的に、福祉の方々も、例えば民生委員とか福祉委員の方も入っていただいている実情がありますので、そういった実情も踏まえながら、重層の話まで踏み込めるかどうかはありますけれども、何らか福祉人材との協力みたいなことが書ければ良いという御意見ということで承りました。

KPIのところは、様々な御意見をいただきました。柿野委員からは現況調査の話で、既に担い手とか出前講座のデータはあるので、その分析から始めてはどうかという話、坂本委員からも同じような意見をいただきました。

原田委員からは、逆に、相談データからKPIをつくれるのかという懐疑的な御意見もありましたので、そこをどうするかですけれども、我々が書こうとしているのは、まだ、何か

具体的なKPIがあるというわけではなかったと思います。第6期では、KPIの具体的な、こういうKPIということまでは、議論が到達しなかったわけですが、ここで書けるとしたら、これを例示として例えば、その相談データから取ってくることもあるかもしれないという形の例示にするのかなと、手法が決まっているわけでもないで、そういったことで修正案を考えたいと思いますけれども、この部分は大幅な修正をするという御指摘ではなかったと受け止めております。

さらに飛ばして、9ページ目でございますけれども、エージェンシーとか、あとは、ホームプロジェクトとか、課題解決型学習、総合学習の話とか、たくさんいただきました。

長谷川委員からあったエージェンシーの考え方、私も、すみません、長谷川委員が仰った9月5日の学習指導要領の論点整理の素案の資料というのは、まだ私も拝見できていないのですけれども、そこにどう書かれているかも含めて、エージェンシーということを書くのかどうかも含めて検討させていただきたいと思います。そもそも消費者庁としては、法律に書かれている消費者市民社会という考え方がありまして、それが、まさに我々の消費行動自体が、地球環境とか、公正な社会とか、公正な取引環境とか、そういったことを形作る力があるのだという、要は持続可能な社会を形づくことに影響を及ぼす力があるのだと、それを自分で考えて自覚して、それで行動していこうという趣旨の考え方が法律に書かれているわけです。

ですので、エージェンシーを引用するというよりは、我々としては、やはり消費者市民社会の構築というところがまずあって、エージェンシーは、EUとか、そういったところの話ですが、まさに我々の法律の中に、そういう考え方を埋め込んでいるので、外国がやることを優先的に書く形ではなくて、我々の法律で書かれている消費者市民社会の構築というところが非常に重要だということを打ち出したいという部分もありますので、そのエージェンシーというのを、この例示でも入れるかどうかも含めて、ここは個別に御相談させていただければと思います。よろしくお願いします。

次に、坂本委員から家庭科でのホームプロジェクトとは別に総合的な学習とか探究とか、中高で名前は違いますが、そういったことも盛り込むべきというお話がありました。

ここも文部科学省さんと相談したいと思いますが、ここは、例示で書かれているところですので、今日の議論では確かに出たのですけれども、6期の中でホームプロジェクトは、かなり出てきましたので、この例え話としては、最終的にはホームプロジェクトだけを挙げさせていただくということで御理解をいただくかもしれませんが、そこは、いずれにしても、文部科学省さんとも少し相談をさせていただこうと思っています。

あとは、末吉委員から、9ページ目の下から10行目ぐらいの「加えて」のところですが、ここで、事業者の情報開示と情報発信も重要だということのほか、事業者が消費者への選択肢を提示する、それを拡充していくというような視点が入らないかということなので、ここは何が書けるかということをお話と相談したいと思っています。

その上で、榎委員からグリーン志向ワーキングのところ、事業者から消費者へのコミ

コミュニケーションではなかったはずだという話がありました。

ここは、引用したのは、3月にこの審議会で御報告したグリーン志向の消費行動に関するワーキングチームの概要でいうと、右上のオレンジのところの事業者からの話を書いたのですけれども、確かに左下のところに、事業者だけではなくてメディアとか、行政とかも含めて、こうやるのだということが書いてあったので、何らかの形で必ず入れたいと思います。事業者だけに課せられたわけではないので、みんなでやろうという話だったので、そういった視点を何らか入れたいと思います。

その上で、11ページ目まで飛びます。

11ページ目の一番上、誰一人も取り残さない形での消費者力の育成強化に関する施策を推進するということでありまして、まさに児相（児童相談所）でという話がありました。私も大阪府に出向した経験があり、その時に児相の状況も拝見させていただく機会がありました。もう電話がじゃんじゃん鳴って、1人で何本も一遍に電話に出ているような状態で、消費者教育の余地があるのかというと、実際、体験した身からすると、そんな余地はなくて、結構大変だったわけですが、でも、一方で、消費者教育の中で誰一人も取り残さないと書いているのは、我々もそういう視点がないわけではなくて、例えば、特別支援学校で消費者教育をやろうとか、そういったことも進めています。

そういう意味では、登校拒否とか、DVに遭ったお母さんとお子さんとか、そういったことで学校に通えないとか、あと身を隠してはいくてはいけないとか、そういった方にどうやって消費者教育を届けるのかというのは、まさに課題ですし、そこは重要な論点だということは、私も福祉をやってきた経験もありますので、大変深く理解するところであります。

ですので、そこについては、私自身はすごく受け止めますので、児相という言葉は、多分、入れることは難しいと思いますが、そこは受け止めておりますので、誰一人取り残さないというのは、そういった意味も含めて入れているということを御理解いただければと思います。

金融経済教育については、倉本委員から御意見をいただいたのと、高比良委員から御意見をいただきました。

高比良委員がおっしゃったことは、実は、私たちの文言も非常に弱かったかもしれませんが、「不足する場合がある」ということで、もちろん相談員の方々の中で、金融分野に非常に精通されている方がたくさんいることは存じ上げています。

ただ、一般論として、この第6期の会議の中で、金融経済教育というと非常に専門的な話になってくるので、なかなかその担い手として相談員の方が、これを教えるというのは難しいという本音の話が何回か出たと思うのです。でも、皆さんがそうではないというのが分かっているので、事務局としては「場合がある」という表現にすることで、みんなではないという話を入れたつもりなのですが、これが少し弱いということだと思いますので、先ほど倉本委員の御意見もありましたけれども、ここは事務局としては「他方で」

の後の2行を全部削除するのが一番いいのかなと思っています。

他方で、要は担い手としてJ-FLECさんとか、そういった業界団体の人とかに参画をいただくことが大事だという形で、ずっと通せばいいだけの話ではないかなと思っていて、余計なことを書いてしまって、すみませんということであります。

その後で、倉本委員から消費者教育との連携ということで大変ありがたい話があって、我々も本当に消費者教育と金融経済教育、これまでも連携させていただきましたけれども、今後も連携、本当に補完し合いながらやっていければと思います。今後、御相談させていただくことも多々あるかと思いますが、どうぞよろしくお願いいたします。

最後に12ページ目でございます。

この第7期のところの、次期推進会議の課題のところの(2)ですけれども、宮木委員から職域の話で、事業者にとってのメリットを考えて戦略的にやっていく必要があるということでありましたので、それは、第7期に事業を進めていくときに、ぜひそのようにしたいと思いますし、その手前の、まだ課題がたくさんありますので、そこも乗り越えながら、何とか事業者の方々に少しでも消費者教育に興味を持っていただいてやってみようかなと思っていただけるように、我々としては努力していきたいと考えてございます。

あとは、判断力に課題がある方への働きかけ、特例子会社の例もありました。先ほど申し上げたことと同じです。会社のところは、まだ全然手前なので、特例子会社までということではすぐに到達できるわけではないのですけれども、そもそも今、学校教育のところであれば、特別支援学校までやっていただけているという実績もありますし、我々もそういう考えを持ってやっていますので、将来的に職域が広がっていった暁には、特例子会社まで含めてやっていただけるようになると良いとは思いますが、まずは、その職域の端緒に就いているのですけれども、なかなか広がらないところなので、まず、本当にできるところから、大手ですらやっていただけないので、そこを何とかということから始めたいと思っています。将来的な課題として特例子会社も含めて受け止めたいと思います。ありがとうございます。

いずれにしても会長と御相談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。
○大藪会長 黒田課長、どうもありがとうございました。

皆様方、今日は本当にたくさんの御意見いただきまして、ありがとうございました。

本日、御意見いただきましたものを踏まえまして、取りまとめ自体は、そんなに大きく変化することはないと思いますけれども、一応、本日配付させていただきました資料案で、おおむね合意していただいたということで、それプラス、今回の各委員からの御意見を踏まえて加筆修正については、会長の私に一任ということで、お願いできますでしょうか。よろしいですか。

(異議なしの意思表示あり)

○大藪会長 ありがとうございます。

それでは、会長一任とさせていただきます。

なお、会長の私と事務局とで調整した後、追ってまた委員の皆様方には、結果をお知らせしたいと思っていますので、よろしくお願いいたします。

それでは、実は今日が最後だということを最初に言っていたのですが、委員の皆様方に、あと、20分なので1人1分で、感想でも何でもいいので、オンラインの朝比奈委員からお願いしたいと思いますけれども、皆さん1分でお願いしたいと思いますので、では、よろしくお願いいたします。

○朝比奈委員 すみません、お願いします。

本日は、遅れての参加になりまして、大変失礼いたしました。

私は、この会議で、高校の家庭科教員の立場から、主にお話をさせていただきました。授業をするに当たっては、学習指導要領がベースにあるわけですが、その学習指導要領の前文には、「これからの学校には、一人一人の生徒が持続可能な社会の創り手になることができるようにすることが求められている」ということが書かれております。

家庭科の授業等で行われている消費者教育というのは、まさに持続可能な社会の創り手の育成につながる大切な教育だと思っています。

本日、第7期に向けて、消費者教育教材の改善に向けた方策等がありましたが、より充実した消費者教育を学校で実施するためには、先生方が活用しやすい教材や、生徒自らアクセスしやすいものが求められると思います。引き続き、学校教育における消費者教育の充実に向けた議論が深まっていくことを期待しています。今まで、どうもありがとうございました。

以上です。

○大藪会長 朝比奈委員、ありがとうございました。

それでは、続きまして、江花委員、よろしくお願いいたします。

○江花委員 委員の江花です。2年間、大変お世話になりまして、ありがとうございました。

私は、全てオンラインでの参加で、直接委員の先生方とお会いしたり、御挨拶ができなかったのが残念で申し訳ないと思っています。

委員の皆様の御意見については、本当に勉強になって、自分が、これからも消費者教育に関わっていく上で、大変有益な機会になりました。

私たちは、私たちというのは、日弁連の消費者問題対策委員会の消費者教育部会では、消費者被害の防止と消費者市民社会の実現の2つがとても大事だということずっと言い続けていました。成年年齢引下げが2022年にあって、そのときに被害防止のところがクローズアップされたのですが、6期の推進会議では、消費者市民社会についてもテーマとしてかなり取り上げていただいて、その中で、いろいろな意見も聞けて、大変参考になったし、ありがたいと思いました。

以上です。

○大藪会長 江花委員、どうもありがとうございました。

それでは、続きまして、大槻委員、お願いいたします。

○大槻委員 大槻です。第6期の2年間、大変お世話になりました。

私、現在、議会事務局ですけれども、令和3年4月から、京都府の消費生活安全センター長として3年間、京都府の消費者行政に携わりました。

1年後に令和4年の成年年齢引下げの施行を控えまして、府議会でも毎回質問をいただくなど、府民の関心の高さを実感したことを今でも鮮明に覚えております。

また、同時に、インターネット販売とか、SNSをきっかけとしたトラブルなどが増加しているということも印象的で、訪問販売や電話勧誘販売と比較して、相手の顔が見えない取引であり、被害の回復が一層困難になっていることも感じました。デジタル化の進展に伴って、こういった被害は多様化し、増加することが予想されます。まさに、予防的な対応、被害に遭う前の相談が重要になっており、消費者教育の役割が非常に大きくなっていると、改めて認識をしたところです。

今回、消費者教育の推進に関する議論に携わることができまして、大変有意義に感じております。どうもありがとうございました。

○大藪会長 大槻委員、ありがとうございました。

それでは、続きまして、柿野委員、お願いいたします。

○柿野委員 柿野です。本日は、会場に行けずに大変失礼いたしました。

私は、第5期と第6期を引き続きで委員をさせていただきました。

第5期には、消費者力の育成検討のワーキングメンバーということで、VR動画の教材も含めて、これからの消費者力がどうあるべきかという議論の中に参画させていただき、そして、今回もAIをはじめとする環境変化が激しい中で、消費者力をさらに向上していくためには、どうしたらいいのかという観点から、全体の議論に参加させていただいたという立場になります。

私自身はこの間、第5期の消費者基本計画の検討のメンバーであったりだとか、あるいはJ-FLECの運営委員という立場もいただきまして、消費者教育をいろいろなところとつないだりだとか、消費者政策の全体の中での消費者教育がどうあるべきかという少し広い意味合いで、この間、いろいろなことを考え発言してきました。

やはり、これからもますます重要になる消費者力を、いかに全体として高めていくのか、そういったことをこの期で、皆さんといろいろな視点から議論できたことは、とても有意義だったと思います。ありがとうございました。

また、引き続き、どうぞよろしくお願いいたします。

○大藪会長 柿野委員、どうもありがとうございました。

それでは、続きまして、角山委員、お願いします。

○角山委員 皆様、お疲れさまでした。そして、この2年間、本当にありがとうございました。

皆様の御意見は、非常に大きな勉強となることができました。消費者教育という1つの

視点から、私たちは権利を擁護することをうたっている団体ではございますので、その消費者教育という視点から、いかに人の権利を守っていくのかというところを、一つ一つ勉強させていただいたような気がします。

今後も、こういった視点を大事にしながら次につなげて行きたいと考えておりますので、ぜひ皆様、御指導、御鞭撻のほど、よろしくお願いいたします。本当にありがとうございました。

○大藪会長 角山委員、どうもありがとうございました。

それでは、坂本委員、お願いいたします。

○坂本委員 坂本です。私は長らく、3期から参加させていただいているのですが、最近改めて消費者庁の方にも御協力をいただきながら、取れるデータを見直したりしていると、本当にだまされることが非常に多くなっていることがはっきり分かって、消費者教育は全然成果が出ていないなという気になっていて、ここから本当に本腰を入れて、データも整備して、そのデータから進捗が見えるという形にしていかなくてはと、今、非常に強く思っているところです。

私は、主に学校教育、特に家庭科とか、高校の家庭科の教科書もつくっていますので、学校教育でどのように取り入れたらいいのかなということを考えながらの参加で、非常に様々な立場の方から視野の広い意見をいただいて、大変勉強になりました。ありがとうございました。

学校教育での消費者教育は、少しマイナーでずっときているのですが、本当に日常生活に必須の情報、判断力とか、リテラシーですとか、思考力、判断力を育てる非常に大事な学習だと思っています。

お金とか、AIとか、すごく道具が複雑化して、力を持つ社会の中で、やはり人間が主体となって使いこなす力を育てるみたいなことを、この消費者教育を通じてしっかり取り組んでいきたいと、そのことを学校教育で訴えて、学校教育でも大事だということを伝えていきたいと思っています。

今後とも、どうぞよろしくお願いいたします。

○大藪会長 坂本委員、どうもありがとうございました。

ありがとうございました。学校教育でも、ぜひということでした。

では、次にACAPの佐藤委員、お願いします。

○佐藤委員 佐藤でございます。2年間大変お世話なりまして、ありがとうございました。もう2年もたったのだと思うばかりでございますが、事業者を代表してというか、事業者団体として参画させていただきました。

職域における消費者教育という意味では、今回の報告書のとおり、まだまだ開拓していくべきところもあるかと思いますが、事業者も消費者との双方向のコミュニケーションの中で、消費者志向経営などを進めていく中で、消費者教育であったり、従業員の教育なども含めて、今後ますます重要になっていくと考えております。

今後もACAPとして、実際の企業の担当を含めて参加させていただきながら、より議論を深めていければと思っています。

どうも2年間、大変お世話になりました。ありがとうございました。

○大藪会長 佐藤委員、どうもありがとうございました。

それでは、末吉委員、お願いいたします。

○末吉委員 ありがとうございます。2年間委員として議論に参加させていただいて、非常に光栄でした。

推進会議の間には、グリーン志向の消費行動に関するワーキングチームにも入り、エシカル消費を含むグリーン志向の消費行動を促していくためには、どうしたらいいのかという議論にも携わらせていただきまして、ありがとうございました。

気候変動ですとか、生物多様性、人権侵害、そのほか多くの地球環境の問題ですとか、人権問題などが、今、私たち人間の文明の基盤を揺るがして、混迷を深めている中、消費者市民社会の構築に向けた消費者教育の重要性がますます高まっていると感じています。

今後も様々な主体が連携しながら、地域での取り組みを深めていくことが求められていると思います。第7期には、地域ネットワークの構築強化に関する方策などについても、議論があるということでぜひ期待したいと思っています。

最終的には、どんな立場の人も、エシカル消費を簡単に、そして、快適に実践できて、今までの消費では得られなかった満足感ですとか、インセンティブを感じられ、消費者が消費者市民社会の一員なのであるということを実感し、誇りを感じられるようになることを望みます。

6期がまさにそのスタートであると感じましたので、7期では、さらに具体的に消費者のエンパワーメントにつながる、次のステージの議論になっていくことを祈っています。

2年間、本当にありがとうございました。

○大藪会長 末吉委員、どうもありがとうございました。

オンラインの方は、これで全員だと思うのですけれども、大丈夫ですか。

それでは、宮木委員のほうから、お願いしましょうか。

○宮木委員 ありがとうございます。

私は第一生命経済研究所のライフデザイン研究部というところに所属しているのですが、消費者教育というのは、まさにライフデザインの一環だと思っています。一人一人が自分の暮らしや人生の中で、消費というものをどう位置づけて、どう捉えて学んでいくのかということを、引き続き考えていきたいと思っています。

今、経済産業省さんが、ライフデザイン経営ということをおっしゃっていますし、こども家庭庁さんでもライフデザインということに、今、非常に力を入れているというところで、私もお手伝いさせていただいています。これから企業が自分たちの従業員のライフデザインを支援していく、その中で消費者教育ということにも携わっていくという中で、い

かにいい形で進めていくのかということを今後も考えていきたいと考えております。

今まで、ありがとうございました。

○大藪会長 どうもありがとうございました。

それでは、続きまして、原田委員、お願いします。

○原田委員 ECネットワークの原田でございます。第6期から参加させていただきまして、いろいろと不都合な意見も言ったかと思えますけれども、暖かく皆様に受け入れていただきまして、本当に感謝しております。

消費者像は多様化していると思いますので、いろいろ相談をする、受ける方々もそうでしょうけれども、消費者像というのも多様化しているし、そういったいろいろな技術とかも進歩していったり、AIも含めまして、いろいろな相談者というのも出てくると思います。

私も20年間、インターネット関連の御相談を専門に受けておりましたけれども、消費生活相談員も8年ほど併用してやっておりました。

消費生活相談員は御覧のとおり、とっても不良相談員だったので、相談者を怒らせることだけは長けていたのですけれども、そういった形でいろいろな消費者像というのは、今後ますます多様化していくかと思えますので、そういった多様化する消費者像に合わせた消費者教育、そして、西高東低型の消費者教育の力、こういった地域、この格差をどうやって埋めていくかということも、第7期とかでもご議論いただくということを考えておりますので、引き続きよろしく願いいたします。

○大藪会長 原田委員、どうもありがとうございました。

それでは、長谷川委員、お願いします。

○長谷川委員 金城学院大学の長谷川です。2年間ありがとうございました。

この6期の消費者教育推進会議に参加させていただいて、4つの検討課題について考える中で、それぞれ複雑な問題でもあるし、相互に関連し合っていることを再確認できました。

私自身は、デジタル化に対応した消費者教育の部分を一番中心に考えていたのですけれども、これも2年間の間に、ますます普及したり、技術も進歩したりしていますので、今後も考え続けていきたいと思っておりますし、より手軽にキャッシュレス決済ができるようになる。例えば、コンビニのアプリで簡単に後払いができるような仕組みというの、利用者が増えていることを考えると、この問題というのは、より重要になっていくのではないかと考えております。

それで、様々あるのですが、最終的には消費者が主体的に自分できちんと情報を得て、正しい判断をした消費行動を行っていくことができるようにするということが、大事だと思っておりますので、その視点を常に持ちながら、研究を進めていきたいと思っております。

ありがとうございました。

○大藪会長 長谷川委員、どうもありがとうございました。

では、並木委員、よろしくお願いします。

○並木委員 並木でございます。中学校の代表のような形で参加させていただきました。

まさに日々、子供たちをお預かりしている立場として、または、社会科という立場、あと、時には、義務教育を代表し小学校の思いも言えないかなという気持ちで、消費者教育の推進について発言をさせていただきました。本当に各分野の先端で御活躍されている委員の皆様の御意見を聞いて大変勉強になりました。

一言感想を言うと、やはり教材についてでありますけれども、各省庁や関係機関の皆さまがあのよう素晴らしい教材をたくさんつくっていただいているのに、学校現場まで届いていないところが非常に多かったのも、もったいない面があると痛感しました。それについては、ぜひ、これからも自分でも課題として大事にしていきたいと思っています。協議におきましては、まずは学校現場の現状や温度感を何とかお伝えできたかなと思っておりますけれども、すこしでもお役に立てていればよかったと思います。

どうもありがとうございました。

○大藪会長 並木委員、どうもありがとうございました。

○大藪会長 では、中野委員、どうぞよろしくお願いいたします。

○中野委員 日本PTA全国協議会の中野です。

まず、2年間ありがとうございました。私自身大変勉強になりました。知らない用語とかもたくさん出てきて、最初の頃は少し戸惑ったのですが、本当にいい機会をいただいたなと思っています。

一応、私からは、日本PTA全国協議会に二度ほど、全国のPTAの仲間に向けて、今回、私自身が学んだことをまとめて、発信をさせていただいています。

今回も最後の取りまとめについて、PTAに関係するところを少しピックアップさせていただいて、内容については、また相談させてもらいますけれども、それをまた発信できればなと思っています。

ありがとうございました。

○大藪会長 ぜひ、よろしくお願いいたします。中野委員、ありがとうございました。

では、楯委員、よろしくお願いいたします。

○楯委員 経団連の消費者政策委員会企画部会から参加させていただきました、楯です。あっという間の2年間だったと感じております。

普段は、いわゆる事業者の皆様と意見交換をしたり、ビジネス活動に取り組んでおりますが、本会議では様々な立場の方々の御意見や御視点を伺うことができ、大変貴重な気づきを得ることができました。心より感謝申し上げます。

実務では、小売・流通業の企業で広報の立場として日々業務に従事しておりますが、今回得られた知見を生かし、今後も消費者の皆様と真摯に向き合っていきたいと考えております。。

どうもありがとうございました。

○大藪会長 楯委員、どうもありがとうございました。

では、高比良委員、お願いします。

○高比良委員 全国消費生活相談員協会の高比良でございます。

私は2023年の11月から1期、2年にわたり、こちらのほうでお世話になりまして、本当にいろいろな分野の方から、消費者教育に関するお話をお伺いできて、とても勉強になりました。

私は、ふだんは、大阪の堺市のほうで相談員の業務に携わっておりますが、本当に日々、老若男女、いろいろな人からの相談を受けております。

ただ、現場だけでは、やはり消費者教育というのは、なかなか携わることもできませんし、理解できないところもあるのです。

ですから今回このような機会を全相協のほうからいただきまして、このような場所に参加させていただくことで、結局、相談を受けるということ、その相談業務と啓発及び消費者教育、それらを両輪でやっていくことの重要さというのが、自分自身、身をもって感じることができました。

これからは、今日のお話にも出ましたように、誰一人取り残すことのないような消費者教育ができないか、それに向けて、いろいろ考えていきたいと思っております。どうぞよろしく願いいたします。

ありがとうございました。

○大藪会長 高比良委員、どうもありがとうございました。

それでは、高橋委員、お願いします。

○高橋委員 群馬県立伊勢崎高校の高橋です。大変お世話になりました。

様々なお立場の委員の方から御意見を伺い、大変勉強になりました。長いこと高校の家庭科の教員として消費者教育を実践してきましたけれども、近年、とてもこの消費者教育が重要視されてきておりまして、家庭科の立場から言うと、非常に頑張らねばというやらいを感じております。

本当にありがとうございました。

○大藪会長 高橋委員、どうもありがとうございます。

それでは、倉本委員、お願いします。

○倉本委員 J-FLECの倉本でございます。

6期の途中からの参加になりましたけれども、大変勉強になりました。どうもありがとうございました。

御議論をいろいろお聞きして、私どもとしては、講師派遣がメインの事業でございますけれども、使い勝手をよくして、なるべく多く活用していただくことも非常に大事だと思いましたし、それと同時に、我々の事業を通じて得られた知見を、皆様ともしっかり共有していくことこそが、非常に大事なのだなということを強く感じた次第です。

この場でお聞きした議論については、今後のJ-FLECの活動にもしっかりと生かしていきたいと考えております。

どうもありがとうございました。

○大藪会長　ありがとうございました。

それでは、城戸委員、よろしくお願いします。

○城戸委員　この２年間、消費者教育の専門分野を代表する委員の皆様方と、この会議に参加させていただいたことは、私にとって名誉なことだったと思います。ありがとうございます。

私がこの委員になる前、岡山市消費生活センター所長として、消費者教育推進計画を岡山市のほうで策定しました。

その際に、カスハラ問題を啓発の１つとして盛り込んだときに、相当非難を浴びまして、少しへこんでいたところ、この委員にならせていただいたということで、立ち直ったということがございました。

私、この会議に出たときに、消費生活センターの代表というよりは、国民目線でいろいろな意見を言えたらいいなと思っておりましたが、今後、KPIの設定についても、いろいろ個別のアウトカムの御議論がありますけれども、やはり、国民の意識、消費者の意識調査みたいなものを１つの軸に検討し、得られたアウトプットによって、国民を導いていきたいと思います。今後の会議の御議論に期待しております。

それから、私は、実はこの４月から消費生活センター所長という職を離れまして、岡山市の北区役所参事という肩書きで、行政区の中で地域行政、地域振興ということに関わっておりまして、地域おこし協力隊のような業務にも携わっております。

その中で、地域における消費者教育の推進という面から、今後とも関わらせていただきたいと思っております。

大藪会長をはじめ、各委員の先生方、また、事務局である消費者庁の方々、それから、各関係省庁の方々、ありがとうございました。

○大藪会長　城戸委員、どうもありがとうございました。

それでは、最後になりましたけれども、遠藤委員よろしくお願いいたします。

○遠藤委員　NACSの遠藤でございます。まず、２年間、本当にありがとうございました。

私は団体の中で、全国から講師派遣事業ということで、まさに地域社会と密接なつながりのある草の根の活動をして携わっていたのですけれども、やはり、こちらの会議に参加をさせていただいて、行政とか、ほかの団体、それから学校などの動きを非常に知ることができまして、改めて消費者教育の推進をどう考えたらいいのか、どう向き合ったらいいのか、非常によく考える機会となりました。また、団体としても、社会にどう貢献できるのかなというところを考える機会となりました。

第７期でも地域社会であつたり、教材であつたりとか、また、皆様と議論を深めていければなと思っております。よろしくお願いいたします。

○大藪会長　どうもありがとうございました。

皆さん、本当に２年間どうもありがとうございました。とてもいい御意見をいただきま

して、本当に感謝いたしております。いつも活発な意見をいただきまして、皆さん、もっともっと時間が必要かなと思っておりましたけれども、ありがとうございました。

以上で本日の議事は終了となります。

最後に、尾原審議官のほうから一言御挨拶をいただきたいと思います。

尾原審議官、よろしくお願いいたします。

○尾原審議官 本日は、第6期消費者教育推進会議の最後の会議となりましたけれども、委員の皆様におかれましては、本日も含め、これまで、率直かつ示唆に富む貴重な御意見を数多くいただきまして、心から御礼申し上げます。

基本方針の4つの基本的視点を踏まえまして、今期御議論いただきましたデジタル化に対応した消費者教育の推進、様々な場における消費者教育の推進のための体制整備、消費者市民社会の構築、消費者力の育成強化、さらに金融経済教育との連携等について、我々としても関係省庁や、地方公共団体、関係団体等の皆様と連携を密にしまして、今後もしっかりと取り組んでいきたいと思っております。

また、本日、取りまとめで各委員の皆様から御意見をいただいた中には、次期につながる御意見、とりわけ、地域ネットワークの構築強化に対する方策ですとか、あるいは消費者教育講座、コンテンツへのアクセス改善に向けた方策について、引き続き議論を重ねて、実効性のある取組につなげてまいりたいと考えております。

本日で一区切りとなりますけれども、委員の皆さんには、今後とも変わらず、消費者教育の推進に御理解と御協力を賜りますよう、改めて御礼を申し上げます。

最後となりましたけれども、皆様の今後のさらなる御活躍を祈念申し上げ、私からの御挨拶とさせていただきます。

2年間、誠にありがとうございました。

○大藪会長 ありがとうございました。

それでは、司会を事務局のほうに返したいと思います。よろしくお願いいたします。

○黒田課長 本日は、取りまとめ（案）について活発に御議論をいただき、ありがとうございました。本日に限らず、今、審議官の尾原からもありましたけれども、2年間本当に先生方から、様々な視点から、様々な御意見をいただいて、本当に我々も感謝申し上げる次第です。

本日で終了になりますけれども、今日もそうですし、2年間、本当にありがとうございました。言葉にならない感謝の気持ちがございます。

今後も我々は、先生方から第6期でいただいた御意見も踏まえて、消費者教育行政を前に進めていきたいと考えてございます。ぜひ、今後も御指導いただければと思っております。

以上をもちまして、第42回「消費者教育推進会議」を終了させていただきます。

本日は、誠にありがとうございました。

○大藪会長 ありがとうございました。オンラインの方もどうもありがとうございました。