

第 2 7 次東京都消費者生活対策審議会部会

第 1 回東京都消費者教育推進協議会

令和 5 年 2 月 1 0 日 (金)

オンライン

(午前9時59分 開会)

○企画調整課長 それでは、会議を始めます。

事務局の東京都生活文化スポーツ局消費生活部企画調整課長の伊与でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

それでは、まず消費生活部長より御挨拶を申し上げます。

○消費生活部長 おはようございます。消費生活部長の片岡でございます。本日はお忙しいところ、また、平澤部会長におかれましては足元の大変悪い中を、この東京都消費者教育推進協議会に御出席いただきまして誠にありがとうございます。

本協議会は、御案内済みかと思いますが、「消費者教育の推進に関する法律」に基づき設置しているものでして、消費者教育の総合的な推進のため情報交換や共有等を行うものでございます。

本日は、「消費者教育推進計画」を兼ねました「東京都消費生活基本計画」に記載しています取組につきまして、昨年4月に成人年齢引下げが行われたことを踏まえまして、主に若年層への取組を中心に今年度の取組実績と来年度の取組予定を御報告させていただきます。本日は、委員の皆様方から忌憚のない御意見をいただければと存じます。それでは、どうぞよろしくお願いいたします。

○平澤部会長 おはようございます。

ただいまから第27次消費生活対策審議会部会、第1回東京都消費者教育推進協議会を開会いたします。

部会長を務めます平澤です。どうぞよろしくお願いいたします。

それでは、最初に事務局から定足数の報告と配付資料の確認をお願いいたします。

○事務局 事務局を担当している企画調整課の日置でございます。

まず、定足数の報告から申し上げます。

本日の出席状況についてですが、本部会は委員6名、専門員3名で構成されておりました。御出席をいただいております委員の方は5名、委任状を御提出いただいた委員が1名でございます。東京都消費生活対策審議会運営要綱第6に定めます、委員総数の半数以上の出席という部会開催に必要な定足数に達しておりますことを御報告申し上げます。

なお、本会議は原則公開とし、本日の内容は都のホームページ等に掲載し、公表させていただきますことを御了承願います。

続きまして、配付資料の確認をさせていただきます。画面共有をさせていただきますので、併せて御確認をください。

最初に次第がございまして、資料1が、委員・専門員名簿 幹事・書記名簿となっております。そして、資料2-1が、東京都消費生活基本計画、現行計画です、現行における消費者教育に関する施策一覧、そして資料2-2が、同じく基本計画の今回改訂した次期の計画でございますが、こちらにおける消費者教育に関する施策一覧となっております。続きまして、資料3が、東京都消費生活基本計画における消費者教育に関する取組という

ことで、令和4年度の実績と令和5年度の予定をまとめたものでございます。

そして、あとは参考資料としまして、基本計画の取組実績、令和4年度の取組実績の調査票、各施策ごとにまとめたものでございます。同じく参考資料2は、令和4年度の取組予定を各施策ごとにまとめた調査票となっております。

以上でございます。

○平澤部会長 ありがとうございます。

それでは、議事に入りたいと思います。

本日は、消費生活基本計画における消費者教育に関する施策に関して今年度の取組実績と来年度の取組予定について報告を受けて、その後、委員の皆様から意見をいただくというふうにしたいと思います。

では、事務局のほうから、よろしくお願ひいたします。

○企画調整課長 それでは、御説明申し上げます。

まず、施策の全体像ということで、消費者教育に関する施策の一覧を御説明いたします。

まず、画面共有しております資料の2-1を御覧ください。

消費者教育の施策については、こちらにありますとおり、政策の1の「消費者被害の未然防止と拡大防止」、またその下のほうの政策4の「消費者教育の推進と持続可能な消費の拡大」の二つの政策のほうに位置づけをしております。

続きまして、もう1枚のほう、資料2-2ですが、こちらは今年4月から計画期間が開始いたします「(次期)東京等消費生活基本計画」における施策の一覧でございます。現行計画から追加された新規の具体的な施策については、☆マークをつけております。例えば、画面のこちらのよう形です。

現行計画と次期計画における策の変更点について簡単に御説明いたします。主として項目立ての全体的に変更してございます。資料の2-1と2-2を見比べながら御覧いただければと存じます。

現行の政策の4の4-1-2に「ライフステージに応じた消費生活情報の提供」というのがございますが、こちらについては情報発信の要素が強いものでございますので、改訂後では政策1の1-1-2のほう、こちらのほうに移動させていただきます。

また、現行計画の1-1-2「対象や連携先の異なる多様な消費者被害防止啓発」については、次期計画では、情報が「伝わる」ことが重要という考えの下、「効果的な情報発信による消費者被害防止啓発」ということで名称を更新してございます。

また、政策の1の「(2)見守りによる消費者被害の防止と早期発見」については、現行で別々の施策と、1-2-3、1-2-4という形で分けまして、別々の「見守り人材の育成」、「民間事業者との連携」ということで、それぞれ分けておりましたが、これを統合いたしまして、次期計画では1-2-3「高齢者等の消費者被害を防止するための見守り人材の育成及び民間事業者との連携」という形にまとめています。

次に、また政策4については、こちらも項目立てを変更してございます。現行の「(1)

主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進」を現行計画では二つに分けて、（１）の「成年年齢引き下げに対応した消費者教育の強化」と（２）の「急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進」に分けてございます。また、現行計画から継続となります「（３）持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進」と合わせて、三つの項目となっております。

全体的に現行計画の具体的な施策は、ほぼそのまま次期計画の（１）、（２）に引き継がれていますが、中には次期計画の４－１－５「生徒・学生等に対する消費者教育」や４－２－１３「青少年のインターネット適正利用啓発講座」のように、現行計画の内容を引き継いでいながら、施策名について変更しているものもございます。

また、次期計画の「（３）持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進」では、現行計画策定以降に社会的背景を受けまして環境関連施策が変更されたことに伴いまして、環境の関連の関連施策を中心に変更や追加が多く反映されてございます。

以上、主な変更点の御説明でございました。

これら一覧表に掲載している施策の取組状況の詳細につきましては、参考の資料１、資料２に取りまとめてございます。事業数が大変多いので、本日は冒頭で述べましたとおり、成年年齢引下げを踏まえた若年者への消費者教育に係る取組を中心に、資料３にまとめておりますので、こちらで説明をさせていただきたいと存じます。

それでは、資料３でございます。

本資料は、先ほど申し上げましたとおり、成年年齢引下げを踏まえた若年者への消費者教育に係る取組を中心にまとめてございます。前段のほうで令和４年度の取組状況について御説明しておりまして、後段のほうで令和５年度の主な取組予定を掲載してございます。

まず、令和４年度の取組状況について御説明いたします。

４年度の取組については、四つの大きな項目、「１ 学校教育における消費者教育の推進」、「２ 注意喚起・情報発信」、「３ 区市町村支援」、「４ 全世代に向けた消費者教育の取組」ということでまとめております。

それでは、まず２ページ目、スライドの①、最初の大項目「１ 学校教育における消費者教育の推進」から御説明いたします。

（１）は高等学校での取組です。

成年年齢引下げによって予想される高校生の消費者被害の現状把握や未然防止に向けて、「成年年齢引き下げに伴う諸課題に関する指導の充実に向けた研修会」を全都立高校等を対象として１０月に開催いたしました。また、本研修会においては、弁護士を招聘して若年者の消費者被害の防止や救済に関する講演を実施するとともに、学校の教科横断的な取組事例を紹介することで、学校全体で消費者教育の推進を図ることの重要性について教員の理解を促すことができました。

また、東京都消費生活総合センター作成の高等学校向け啓発リーフレットを配布し、教室掲示のほか授業での活用、生徒及び保護者への配布、保護者会や面談での積極的な活用

を依頼したり、消費者教育コーディネーターの調整による出前講座や教材等の活用についても周知を図りました。さらに、校長連絡会等において、東京都消費生活総合センター主催の「教員のための消費者教育講座」や消費生活メールマガジンの配信、高校生向けの視聴覚教材等の活用についても情報提供を行いました。

次に、（２）小中学校等での取組です。

「教員のための消費者教育講座」、消費者教育コーディネーターの活用といった学校向け消費者教育事業や消費者教育DVDなどの消費者教育教材について指導主事等へ直接説明するなど、区市町村教育委員会を通じて各小・中学校へ適宜周知を行うことにより小・中学校における消費者教育の推進を図りました。

続きまして、（３）保護者に向けた取組でございます。

成年年齢引下げに伴う啓発チラシと消費者教育・啓発ノートを都内全高校の２年生とその保護者向けに１２万部配布し、啓発を行いました。

まず、今年で３回目となります成年年齢引下げに伴う啓発チラシですが、こちらのスライドの左側になります。この「１８歳がねらわれる！？」というものでございます。また、こちらではセンターへの相談件数が大きく増加することなどを盛り込みまして、保護者にも意識を高めてもらうような内容となっております。

そして、スライドの右側が、今年で５回目となりますが消費者教育・啓発ノートでございまして、こちらは高校の２年生に配布をしております。若者向け悪質商法被害防止キャンペーンのキャラクターの「ボク、カモかも…」を使っており、大変好評をいただいております。

次に、４ページ目のスライドでございまして、次に（４）教員への研修等支援でございます。

教員講座については夏休み期間中に実施してございまして、最新の消費者教育や指導方法を取り入れながら、授業で知識や情報が適切に活用されることを意識した講座を提供しています。今年度は「成年年齢引下げ」などタイムリーなテーマを設定し、最近の消費者問題の事例紹介や消費者教育教材の解説など、具体的な内容や手法を取り入れて、講義を１０回、実験を３回×２会場及びオンライン配信で実施しまして、延べで１，０７５人に受講いただきました。

続きまして、（５）消費者教育コーディネーターの配置でございます。

本審議会の答申を受けて消費生活部門と学校教育部門のより強固な連携を構築し、消費者教育事業を学校現場にこれまで以上に普及させるため、令和２年度からセンターに設置して活動を開始したものでございます。当初はコロナ禍の影響に伴い、思うような活動ができないこともあったのですが、今年度は配置人数も増え、年々、活動の範囲を広げているところでございます。こちらについては、センターから詳しく説明をさせていただきます。

次のスライドです、主に大項目「２ 注意喚起・情報発信」、こちらでございまして。

(1) 若者向け悪質商法被害防止キャンペーンの実施についてです。

都では、若者の消費者被害の未然防止・早期発見を図るため、関東甲信越ブロックで連携し、毎年1月～3月をキャンペーン期間として啓発活動を行っています。こちら後ほどセンターから説明をさせていただきます。

次のページ、(2) WEB等を活用した普及啓発についてです。

東京都のホームページ「東京くらしWEB」では、最新の情報を発信するとともに、連動したSNS、ツイッター、フェイスブックで拡散し、より多くの消費者に情報が届くよう啓発を行っております。昨年4月の成年年齢引下げに先立ち、くらしWEBに特設ページを開設して、消費生活関連相談FAQ等により注意喚起等を行っております。

続きまして、インターネット広告についてです。

先ほどお話ししました若者向け被害防止キャンペーンの一環として、今年度、新たにGDNを活用した若者向けのインターネット広告を実施する予定です。GDNとは「Googleディスプレイネットワーク」の略で、Googleの関連サイト等にターゲティング広告としてバナーを表示して、くらしWEB内の若者向け注意喚起記事に誘導するものです。2月から3月にかけて実施予定で、3万クリックを達成するよう事業を進めています。

次のページでございます。次に、(3) 消費者被害防止のための若者参加型事業の実施でございます。

こちらは、若者を対象に消費者トラブルをテーマにCMシナリオや動画を公募いたしまして、若者の消費者被害防止をアピールする事業でございます。こちら後ほどセンターから説明させていただきます。

次のページ、(4) 学校への情報発信でございます。

全都立学校教員及び希望のあった私立学校に向けてメールマガジンを配信したほか、教員向けの消費者教育情報誌「わたしは消費者」を発行・配布いたしました。これらの媒体のほか、校長連絡会・義務教育連絡会等で消費者教育コーディネーター制度と具体的な相談例を交えた活用方法を状況提供する等、各種周知を実施しております。

次に、大項目「3 区市町村支援」についてです。

消費生活行政職員等の知識や実務能力の向上のために都区市町村合同研修を実施したほか、多摩地域の市町村との共催講座の実施を通じまして、テーマや講師の選定などの講座開催に関するノウハウを提供したり、独自に出前講座を実施している区市町村においてテーマ、日程、対象者等の調整が困難な場合に東京都消費者啓発員を派遣して講座実施を支援するなど、市町村における消費者教育の推進を支援しました。

次のページ、最後の大項目「全世代に向けた消費者教育の取組」でございます。

(1) 事業者団体等と連携した消費生活講座でございます。こちらシンポジウムを7月に開催いたしまして、こちらにお示ししております227人の受講をいただいております。

真ん中のところ、(2) 消費者団体との協働事業ということで、10月に行いました

「くらしフェスタ東京」、こちらを開催いたしました。

右のほう、(3)計量に関する周知活動と教育の推進ということで、「親子はかり教室」、こちらを7月から9月に特設ウェブページを開設いたしまして、あと都民計量の広場のような消費者教育を行ってございます。

続きまして、次のページ、(4)エシカル消費の理解の促進ということで、今年度から新たに「T O K Y O エシカル」という取組を実施いたしまして、企業とも連携いたしまして新たな取組ということで進めているところでございます。昨年の12月に約90社のそのパートナーとなる企業・団体を発表いたしまして、こちらポンチ絵でお示ししておりますけれども、企業・団体の連携の下、情報発信ですとか体験の場の創出等、様々な事業を行うことでエシカル消費を日常にするための社会的ムーブメントを創出するプロジェクトを進めてまいります。

次に、11ページ目、最後に、来年度、令和5年度の主な取組予定でございます。

学校教育における消費者教育の推進では、全区市町村教育委員会を対象とした消費者教育・環境教育推進委員会を、義務教育指導課事業説明会として年間3回開催する予定でございます。また、消費者教育コーディネーター制度を一層活用し、さらなる消費者教育の推進を図っていききたいと考えております。

注意喚起・情報発信では、引き続き若者参加型の事業を行っていくとともに、契約や消費者トラブルについて学べるeラーニング教材等の作成、活用の促進を図っていきます。

次に、エシカル消費の理解促進におきましては、先ほど御説明申しました「T O K Y O エシカル」のさらなる展開として、パートナー企業・団体とともに、未来を担う子供たちに向けた取組や、エシカル消費に関する体験・体感企画などの協働事業を実施いたします。それとともに、現在実施しておりますHPやSNS等による情報発信について、都民等のエシカル消費の認知・関心の向上、行動喚起につながるような情報発信を強化してまいります。

私からの説明は以上でございます。

続きまして、別途配付しております資料で、消費者教育コーディネーター事業や若者向けの悪質商法被害キャンペーン等、先ほど別途センターから御説明いたしますと申し上げた点について、東京都消費生活総合センター活動推進課長より御説明させていただきます。活動推進課長 活動推進課長の馬淵です。

○企画調整課長 馬淵課長、よろしくお願ひいたします。

○活動推進課長 それでは、資料により説明させていただきます。

まず、消費者教育コーディネーターですが、資料には制度をスタートした令和2年度から現在までの事業の移り変わりを記載しております。初年度である令和2年度は、事業の広報や学校への相談対応といった基本的な内容でした。昨年度はさらにそれを充実させて、若者参加事業との事業間連携や、教育庁や私学部とのさらなる連携強化によって、例えば教科教育研究会や校長会での事業周知など充実を図っております。今年度はさらに中学校

等を担当するコーディネーターを新たに1名増員したところで、活動の幅も広げております。また、学校広報の充実も図っておりまして、効果が徐々に現れてきていると思っております。

本日は、数字のみの途中経過の実績報告となりますが、ページの下の方には今年度1月末現在の実績を載せております。広報活動や個別相談などについて、いずれも過去2年間の実績を上回っています。こちらは1月末現在ですので、年間の4分の3程度の数字であると考えていただければと思っております。例えば2段目、学校からの相談件数は、今年度は54、また3段目、学校コーディネートから消費者教育の実施につながった学校の数は22校と、現時点でも昨年度の2倍近い実績を上げているということが見てとれると思います。これによって、一番右下の、消費者教育に参加した中・高生の数は3,400人を超えていまして、学校現場で着実に消費者教育が進んでいるのではないかと考えているところです。現在、定量的内容ほか定性的な内容も含めて今年度の実績をまとめ、整理しているところです。

続いて次のページですが、若者向け悪質商法被害キャンペーンということで、関東甲信越ブロックで毎年1月から3月に連携しながら、合同キャンペーンとして展開している事業になります。画面の左下にありますのが注意喚起のポスター、リーフレットになりますが、こちらを都内の各種学校やネットカフェ、ボウリング場、消費生活センターなど若者が集まりやすい場所に配布したほか、啓発用の動画も作成してインターネット、ツイッターやYouTubeなどのSNSで、また、交通広告、街頭ビジョンなどでも配信、放映をしております。このほか、3月には併せて特別相談として若者トラブル110番を実施する予定です。

ここで、今回、都独自で啓発動画を作っておりますので御覧いただきたいと思っております。15秒版と30秒版の2本があり、今日は30秒版を流させていただきます。

#### (動画放映)

○活動推進課長 今、御覧いただいたのが「スイーツ真壁」でおなじみのプロレスラーの真壁刀義さんを起用しまして、「甘い話を簡単に信じるな」と力強いメッセージをいただいています。動画の再生回数は今朝の時点でYouTubeで18万を超えており、例年を超える再生がなされているところです。多くの方に見ていただいているものと思っております。

悪質商法の被害防止を呼びかけつつ、若者が一人で悩まないですぐに相談してもらえよう、消費者ホットラインのPRも併せてここで周知しています。

次に、消費者被害防止のための若者参加型事業について説明いたします。

センターでは、成年年齢引下げにより増加のおそれのある消費者トラブルを防止し、当事者意識を醸成するための事業として、令和元年度から若者が直接参加していく啓発事業を行っております。今年度は「CMシナリオ、動画コンテスト」事業で、右上の方にグリーンイラストがありますが、これがポスターです。CMシナリオ、動画の公募、それか



らプロによる映像の製作、SNS等を活用したプロモーションを展開しておりまして、8月の消費生活対策審議会の総会でも御報告をしたものとなります。6月から10月にかけては、CMのシナリオ等を募集したところですが、昨年度を上回る応募があったところでは、

今年度実施するに当たっては、前年度事業のヒアリングによる応募者側のニーズを事業に反映させました。具体的には、公募期間の延長を行ったほか、特設サイト、eラーニング教材の充実、学校向け掲示用ポスターの作成など、応募増につなげる工夫を行いました。

本事業につきましては、学校の授業や夏休みの課題などで取り上げていただき、生徒が授業や講座の中で成年年齢引下げの趣旨を学んだ上でシナリオを考える、そういった作業を通じて消費者トラブルの怖さとか自分にも起こり得ることだという気づきをさらに深めていただけたのではないかと、大きな啓発効果があったと思っています。

昨年の12月に審査会を行いました。審査委員としてメディアアーティストの落合陽一さん、女優の方など著名人やアーティストの方による審査会を経て4作品が最終の受賞作品として決定され、ただ今、受賞作を基にCMの映像を制作中です。3月には作成したCM動画をSNSとYouTubeで配信するほか、プロモーションとしてフォーラムでの放映も考えております。

応募数や受賞作品の詳細については、2月の下旬にプレスで公表する予定になっております。残念ながら今日はお見せできないんですけども、本日は、昨年度の受賞作を御紹介したいと思います。下に三つの作品について書いてあります。無料という言葉に惑わされず断ることの大切さを表現した作品、成年年齢を引き下げることによるリスクをだます側の視点から分かりやすく表現した作品など、いずれも中学生や高校生、大学生、社会人など若い方に御応募いただいた作品の中から選ばれたものになります。非常に力作だと個人的にも思っています。

動画についてはそれぞれ15秒と30秒版を作っており、1年間ほど公開しており、現在11万を超える再生数となっているところです。

それでは、その中で1本、啓発用の動画を御覧いただきたいと思います。今回は真ん中の作品、事業者目線で描いた「まだかな編」ということで、30秒版を御覧いただきたいと思います。

#### (動画放映)

○活動推進課長 ありがとうございます。

今年度4月に成年年齢引下げが行われ、若者の参加事業にも特に力を入れてきたところです。今年度得られた結果をしっかりと分析し、次年度事業に活かすとともに、引き続き教育庁さんや私学関係の部署の方々と緊密に連携しながら重点的に啓発を進めていきたいと思っております。

消費者教育推進協議会の先生方にも協議会の場でアドバイスをいただいたり、それ以外のところでも多くの御協力をいただきました。本当にありがとうございます。また、お世

話になることばかりが多くて大変恐縮ではありますが、引き続き御理解と御協力をいただければと思っております。

以上になります。

○企画調整課長 ありがとうございます。

事務局からの説明は以上になります。よろしく願いいたします。

○平澤部会長 ありがとうございます。

それでは、ただいまの報告を基に、皆さんのほうから御質問、御意見がありましたらお願いします。また、これに関連して、今後の消費者教育の在り方など自由に発言していただき、意見交換を行いたいと思います。

発言を希望される方は挙手ボタンを押してお知らせください。私のほうから順番に指名させていただきますので、御発言の際にはカメラとマイクをオンにさせていただいて、終わりましたら再びオフにするということをお願いいたします。

それでは、発言を希望される方、挙手をお願いします。

末吉さん、よろしくお願いします。

○末吉委員 御説明どうもありがとうございました。本当に様々な取組をしていただき、さらに令和5年度に実に幅広く多様な取組、施策を新しく加えていただき大変ありがたく思います。また、「T O K Y O エシカル」にも非常に力を入れていただいております、感謝申し上げます。

私からは、政策4の(3)の持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進の部分で、令和5年度の取組について幾つか意見を申し上げます。

まず、施策番号4-3-2の「廃プラスチック・食品ロスに係る資源ロス削減の推進」に関してですが、東京サーキュラーエコノミー推進センターを設置されるとのこと、非常にすばらしいと感じました。循環型社会を目指していくときに、やはり我々消費者がその循環の輪にどう入っていったらどういう役割を果たせるのかと、消費者の役割というのは非常に重要になりますので、ハブになるようなこういったセンターを設置していただけるということはとてもありがたいです。

消費者が循環の輪に入っていくことでどう社会が変化していくのか、どのように役に立っているのか、例えば自分が出したプラスチックが、その先何に変わりどうなるのかを知ることができると、消費者のモチベーションにつながるのではないかと考えています。

東京都とは関係がない話ですが、先日、鹿児島県の南種子町の循環の取組について知る機会がありました。住民が出した生ごみを自治体が回収しまして、それをコンポストして、そのコンポストされた土を有機農家さんたちが使い小学生たちと一緒に野菜を育てて、その野菜が最終的に小学生たちの給食に出るという取組です。自分たちが出したごみから野菜ができることに感動するだけでなく、自分たちが作った野菜だからすごくおいしいという経験ができると、これは結果的に体験を伴った教育につながる話にもなりますので、とてもすばらしいなと思いました。東京都の事例だけでなく、日本全国の地域の具体的な取組

についても知り、学ぶことができる場所になっていったらいいなと感じました。

それからもう1点、循環型社会を目指していく際に大切なポイントとしては、今までリデュース・リユース・リサイクルといった3Rが重要視されてきたと思うんですけども、世界においては修理可能性、つまりリペアビリティがすごく大事で、EUのサーキュラーエコノミーの行動計画の中にも大きな柱として「消費者が修理する権利」というものが立てられました。耐久性や修理可能性などに関する信頼できる適切な情報の開示などが事業者求められるわけですけども、事業者に向けても、このような世界の動きも踏まえてリペアビリティやエコデザイン的な観点も含めて伝えていけるような場にもなっているといいんじゃないかなと感じました。

長くて申し訳ないんですけども、もう1点だけ最後に。施策番号4-3-10の「省エネラベリング制度」ですが、これは☆印がついているので新しく加えられた施策だと思うのですが、これもとてもすばらしいと思いました。やはり省エネの段階で消費者ができることはたくさんありまして、大事なのはいかに消費者にとって分かりやすく見える化していくことだと思います。なので、ラベリングの制度で見える化することで、消費者が購入する際の助けになると思います。

省エネに関してもう1点だけ付け加えて申し上げますと、省エネなくして再エネなしというぐらい省エネはすごく大事で、今、住宅の断熱が非常に注目されています。これは施策番号4-3-16「ゼロエミッション住宅の普及促進」というところにも関わる話になりますが、生活者一人一人が暮らしの中で断熱をしていくだけではなくて、例えばですけども、企業や学校が断熱に取り組みやすいような都からのバックアップも大事かと思いました。

また東京都の事例ではありませんが、長野県にある上田高校では自治体の助けによって民間団体と一緒に断熱ワークショップが行われています。どうやら断熱効果が目に見えるように表れたということを知りましたので、このような視点も取り入れていただけたらありがたいです。

以上です。長くなって大変申し訳ありません。

○平澤部会長 ありがとうございます。

この持続可能な社会の形成に係る次年度の施策に対して非常に評価していただくような御意見もあったり、あるいは新しい指摘もありましたけど、何か都のほうで、何かお答えすることはありますか。特にいいですか。

じゃあ、十分意見として反映させていただければと思います。

そうしたら、続きまして湊元さん、お願いできますでしょうか。

○湊元委員 東京商工会議所の湊元です。

資料の3-③、(4)教員への研修等の支援のところ、講義10回、実験3回×2と書いてありますが、この実験というのは何なのか教えていただきたい。それから、その下の(5)の消費者コーディネーターの配置のところ、実績のところを見ますと、令和2

年度、令和3年度、令和4年度と非常に数値が伸びており、特に広報活動も強化して、その結果、非常に数値が伸びていると、非常にいいかなと思います。例えば個別相談のところで30件から54件に、大幅に伸びていますが、どんなような相談が伸びているのか、中身の記述があまりないので、特徴的な相談内容が分かれば教えていただきたいと思えます。お願いします。

これは、じゃあ御回答は。センターの馬淵さんですか。お願いします。

○活動推進課長 湊元委員、御質問ありがとうございます。2点お答えさせていただきます。

教員研修について、会場が飯田橋と多摩と会場が2か所ということで「×2」という表現としています。

今年度の扱っているテーマは、生活関連の主に生活安全のテーマが多く、衣料品のトラブルであるとか、灯り・LED、それからSDGsの取組などの講座となります。

先生方も関心が高く、家庭科や社会科の先生ですとか、学校の生徒指導の先生といったところからも参加がありました。

○湊元委員 それの実験というのは、その場で何か実験をするんですか。

○活動推進課長 コロナ禍だったため参加された個々の先生方にそれぞれ実験していただくということはできなかったんですけども、講師が壇上で実験したものをデモで、オンラインも併せてやっていたので、例えば、手元を大きく映すなどして会場でも分かりやすく、実験の様子やプロセスも含めて情報提供しました。

もう一つ、コーディネーターです。初年度は制度の始まりということで、制度概要についてのお問合せなど漠然とした相談が多かったんですけども、コーディネーターが学校に働きかけを行うなど事業が浸透していくにつれて授業での活用法など相談内容が具体性を帯び、深まっているというふうに感じています。

例えば、「この時間の中で、こういうテーマを、こういうふうにやりたいんだけど、それに適した教材・講師を紹介してほしい」ですとか、「消費契約法を学ぶ際に、成年年齢の引下げも踏まえ、効果的な映像・データを用いながら生徒に教えていきたいが具体的なプランを提示してほしい」などの声が多く寄せられています。

○湊元委員 ありがとうございます。

いずれにしても、関心も高まっているし、より深い質問や個別のところを下りていっているんで、そういう点から広報活動や政策普及活動が効果を上げていることが類推されます。

件数の報告のみならず中身や参加者の声なども加えた立体的な報告があればさらにいいと思いますので、よろしく願いいたします。

○活動推進課長 ありがとうございます。まとめをご報告する際には、今いただいたアドバイスを踏まえてお話ししたいと思います。

○湊元委員 よろしく願いいたします。

○平澤部会長 ありがとうございます。

そうしましたら、続きまして、東京都金融広報委員会の岡崎さん、お願いします。

○岡崎専門員 ありがとうございます。東京都金融広報委員会の岡崎です。お世話になっております。

大変有意義な取組を多数いただき、例えば動画でのアクセス件数も11万件に上るなど、成果を上げておられることを実感いたしました。私どもでも7月の講演会を共催させていただき、今年度はあらかじめオンラインと対面のハイブリッド開催の取組となりまして、私どもとしてもうれしく存じております。

当該講演会の参加者は、先ほど御紹介いただきまして200名台ということでございました。今日の御報告を伺いまして感じましたのは、大変な御努力と重点的な予算配分も感じられるすばらしい展開をされ、都の消費者教育施策に注目されている方が増えていますので、都の各施策に加えて消費者団体や市区町村等の取組についても、都のSNS等でも発信いただくとさらに消費者教育の効果が上がるかと存じます。

私どもでも金融広報アドバイザーの派遣、公開授業での講演会、他団体との共催でのオンラインイベント開催などをしておりますけれども、目的は非常に共通するものがございまして、若者に関心を持ってもらい、消費者トラブルを防止し、リテラシーを高めようという内容です。発信の面での御協力をいただければ、さらに都民の皆様にも有益な情報を届けられるのではないかと感じました。

2点目ですけれども、金融教育につきまして、東京都を国際金融都市にという知事の施策で学校教育における金融教育にもさらに働きかけていこうという施策を御予定されておられます。この件は別の部局でされているのですけれども、生活文化スポーツ局様との連携や情報共有もいただければと感じているところでございます。

3点目ですけれども、金融広報中央委員会が令和6年度中に金融経済教育推進機構という国の機構に承継される予定になっております。東京都金融広報委員会の組織や活動内容は不変の予定ですけれども、中央委員会のほうが国の機構に変わっていきまして、国の施策として金融教育を推進しようとしているという動きがございまして。

これは新しい資本主義実現会議で決まり、今国会で法案成立を目指しておられるという内容ですけれども、金融教育が国策として推進されると、投資しなければという風潮が強まるおそれがあります。投資詐欺を金融教育で防ごうという取組を弁護士会などでもいただいているところですが、ぜひそういう流れにもっていきたいなと思っております。金融教育そのものは生活者の目線に根差した生活設計や幅広い金融経済、お金の問題についての理解や判断力を高める活動として引き続き行っていきたいと思っておりますので、今後ともどうぞよろしく願いいたします。

お時間をいただき、ありがとうございました。

○平澤部会長 ありがとうございます。

○岡崎専門員 ありがとうございます。

○平澤部会長 特に都のほうで回答とかコメントはないですか。

じゃあ、ありがとうございます。

続きまして、柿野さん、お願いします。

○柿野委員 ありがとうございます。2点ほど話をさせてください。

非常に充実した取組をなさっているということで、本当に素晴らしいと思って御説明をお聞きしていました。

これまでの質問にあったことと共通するんですけども、これまでの政策評価は、出前講座を何回やったとか、教員講座が何回あって何人参加したとかというアウトプットの部分が中心に報告されるんですけど、やっぱりこれからはそれだけではなくて、それによってどのような、定性的な評価の部分も含めてどんな反響があったのかということも併せて、ここでもう少し詳細に御報告いただくと非常にいいのかなと感じました。

特に先ほども御質問があったように、消費者教育コーディネーターの配置がほかの自治体から見たときにも非常に参考になる取組だと思いますので、この活動のより具体的な内容や、そこでコーディネートを受けた学校現場の反応など、ぜひ定性的な評価も併せて開示していただきたいことが1点目です。

それから、先ほど岡崎専門員のほうからも金融教育の話がありました。そして、次年度もエシカル消費に関わる部分の取組も東京都のほうで意欲的な取組が様々なされるというようにお話をお聞きして感じたところなんですけれども、金融教育の取組みについても同様なのですが、例えば持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進、これをそれぞれの部局でなさると思うんです。それぞれが実施して、お互いの横のつながりであるとか、庁内連携であるとか、東京都として力強く進めていくための何かエンジンみたいなものが必要なんじゃないかなと聞いていて感じました。この辺りの庁内連携の仕組みがどのようになっているのかを教えていただけたらと思いました。

以上です。

○平澤部会長 ありがとうございます。

一つ目は意見で、二つ目が質問かと思えますけど、二つ目の庁内連携についてはどうでしょうか。

○企画調整課長 柿野先生、ありがとうございます。事務局の伊与です。

庁内連携のお話なんですけれども、今それぞれ持続可能な社会の形成の取組についても、環境局とかそれぞれ、各事業の中でそれに関連した会議体で関係局にも来てもらって、そこで必要な情報提供を図ったりだとか、連携をしているということもあるんですけども、本当におっしゃるようなもう全体のトータル的な横のつながりをみたいな話になると、そういう意味では、これまでなされている感じでもないのかなとは思っています。

なので、今後のところでその辺のやりようとしては、消対審にぶら下がっている中で連携会議みたいなものというのも仕組み上、用意されているものなので、そういったところで持続可能な社会の形成に向けた取組みみたいなテーマで情報提供だとか。今後連携してど

う効果的に進めていくかみたいなところの議論をしていくというのはあるかなと思いますので、そこは関係局とも相談した上でちょっと検討させていただければと思います。

○岡崎専門員 御回答ありがとうございます。ぜひ東京都として力強く進めていただきたいと思います。ありがとうございます。

○企画調整課長 ありがとうございます。

○平澤部会長 ありがとうございます。

そうしたら、続きまして、坪田さん、お願いします。

○坪田委員 坪田です。御説明ありがとうございます。

非常に消費生活、消費者教育の分野は広いのを重層的に取り組んでいただいて、年々それがきめ細かく充実していていることを感じながら御説明を伺いました。

幾つか意見と質問があります。かなり具体的な細かいところもあって恐縮なのですが、まず、資料の2-2でこれからの基本計画（改定）におけるというところですが、今年度、また来年度ともに、1-1-10と11辺り、子供の事故防止とか乳幼児の事故防止ということが書かれています。これにつきましては、小さい子供たちというのは自分で気をつけることができない部分もありますので、保護者、家庭の問題になってくると思います。

若い子育て世代の方々はやはり周りのことが気になり、SNSなどでのつながり、情報を求めているように感じております。特にコロナ禍、孤立、孤独ということも進んでいますので、情報発信が非常に重要だと思っています。

情報がある面、届いていない方々であると思うので、例えば子育て支援ということとの連動で、保育園とか幼稚園でも啓発、周知活動をしていただいているようですが、さらに乳幼児健診であるとか、保健所であるとか、様々な子育て支援の場、子供を持った保護者の方が働くための就労支援であるとか、そういった子育て関係の方々が集まる場所も活用して、ぜひ情報発信していただきたいと思いました。

この世代は、消費生活センターに対してあまり関係がないと思っている方も多いと思うのですね。こういったことも消費生活の問題であると、親子で消費生活行政とか消費生活センターのことを知っていただくと、今後の消費者被害防止にもつながっていくと思いますので、そういった連携をさらに強化していただければと思います。

それから、資料の最後のほうですが、ゼロエミッション住宅であるとか家庭の省エネとか環境にやさしいということが出ています。住宅リフォーム関連の会議などにも参加しておりまして、今、環境にいい住宅ということで補助金を出して進めるようなこともしています。そうすると、そこにリフォーム詐欺ではないですけども悪質業者も来ます。国土交通省と消費者庁も啓発のチラシなどを出しているのですが、その会議でも話が出たのですが、住生活について学んでいないということがあると思いました。家庭科で一応はあるのですが、あまり消費者問題ということまではつながっていないので、環境にやさしいよといわれ、リフォーム詐欺に引っかかってしまうこともあるので、正しいゼ

ロエミッション住宅への理解も必要だと思います。住宅、これは家庭科でやっていますけれども、家庭科の住の中に消費生活という観点も盛り込んでいけると思いました。例えば学校の先生に対して契約関連だけではなくても出前講座などができる部分も今後あるのではないかなと思っております。

それから、次に資料3でございまして、今、御質問いただいておりますので分りましたけれども、これはコーディネーターさんがこの54件の御相談に対応していらっしゃるということによろしいのでしょうかということが一つ確認です。

それからあと、コーディネーターさんがつなぎ役的な形で御活躍をされているのが分かるのですが、それには教材であるとか、啓発員の活動であるとか、教員の消費者教育へのスキルアップというのにも連動してくると思いますので、ぜひコーディネーターさんの活動がより盛んになるためには、一緒にうまい形で連携していけばいいと思っております。

それからもう一つ、資料の3-⑤インターネットの広告ということで、新しくバナー広告でやっていただくということで、すごいなと思いました。

このバナー広告は、具体的にはどんなところに貼り付けることを考えているのかということが質問です。

それから、資料の3-⑥、これは自分事として捉えていただくにはよい取組だと思いましたが、応募数が増えているのはとても心強いと思いました。30秒とか15秒でうまく面白くできているなと思って、もったいないなと思いました。

著作権の問題等々、契約のこともあるのかもしれませんが、ぜひ、今、子供たち、生徒たちはタブレットを持っていたりしますので、そこでも簡単につないで見られるようなことを周知いただきたいし、例えば学校でも流してもらおうととてもいいのかなと思いますので、ぜひいろいろなところで活用していただきたいと思っています。そういった計画があるかどうかお伺いします。

それから、資料の3-⑦ですけれども、学校へのメルマガ配信で、全都立学校教員とありますが、これは教員一人一人の端末、アドレスに向けて送っていただいているのか、例えば家庭科の先生とかなのか、その辺りを教えてください。

最後になりますけれども、来年度のところで、資料の3-⑩、2の注意喚起・情報発信のところで、CM動画を作ったりということで、これはぜひまたやっていただきたいのですが、次に「eラーニングの教材を作成し学校での活用」と書いてあります。このeラーニングは期待をしていますけれども、既に国もeラーニングを少し始めていて、その検討会でも話を伺って見学もしましたが、結局このeラーニングを先生がどうやって使うかと、これは先生が御自身の授業の中で部分的に取り入れてみるとか家庭学習の中で入れるとかいろいろな方法があると思うのですが、これをしっかりといただかないとeラーニングがより有効に使えないと思いますので、多分、既に計画の中にはあると思うのですが、eラーニング教材を活用した教員等の研修ということも更に充実してや



っていただきたいと思っております。その辺りも伺いたいと思います。

たくさんあって申し訳ございませんが、以上です。

○平澤部会長 ありがとうございます。

幾つか質問があったのでそれを確認したいと思いますけれども、まず、消費者教育コーディネーターの対応ですかね、対応をその個々のコーディネーターがやっているかということでした。これは馬淵さんのほうから。

○活動推進課長 1点目のコーディネーター事業の個別相談に関しましては、個々のコーディネーターが学校のニーズをよく聞き取授業のプランの提案などを丁寧にやっており、次のステップとなったものがコーディネート実績となります。

坪田委員の方から御意見をいただいているとおり、教材やコンシューマー・エイドといったこともセンターの資源を活用し、各事業とつなぎながら事業実施をしております。

先ほど湊元委員や柿野委員からもお話をいただいているんですけれども、ちょうど今、今年度、どういった取組をしているかということをもとめているところなので、また別の機会に皆様に定量的・定性的な御報告をさせていただければと考えております。

○平澤部会長 ありがとうございます。

それから、次は資料3の3-⑤のところのバナー広告ですかね、バナー広告はどういうところに貼り付けることを予定していますかという質問だったですか。

では、どうでしょう、どなたが回答ですかね。センターのほうで回答いただけますでしょうか。馬淵さんですか。

○活動推進課長 GDNになります。

○平澤部会長 G o o g l eの中にあって出てくるということですかね。

○活動推進課長 はい。

○平澤部会長 分かりました。

それから、3-⑥、この動画ですけれども、非常に分かりやすく、もったいないのではないかということで、学校で流したりする計画がありますかというような話でしたね。

○活動推進課長 平澤部会長、ありがとうございます。坪田委員からも評価していただいています。これ自体も非常に質が高いと考えていまして、今年度も、コーディネーターが動画を授業で使っていただく提案をし、学校での活用をしていただいております。また、コンシューマー・エイドの研修でも動画を紹介して、出前講座でも御利用いただくということなどもお願いしているところです。

○平澤部会長 ありがとうございます。

それから、もう一つ質問は、この3-⑦の学校向けメルマガの配信は教員一人一人に行っていますかという話でしたね。それはどうでしょう。

○消費者情報総括担当課長 消費者情報総括担当課長の加未でございます。御質問ありがとうございました。

各学校向けのメルマガでございますが、これは都立の高等学校の全教職員の方、教職員

でない方も含めて、個人端末に配信をさせていただいておりますので、しっかり現場にお届けできているものと思っております。よろしく願いいたします。

以上です。

○平澤部会長 ありがとうございます。

次にeラーニングについて、お願いします。

○活動推進課長 こちらも、坪田委員のおっしゃるとおり、学校でお使いいただいております。来年度に初めて取り組むのではなく、既に今年度準備に着手しているものでございます。来年度は内容をより充実していくという方向になります。

eラーニングの教材だけを学校にお渡しするのではなく、使い方を含めてお伝えするほか、例えば、家庭科、あるいは公民の先生などが、ご自身で授業をされない場合でも、私どもの講師とともに使っていただいております。なお、御自分で使われるときには、使いやすいポイントを丁寧に説明しながら負担なく需要での活用が可能となるようなサポートもさせていただいております。

また、授業中あるいは家庭で、例えば自宅学習といったリモート学習はどのようなお話があったと思うんですけれども、いずれも使っていると学校さんからは聞いています。

○平澤部会長 坪田さん、よろしいですか、確認ということで。ありがとうございます。

○坪田委員 はい、ありがとうございました。

○平澤部会長 ほかに挙手をされている方はいらっしゃらないですか。

そうしたら、私が個人的に多少意見をさせていただこうかと思えます。

皆さんもおっしゃっていただくとおり、非常に充実した内容だし、多岐にわたっていて非常に期待が持てるなというふうに思いました。それがまず第一印象であります。

その上で、この辺りをさらに頑張っていたら良かったところですけど、区市町村支援とか、あるいは小・中学校に対するサポートとかが重要なかと思っております。既にやっていたらという事だとは思いますが、どうしても契約とか18歳から成年とかという高校生に目が向いてしまいますけれども、この18・19に限らず日本の社会は契約というものについて弱いというか、というものをすごく感じます。それは、子供の頃、小学校、中学校とかでももう少し学ぶということも重要で、逆に言うと高校になってからでは遅いかもしれませんが、そういう取組が必要なんじゃないかなということをおもうので、その辺りをよろしく願いしたいと思えます。

その関係で、消費者教育コーディネーターが非常に重要だと思っていて、中学の取組等でも実際にやっていたらという事ですけど、小・中学校の中にもその消費者教育コーディネーターという制度が入っていったり浸透したりするといいかなというふうに思いました。

それから、皆さんの意見からも既にたくさん出ていますが、この消費者教育コーディネーターの取組のその実践例、先ほどセンターの馬淵さんのほうからは取りまとめてまた発表しますと、報告されるということでしたけど、ぜひしていただいて情報共有したほ

うがいいと思うし、消費者庁の動きなんかを見ていても、消費者教育コーディネーターがどれだけ広まったかというのについて都道府県で何件やっているとかそういう話に、どうしても件数になっていると思うんですね。それ自体は大切なことかもしれませんが、じゃあ何をやるのかとか、どういう取組をしたら効果があったとかということは全国的に広めるべきことだと思うので、その辺りの発信を東京都としてはやっていただきたいなというふうに思いました。

それから、金融経済教育との兼ね合いというのがちょっと気になっていまして、先ほど東京都金融広報委員会の岡崎さんがおっしゃっていた点、岡崎さんがすごくいい意見を言っていて、私はさすがだなとちょっと思ったんですけど。やっぱり投資、お金の教育というのはとても大事で、お金をどう使うとか、お金というものの意味とか、そういうことを消費者教育でやることはとても重要だと思います。一方、投資をして増やすというところにあまり力点がいきすぎてしまうと、消費者被害に結びつくのではないとか、あるいは正しい経済感覚が持てるのかとかいう懸念があります。

実際に被害事件を多く扱っていると、投資等、楽をして、もうかるような話がたくさんあってそれに簡単に引っかかるわけですね。それは若い人も若くない人も、皆そういう方向なので、投資を注意しましょうということの教育も金融経済教育にも、もちろん入ってくると思うんですけど、本当にインチキなものもあるけれども、インチキじゃなくてもなかなか消費者側には分かりにくい商品なんかもあるって十分注意しなくちゃいけないというふうに思います。

今後、国策としてそれが進むときに、東京都も先ほどの話だと担当の局が違っていたりして、ここの従来の消費者教育をやってきたところはまた違うところが入ってきたりするようですけど、やはり契約の責任とか消費者が事業者との間でどういう立場に置かれているかということの教育を十分やる必要があって、金融経済教育の重要性も、もちろんあるけれども、そちらだけに引っ張られないようにしていただきたいなというのが希望ですね。

それから、最後、もう1点ですけど、たくさん注意喚起とか広報とかをやっていて非常にいろいろ工夫されているなというふうに思いました。ただ、なかなか若い人に伝わるのは本当に難しく、どこまで伝わっているのかがよく分からないなというふうに思いました。その中で11万視聴されているとかいう数字はすごいなというふうに思ったりもしたところです。

先ほど坪田さんのほうから3-⑥のこの映像、動画がもったいないですねという話があって、確かにそうだなというふうに思いました。1本だけ見ただけですけど、結構面白かったりしますよね。

若い人の話を日弁連なんかのシンポなどで聞いても、なかなか動画を自分から見に行くということはないという話を聞いて、自分の関心があるものは見るけどということを知ったりしました。なので、こういう作品をいろんな、YouTubeとかTikTokとかそういう広告の中に混ぜ込むとか、15秒じゃなくて5秒のものを作るとか、そう

いう工夫で何かほかのものを見ているときにちょっと入ってきちゃうとかは考えるといいのかなと思ったところです。

それから、さっきもちょっと、細かい質問ですけど、3-④のところに交通広告というのが出ていて、交通広告も若い人も電車に乗るので結構目を引くものだったら見るのかなとか思うんですね。電車の中は大体みんなスマホを見ているような気もしなくもないですけど、それでも見るのかなと。

これ都営地下鉄と書いてあるんですけど、東京メトロはやっぱり難しいんですかね。JR山手線と都営地下鉄と書いてあって、東京メトロだともう少し路線も多いしなんていうふうに思いましたが、これは何か制限しているわけではなくて、たまたまそうなっているということなんでしょうか、大した質問じゃありませんけど。

私は広めるには交通広告も一つの手段かなと思うのと、あと、ちょっと話が戻りますけど、やっぱり学校で話すということは多少聞いていないような感じもあるにしても、先生が言っていたなとか、あるいは学校で動画を見たりするというのはやっぱりインパクトがあるのかなと思うので、そこは充実させてもらえればなというふうに思いました。

以上です。その交通広告のことだけ、お答えいただければと思います。

○活動推進課長 平澤先生、ありがとうございます。

おっしゃるとおり確かに費用の限度があります。全部やりたいところなんですけれども、まずは、優先順位づけをしています。山手線と、あとは残ったところを有効活用しているのが実情です。

○平澤部会長 分かりました。ありがとうございます。大変ですよ。了解です。

私の意見はそんなところですが。

はい。

○消費生活部長 委員の皆様からいろいろと御意見をいただきまして、ありがとうございました。特に他局というか局がまたがるような課題、金融ですとか、あと環境、子供というようなところの御意見が多かったかと思います。局が違うということではなく、しっかりと連携して今後もやっていきたいと思いますので、引き続きどうぞよろしくお願いします。ありがとうございました。

○平澤部会長 ありがとうございます。

ほかにありませんか。

(「なし」の声あり)

○平澤部会長 そうしましたら、様々な意見がたくさん出まして非常に有意義だったと思います。事務局は、本日、委員からいただいた意見に留意しながら各施策を積極的に進めていただければと思います。

本日の議事は以上になります。

最後に、事務局から連絡事項があればお願いいたします。

○企画調整課長 ありがとうございました。いただいた意見を踏まえて、今後、施策を推

進してまいりたいと思います。

事務局からは以上でございます。

○平澤部会長 ありがとうございます。

これもちまして、第1回消費者教育推進協議会を閉会させていただきます。

御協力ありがとうございました。

午前11時26分閉会