

第 2 7 次東京都消費生活対策審議会

第 2 回東京都消費者教育推進協議会

令和 6 年 2 月 7 日 (水)

オンライン

(午後1時32分 開会)

○企画調整課長 それでは、会議を始めさせていただきます。

本日は、皆様お忙しい中、御出席いただきまして、誠にありがとうございます。本審議会の事務局を担当しております、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。どうぞよろしく願いいたします。

まず、消費生活部長より、御挨拶申し上げます。

○消費生活部長 消費生活部長の片岡です。

本日は、お忙しいところ、東京都消費者教育推進協議会に御出席いただき、ありがとうございます。

本協議会は、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、消費者教育の総合的な推進のため、情報交換や協議等を行うものでございます。今年度は、昨年度改定いたしました東京都消費生活基本計画の計画期間の1年目となっております。基本計画は消費者教育推進計画を兼ねておりまして、様々な消費者教育推進の取組を盛り込んでございます。

本日は、若年層への取組を中心としながら、昨今の相談事例で急増しておりますマッチングアプリの使用についての注意喚起や、社会問題となっております悪質ホストクラブに関する注意喚起など、時勢を捉えた情報発信の取組なども含めまして、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。

また、本日は、東京都の金融経済教育の取組といたしまして、当消費生活部から御報告させていただきますとともに、東京都におきまして、本年度新設されましたスタートアップ・国際金融都市戦略室より、金融リテラシー向上支援事業につきまして御報告させていただきます。

ぜひ委員の皆様より、忌憚のない御意見を頂戴できたらというふうに考えております。

甚だ簡単ですが、私の冒頭の挨拶とさせていただきます。本日はよろしく願いいたします。

○企画調整課長 それでは、会議の進行を、部会長の平澤委員にお願いできればと存じます。平澤部会長、よろしく願いいたします。

○平澤部会長 ただいまから、第27次消費生活対策審議会第2回東京都消費者教育推進協議会を開催いたします。私は、部会長を務めます平澤です。どうぞよろしく願いします。

最初に、事務局のほうから定足数の報告と、配布資料の確認をお願いします。

○企画調整課調整担当 事務局の守田でございます。

本日の出席状況について、御報告させていただきます。

本部会は、委員6名、専門員3名で構成されており、御出席いただいております委員の方は6名、全員の御出席をいただいております。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総会開催に必要な定足数を達しておりますこ

とを、御報告申し上げます。

なお、本会議は原則公開とし、本日の会議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、資料の確認をさせていただきます。

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、資料2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施策一覧、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（令和5年度実績・令和6年度予定）、資料4がスタートアップ・国際金融都市戦略室の金融リテラシー向上支援事業の全体像、資料5が東京都の消費生活行政における金融経済教育、参考資料といたしまして、東京都消費生活基本計画令和5年度取組実績・令和6年度取組予定調査票、それから専門員の岡崎先生から御提供いただきました、東京都金融広報委員会様のセミナーの御案内チラシでございます。

資料2と資料5に、若干修正がございまして、オンラインでは修正後の資料を共有させていただき、大変恐縮ではございますが、会議後に修正後の資料をお送りいたします。

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等について、事務局から御報告させていただいて、委員の皆様から御意見をいただくというふうにしたいと思っております。

それから、本日は、金融経済教育についても御報告がありますので、続けてお願いいたします。

では、説明を事務局のほうからお願いいたします。

○企画調整課長 事務局より御説明させていただきます。

まず、資料2でございますが、こちらは今年度の4月から始まりました東京都消費生活基本計画5年間の取組のうち、消費者教育に係る部分をピックアップしたものでございます。こちら、後ほど御参照いただければと存じます。

続きまして、資料3を御覧ください。

こちら、基本計画の具体的施策のうち、消費者教育に関する施策につきまして、今年度の令和5年度の取組を中心にまとめているものでございます。また、最後に、来年度、令和6年度の主な取組予定を掲載しております。

それではまず、令和5年度の取組について御説明させていただきます。

令和5年度の取組については、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、四つの大きな大項目にまとめております。それぞれ説明いたします。

まず、2ページ目、スライド1をお開きください。

最初の大項目、学校教育における消費者教育の推進でございます。

(1)は高等学校での取組です。教育庁におきまして、昨年度から成年年齢引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行っております。本研修会においては、弁護士、消費者教育コーディネーターからの講演、教員からの事例発表などを行い、理解を深めていただくことを目的としております。

こちらの研修会には、家庭科や公民科を中心とする全都立高校の教員が参加しており、消費者教育の課題を共有し、今後の教育の推進について理解・検討を促すことができたという報告を受けております。

また、高校生向けには、消費者教育コーディネーターが出前講座や教材等の活用の周知を行いました。

さらに、校長連絡会等において、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の情報提供をいたしました。

(2)の小中学校等での取組でございます。

先ほどの高等学校同様、小中学校におきましても、センターと教育庁が連携して進めているところでございます。区市町村教育委員会の指導主事等が参加する、消費者教育に関する説明会がございまして、こちらに都センターの課長代理が出向いて、教員のための消費者教育講座やコーディネーターの活用などの事業や、また、消費者教育DVDなどの教育教材について説明をいたしております。区市町村教育委員会を通じて、教材等の活用につき、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を推進しております。

続きまして、(3)の保護者に向けた取組でございます。

こちら、啓発チラシとノートの配布を行っておりますが、詳しくは次のページで御説明をさせていただきます。

まず、成年年齢引下げに伴う啓発チラシでございますが、こちら、今年度で4回目の配布となります。今映しておりますスライドの左側、「18歳が、ねらわれる!？」というものでございます。

18歳の高校生は、成年になるとはいえ、まだまだ保護者の下で生活している世代ですので、高校生への教育が必要ということはもちろんですが、保護者にも理解を深めていただき、適切な声かけをしていただくことが、被害防止や消費者教育に重要であると考えております。

18歳がなぜ狙われるのかということや、成年年齢引下げの前後で18・19歳の相談件数が大きく増加してい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リーフレットの内容となっております。

そして、スライドの右側が、今年度で6回目となりますが、高校2年生に配布しております消費者教育・啓発ノートでございます。こちら、都内の全高校の2年生に配布してお

ります。

漫画などで、若者に被害が多い悪質商法の事例を分かりやすく紹介し、問題点を考えさせ、気づきを促すような構成となっており、理解を深める工夫をしております。

次のスライドに移ります。

(4) 教員への研修等支援でございます。

学校での消費者教育の取組が年々進んできているところでございますが、さらなる定着を図るため、教育庁等と連携し、実際に消費者教育に関する授業や、生徒指導を行う教員を支援する必要があると考えています。

教員講座については、社会情勢を踏まえた最新の消費者問題を取り上げるほか、オンラインツール等を活用しながら、教員の負担軽減と利便性向上を図るなど、内容の充実、環境整備に取り組んでおります。授業ですぐに活用することができる実践的な内容であることを意識した講座を提供してございます。

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。

こちら、令和2年度から消費生活総合センターに設置して活動を開始しておりまして、高等学校、中学校、特別支援学校と、活動範囲を広げてきております。こちらについては、後ほど消費生活総合センターから詳しく説明をさせていただきます。

次のスライドになります。

大項目の2、注意喚起情報発信でございます。

まず、(1) WEB等を活用した普及啓発についてです。

こちら、東京くらしWEBでは、消費者への注意喚起やアドバイス、相談FAQ、楽しく学べる動画やクイズ形式の教材など、総合的かつ時勢を捉えた消費生活関連情報を、簡潔で伝わりやすい表現等を工夫して提供しております。

具体的な事例としまして、資料の左側の「消費者情報の入り口」というところの紹介でございますが、こちらが身近で代表的なトラブルと、その対応を網羅的に取り上げたものとなっておりますが、閲覧者の方が負担なく閲覧できるように、また、情報を見つけやすいように、優しいイラストと簡潔な文章で情報提供するように心がけて作成しております。このページに関連するページへのリンクが張っておりまして、消費者の興味関心に応じて必要なページに誘導していかれるように工夫をしております。

また、資料の右側のように、時勢を捉えた情報発信の一例として、消費者からの相談が急増しております、マッチングアプリをきっかけとした消費者トラブルに遭わないための情報提供なども、WEBを活用して行っております。

その次のページ、マッチングアプリの普及啓発になります。こちら、近年相談が急増しておりますので、リーフレットと動画を作成しまして、若者が集まるイベントですとか施設、また、ターゲティング広告等で注意喚起、普及を図っております。

今、参考に、その動画のほうを実際に画面で見ただけだと存じます。お待ちください。

(動画視聴)

マッチングアプリを上手に利用しましょう

<https://youtu.be/PhhzNFlzvrC>

○企画調整課長 このように、具体的な注意点等を盛り込んで、普及啓発を行っています。また、資料のほうに戻ります。少々お待ちください。

次のページに移りまして、こちら悪質ホストクラブでの高額な請求等に関するトラブルへの注意喚起ということで、昨年の秋ぐらいから報道等でも問題になっております悪質ホストクラブの関係について、こちら、同じ生活文化スポーツ局の都民安全推進部と連携いたしましてリーフレットを作成いたしまして、これも若者が集まる施設とか、あと、新宿の街頭などで配って、注意喚起を行っているところがございます。詳しくは、こちら、資料にQRコードを掲載しておりますので、ぜひ後ほど御参照いただければと思います。

次のページに行きまして、(2)若者向け悪質商法被害防止キャンペーンについてです。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月から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。こちらにつきましても、後ほど消費生活総合センターから詳しく説明をさせていただきます。

次のページに移ります。

(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、若者を対象に、消費者トラブルをテーマにCMシナリオ及び動画を公募いたしまして、若者に消費者被害防止をアピールする事業でございます。こちら後ほど消費生活総合センターから詳しく御説明をさせていただきます。

次のページになります。

続きまして、(4)学校への情報発信でございます。

全都立学校教員、また、希望のありました私立学校に向けまして、メールマガジンを配信しております。また、教員向けの消費者教育情報誌「わたしは消費者」を発行、配布しております。

これらの媒体のほか、校長連絡会、義務教育連絡会等でコーディネーター制度と、また、具体的な相談例を交えた活用方法をお示しするなど、周知を図っているところがございます。

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、講座開催に関するノウハウを提供したり、区市町村実施の講座に東京都消費者啓発員、コンシューマー・エイドを派遣して講座の実施を支援するなど、区市町村における消費者教育の推進を支援しております。

支援実績は資料にありますとおりでございますが、支援を通じて、都全域で消費生活行政の底上げを図ることで、区市町村における消費者教育の体制強化につなげているところ

でございます。

次のページです。

最後の項目、4、全世代に向けた消費者教育の取組でございます。

(1) 事業者団体と連携したシンポジウムの開催、(2) 消費者団体との協働で実施しております消費者月間事業、くらしフェスタにつきましては、コロナ禍において、ここ数年はオンラインで実施をしていたところ、今度は4年ぶりの会場開催を実現いたしました。新宿駅西口会場で約1万8,500人の御来場をいただきました。

また、(3)でございますが、計量に関する周知活動と教育の推進として、夏休み期間に実施する親子はかり教室について、今年度は57組の参加がありましたほか、WEB版として動画を公開するなど、広く周知を行いました。

こうしたイベント等の取組に加えて、動画の活用、報道機関への協力等、様々な手段により、正しい計量の大切さに対する意識の向上を図ることができました。イベントに関しては、会場開催とオンラインを併用し、多くの方の参加をいただけるように工夫を行っています。

次のページでございます。

続きまして、エシカル消費の理解の促進の取組でございます。

エシカル消費については、令和4年の12月に新たなプロジェクト「TOKYOエシカル」をスタートさせました。こちら、資料でお示ししているのは、TOKYOエシカルの今年度行っている事業の概要でございます。

エシカル消費に資する取組を行う企業・団体に、パートナーとして御参加をいただき、都とパートナーが連携して、WEBやSNSでの情報発信、また、エシカル消費を都民に体験していただくための協働事業を実施しております。パートナーについては、現在約220の企業・団体に御参加をいただいております。

この中で、特に子供向けの取組として、資料の右下のほうに、子供向けエシカル体験ツアーというのを示しています。こちらについて御説明をさせていただきます。

こちらは、小中学生の子供とその保護者を対象に、パートナー企業のエシカルな取組の見学や体験を通じて、子供たちにエシカル消費に触れていただくという取組でございます。

ちょっと小さくて、見えづらくて申し訳ないですけれども、写真はその第1回のイケア・ジャパンと共同して行いましたツアーの様子で、実際にイケアの店舗内でサステナブルな素材で作られた商品やリサイクルの方法について学習した後、普段の生活で自分にできることを考えるワークショップを実施いたしました。

近年では、小中学校の授業でSDGsについて学ぶ機会があるため、参加した子供たちは、エシカル消費についても非常に意欲関心が高く、また、保護者の方へのアンケートでも、子供にエシカル消費について知ってほしいという意見を多くいただきました。

現在、こちらのエシカル体験ツアーの様子を元に、子供たちがエシカル消費について学ぶことができる動画を作成しております。今後、TOKYOエシカルのウェブサイトや

東京くらしWEB等で掲載していく予定でございます。

最後に、令和6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回開催する予定です。また、学校教育における消費者教育の推進として、大学との連携もさらに進めてまいります。消費者教育コーディネーターの増員や、大学等の新入生オリエンテーションでの出前講座など、取組を拡大してまいります。

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、若者消費者トラブルに関する注意喚起には、特に力を入れてすることといたしております。動画の作成・放映や、ターゲティング広告の実施などを予定しております。

また、エンカル消費の理解促進におきましては、引き続き東京エンカルの展開を進めてまいります。さらなる実践の拡大を目指すとともに、子供・若者を対象としたワークショップなど、都民の学び・体験・発信の場を拡充してまいります。

私からの説明は以上となります。

続きまして、先ほどセンターのほうから御説明させていただくと申し上げた部分について、センターの活動推進課長より御説明をいたします。あわせて、その事業実施における気づきや成果、受講者からの反応などについて、実務担当者からも御報告させていただきます。

それでは、センターのほうからよろしく申し上げます。神谷課長、よろしくお願いたします。

○活動推進課長 消費生活総合センターの神谷と申します。よろしくお願いたします。

まず、消費者教育コーディネーターですが、資料には、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ございます。初年度の令和2年度は、事業の広報ですとか、学校相談の対応といった基本的な内容でしたが、昨年度は中学校の担当を新たに設置しました。あと、学校からの要望の強いアクティブラーニングの構築など、より充実した積極的な内容に変わりつつあります。

今年度につきましては、東京都教育相談センターをはじめ、多様な機関との連携進展に努めるとともに、特別支援学校や定時制高校へもコーディネートの対象を拡大しております。ページ下には、今年度12月末現在の実績を載せてございます。

この消費者教育コーディネーターの活動の詳しい内容につきまして、担当課長代理の伊藤から御説明申し上げます。

○活動推進課課長代理 東京都消費生活総合センター活動推進課の伊藤と申します。

私からは、コーディネート内容や学校側からの反応などを中心にお話しいたします。具体的には、中学校、特別支援学校、定時制高校の三つについてお話しいたします。

まず、中学校におけるコーディネートと学校側からの反応です。

中学校においては、1年生から3年生までを対象に、学校行事であるセーフティ教室に



おいて行う出前講座のコーディネートや、3年生を対象に、社会科の授業において若者参加型事業と連携したコーディネートなどを実施いたしました。

生徒からは、「私たちはよく考えて契約する必要があるし、どう気をつけていくべきかを学ぶことができた。」「消費者である私たちには、消費者教育を受ける権利があるのだと授業で学んだが、今回の講座もそのうちの一つなんだと思うと、本当にありがたいなど感じた。」「成年年齢が引き下げられたことで起きるトラブルの解決策が分かった。」などの感想がありました。

外部の講師により実施することで、生徒にとっても新鮮で、より実践的な消費者教育につながったのではないかと感じました。

次に、特別支援学校です。

特別支援学校のコーディネートは、今年度から動き始めたものですが、在校生を対象にしたものだけではなく、卒業生を対象とした講座もコーディネートいたしました。これは、社会で働く卒業生が集まる機会を設けている特別支援学校があり、そこでの時間を1時間ほどいただいて実施したものです。

事前に先生と綿密な打合せを行い、生徒の理解度に応じて教材をアレンジ、例えば振り仮名を振るなどするとともに、講師を派遣する際は、話すスピードや用いる語句なども配慮いたしました。

先生からは、「具体的なテーマで、社会に出ている生徒にとっても参考になった。」「断り方のロールプレイングで、生徒が積極的に講座に参加してくれてよかった。」というような声をいただきました。

最後に、定時制高校です。

こちらは、3、4年生のロングホームルームの時間を活用して、若者参加型授業とタイアップした消費者教育を実施いたしました。具体的には、落語を聞いていただいた後、マルチ商法等に関する講座を行い、最後にCMシナリオを考える時間を設けて、消費者トラブルを自分事として捉えてもらうという流れです。

生徒からは、「これまでも消費者教育を受けてきて、もう学ぶことはないと思っていたが、時代や社会の変化に合わせて詐欺の手口もどんどん変わっていくので、気を引き締めることができたように思う。」「あと半年で18歳になるので、消費者としての意識を持とうと思った。」などの感想がありました。

最新の手口等を紹介することで、学校の授業等で消費者教育を受けていても、自分の知識を更新できたと捉えていただくことができ、コーディネートの意義を感じました。

以上が、コーディネート内容と学校側からの反応になります。

電話連絡やメール連絡、学校に訪問しての打合せなど、コーディネーターが学校と双方向のコミュニケーションにより綿密な連携を図り、学校側の状況や希望に応じたコーディネートを丁寧に行ったからこそ、生徒もより実践的な内容として感じることもできたのではないかと感じています。来年度も引き続き、1校1校、学校に寄り添い、要望などを踏

まえ、実践的な消費者教育につながるコーディネートを進めていきたいと思っております。  
私からは以上です。

○活動推進課長 続きまして、資料3-⑤の若者向け悪質商法被害防止キャンペーンに移りたいと思います。

先ほどもありましたように、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月から3月をキャンペーン期間として啓発活動を行っております。

注意喚起のポスター、リーフレットを都内の各種学校やネットカフェ、消費生活センターなどに配布したほか、啓発用動画を作成し、インターネットやSNS、交通広告、街頭ビジョンなどで配信・放映しております。そのほか、3月には特別相談「若者のトラブル110番」を実施予定です。

それでは、ここで今回制作いたしました啓発用動画をお見せしたいと思います。30秒版と15秒版がございます。30秒版は主にYouTube、15秒版はXで流しております。

(動画視聴)

あやしいと思ったらすぐ相談！(若者向け悪質商法被害防止：30秒Ver.)

<https://www.youtube.com/watch?v=g4qpBg7Jhmo>

こんな言葉にご用心！(若者向け悪質商法被害防止：15秒Ver.)

<https://www.youtube.com/watch?v=4zzyXMj2szU>

(掲載ページ)

[https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/center/campaign/wakamono\\_press.html](https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/center/campaign/wakamono_press.html)

○活動推進課長 以上でございます。

2月1日現在で、約7万8,000回の再生回数となっております。そのほか、東京都のホームページでも御覧いただけます。

続きまして、資料3-⑥、若者参加型事業の実施について、御説明いたします。

こちらの右上が今年度のポスターですが、下のほうは昨年度の実績となっております。これは令和元年度に始めたものでございますが、今年度は前年度に引き続き、CMシナリオ・動画コンテストと題しまして、CMシナリオや動画の公募、さらにそれをプロによる映像で制作し、SNS等を活用したプロモーションを展開することとしております。6月から10月にかけて募集いたしまして、7,000件を超える応募がございました。学校の授業等で取り上げていただいたことで、生徒が授業や講座の中で成年年齢引下げの趣旨を学び、シナリオを考える作業を通して、消費者トラブルの怖さや自分にも起こり得ることだという気づきをさらに深めることができたという点で、効果があったものと考えております。

また、昨年12月に、女優、YouTuberなど著名人による最終審査会を経て、今

年度の4作品の受賞作品を決定したところです。現在、受賞作品を元に、CM映像作品を制作中でございます。今後、SNS、YouTubeでの映像放映やフォーラムの開催などを予定しております。

それでは、ここでまた今回の応募作品の中から優秀賞を得た投稿作品を1編御紹介したいと思います。中学生が作ったもので、これを元に今後プロによる制作を行うこととなります。

(動画視聴)

STOP! 若者の消費者トラブル CMシナリオ・動画コンテスト

R5 優秀賞 (漫才の作品)

<https://www.youtube.com/watch?v=UG13CLvzDRQ>

○活動推進課長 今後とも、教育庁をはじめとした関係部署と緊密に連携しながら、成年年齢を迎える若者等に、引き続き重点的に啓発を進めていきたいと考えております。

こちらからは以上です。

○企画調整課長 次に、東京都の金融経済教育の取組について、御報告をさせていただきます。

まず、資料4、金融リテラシー向上支援事業について、スタートアップ・国際金融都市戦略室から御説明させていただきます、次に資料5、消費生活行政における金融経済教育について、消費生活部のほうから御報告をさせていただきます。

それでは、中村課長、よろしく申し上げます。

○国際金融都市担当課長 スタートアップ・国際金融都市戦略室の中村と申します。

私どものほうでは、国際金融都市東京を実現するための諸施策に取り組んでいるんですけども、その中でも、一般都民の方の安定的な資産形成に貢献するというのも大事であろうということで、金融リテラシーの向上に関する取組も始めております。

従前は、今こちらで表示されているスライドの(3)の、特に若い方をターゲットにしたイベントの開催というのを行っておりました。先ほどの御説明でありましたような成年年齢の引下げですとか、それを踏まえた学習指導要領で金融教育の内容が拡充されることなども意識して、若い方をターゲットにしてイベントの開催を行っていました。それに加えて、さらにもう一步取組を進めたいということで、今年度、令和5年度からは、二つ新しく事業を開始しています。

一つ目が(1)の無関心層への働きかけということで、どうしても若い方で関心がないと、なかなかいろいろな情報が幾らありふれていてもアクセスしないということになってしまうかと思っておりますので、まずは初めの知るきっかけを作っていこうということで、アンバサダー、著名な方を起用して、情報発信というのを行いました。

アンバサダーは、若い方をターゲットにしてということで、タレントの山之内すずさんと、あと、もう少しお兄さん役で、かつ、投資なんかの経験も豊富なフリーアナウンサー

の青木源太さんのお二人に、アンバサダーになっていただきました。例えばですけど、私どものほうでも動画を作成しまして、短い動画で最も再生回数が多いものですと、先ほど見たら149万回の再生というのがあります。

そのほか、若い女性をターゲットにした雑誌のほうに広告記事を掲載したりといったこともやっております。

もう一つの新しい事業というのが、(2)の企業や学校等への講師派遣事業というものになります。

ちょっと次のスライドに移っていただいてもよろしいでしょうか。ありがとうございます。

こちらなんですけれども、いろいろな分野で、今、出張授業、出前講座ですとか、企業に向けてセミナーの専門家を呼んでセミナーを行う研修なんかも含めてですけど、そういった取組はいろいろあるかと思うんですけれども、その派遣する学校さんですとか、一般の企業さんと、こういう内容、金融に関する内容を教えられる人というのが、東京都が間に立ってマッチングをするような、そういった事業を今年度から始めています。なので、対象は大体小中高大、あと一般の企業でのターゲットにしています。

教えられる方というので、今、右下のほうに参加いただく講師ということで幾つか例を挙げておりますけれども、金融関係の団体さんもありますし、個別の金融機関さんもございます。本日参加いただいている柿野様にも御参画をいただいております。ありがとうございます。

現状ですけれども、申込み状況としては、小中高校、学校のカテゴリーと一般企業とでちょうど大体半々ぐらいでお申込みいただいております。小中高のバランスというのも、期せずしてなんですけど大体同じぐらいで、いろいろなところから申込みもいただいております。

大体、そうですね。今のところで、実施しているのが50件超ぐらいですか。あと、講師として参加したいですという方が大体100名程度、今集まっているような状況となっております。

すみません、次のスライドをお願いいたします。

こちらが、従前から取り組んでおりました一般の方向けのセミナーですけど、今年度1回、2回、全3回で行いました。昨年度まではコロナ禍ということもあって、完全にオンラインのみでのイベントでしたけれども、今年度は新しく、第3回目のところだけですけども、有観客で、オンラインとハイブリッドの形で開催しました。そういったこともあって、3回目については、先ほど御案内したアンバサダーのお二人にも実際に御登壇をいただいて、イベントを開催しております。

ひとまず、私からの御案内は以上となります。ありがとうございました。

○企画調整課長 ありがとうございます。

続きまして、資料5のほうで、東京都の消費生活行政における金融経済教育の取組につ

いて、御紹介させていただきます。

こちら、先ほどご説明いたしました内容から、金融経済教育に関わる部分を抽出したものでございます。

まず、最初、セミナーの実施ということで、当消費者教育推進協議会も専門員として岡崎事務局長に御参加いただいておりますが、東京都金融広報委員会様と、こちら連携いたしまして、共催にて実施しているセミナーでございます。令和4年度、令和5年度と、一般向けのセミナーで著名人の方に講義をいただく形で実施しているところでございます。

続きまして、次のページに行きまして、各種講座等の実施でございます。

年齢層に応じた金融経済の消費者教育を行っております。資料では一例を御紹介しておりますが、学校向け、高齢者見守り人材向けなど、様々な対象向けの出前講座、消費者問題マスター講座、親子夏休み講座などにおいても、金融商品やお金の使い方などをテーマとして取り上げて、プログラムを実施しております。

また、次のページになりますが、4コマ漫画を使いながら、世代別の注意喚起や役立つ知識などを紹介した読本なども作成しております。東京くらしWEBにも掲載をしております。

次のページに行きまして、消費者教育教材も様々なものを作成しております。資料で御紹介しておりますのは、主に高齢者を対象としたキャッシュレス決済について学ぶことができる動画でございます。令和10年3月まで、東京くらしWEBから自由に御覧いただけるようになっています。

続きまして、次のページでございますが、東京くらしWEBのほうで、消費者の注意喚起情報として、これまでに載せている金融関係の注意喚起・情報提供等をお示ししております。

以上、金融経済系の消費者教育について御説明をさせていただきましたが、金融商品取引法等の改正、金融経済教育推進機構の設立等の趣旨も踏まえまして、都民の消費生活の安定と向上を図り、都民が取引や商品等の選択をする際に、冷静かつ合理的な判断をすることができるように、消費者教育を一層効果的に推進してまいります。

先ほど説明のあったスタートアップ・国際金融都市戦略室とも連携、情報交換しながら、今後も引き続き効果的な消費者教育施策の展開を行ってまいりたいと思います。

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、ただいまの報告を元に、御質問、御意見がありましたらお願いいたします。また、これに関連して、今後の消費者教育の在り方などを自由に御発言いただき、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を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させていただきたいという形をお願いいたします。

それでは、御発言おありの方、お願いいたします。

じゃあ、小野さん、お願いいたします。

○小野委員 小野でございます。御説明いただきまして、ありがとうございました。私からは、コメントと質問を一つずつ申し上げます。

まず、コメントでございますが、冒頭に、マッチングアプリや悪質ホストクラブをきっかけとしました消費者トラブルへの啓発事業をいただいていたたり、また、対面でのイベントも再開をされていることなど、承知をいたしました。

さらに、学校などでの具体的な消費者教育の展開についても、御報告ありがとうございます。同じ1校といっても、やっぱり特別支援学校や定時制高校などでは、生徒の皆さんの状況に合わせての御対応も必要になると思いますので、お手間も多いと思いますけれども、引き続きよろしくお願ひします。また、対面とオンラインの両方のメリットを生かしつつということ、どうぞお願ひをしたいと思います。

次に、質問でございます。昨今の状況を見ますと、今後扱うテーマとしまして、例えばキャッシュレス決済とかデジタルプラットフォームとか、そういったことに関わる消費者トラブルへの対応といえますか、未然防止の取組が必要になるかと思ひます。東京都金融リテラシー向上支援事業について御報告もいただいたところでございますが、この金融セミナーの広報をどのように実施をされているところかというのが、一つ質問でございます。

と申しますのは、私の情報をキャッチする力がちょっと欠如していたと思ひますけれども、実は手元には、本日御紹介をいただいたようなイベントの情報が、少なくとも私のところには届いてなくて、きっと、大学の事務局には届いているのかなと思ひんですが、都内にある大学への周知方法などにつきましてお聞かせをいただきたいと思ひまして、質問をさせていただきます。

以上でございます。

○平澤部会長 ありがとうございます。今、質問が出ましたけれども、金融セミナーについて、どなたか回答いただけますでしょうか。

○国際金融都市担当課長 中村と申します。御質問ありがとうございます。

広報は、いつも非常に頭を悩ませているところなんですけれども、昨年までは、割と幅広い媒体に広告をお出しさせていただいたり、あと、東京都とワイドコラボ協定を結ばせていただいている大学様なんかにも、個別で周知をさせていただいたりということをしておりました。

ただ、今年度からは、それだけですとどうしても、例えば若者をターゲットにしてといっても、蓋を開けてみるともう少し実際には上の世代の方の参加が多かったりとかということがありましたので、大学様への御連絡というのは引き続きさせていただきつつ、実際の広告のほうは、若い方をよりターゲットにして、インスタグラムとか、今年は特にそちらのほうにかなりというか、ほぼ全振りといっているくらい、そちらのほうにちょっとターゲットを変えてやってみました。なので、私もちょっと自分自身でその広告を見たこと

はあまりないんですけれども、実際の成果としては、本当に御参加いただいた方の99%ぐらいがターゲットとしている20歳前後の方、大学生さんとか社会人数年以内の方という結果にはなっておりましたので、現状で満足してはいけないとは思いますが、一定の効果はあったのかなというふうに考えております。

以上です。

○平澤部会長 ありがとうございます。小野さん、よろしいでしょうか。

○小野委員 やはり、届いているのかどうかというのがちょっと分からないので、こうやってお尋ねをするしかないんだなということが残念ですが、届いているということであれば、結構でございます。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。

そうしましたら、次は湊元さん、お願いします。

○湊元委員 東京商工会議所の湊元です。

私からも、まず質問をさせていただきまして、あとコメントをさせていただきたいと思っております。

質問ですが、先ほど御説明いただいた令和5年度の消費者教育の取組について、全体としてこの取組をどう評価されているのか。例えば、このような新しい取組を行ったとか、例年を行っているものも、こういう工夫をして、こういう効果を上げたとか、要するに全体としての総括をお聞かせ願えたらありがたい。それで、課題が残ったので来年度はこういうところを工夫してやりますというような、今年度、来年度のつながりが分かる御説明をいただければありがたいと思っております。まずそちらをお願いいたします。

○平澤部会長 ありがとうございます。

ちょっとお答えを。全体のことですね。

○企画調整課長 全体の話としては、毎年継続でやっているものがあるんですけれども、特に近年、学校現場でも、先ほどコーディネーターの話などがありますが、学校現場へのアプローチということで、ここ近年、成年年齢引下げの話もありましたので、力を入れてやっているところでございます。

先ほどのコーディネーターで、最初、高校から始めたのが、中学、特別支援学校ですとか、広げているという話がありました。また、若者参加向け事業ということで、学校の授業でも活用していただいたりして、こういう何か作品を作って応募していただくという事業としては、7,000件以上と非常に多数の応募をいただいているところでございます。というところで、成年年齢引下げを見据えて令和元年度ぐらいから始めてきた取組が、大分今かなり学校現場にも浸透してきているのかなと思っております。

それで、令和6年度に向けての話なんですけれども、先ほどマッチングアプリだとか、ちょっとホストの話なんかもありましたし、あと、近年でいうと、大学なんかだと、宗教だとか靈感商法の勧誘などということもキャンパス内で行われているところがあるということで、結構、若者、特に大学生がターゲットになって被害に遭うということが、近年間

題になっています。あと、エステなんかの美容関係とかも、やっぱり高校から大学になって、いろいろ自分のお金を使う機会が増えたということで、大学生がターゲットにというところが増えていきます。

そこについてもっと力を入れてやっていく必要があるというところで、先ほどの令和6年度の取組のほうでも少し言及させていただいたんですけども、来年度は大学向けの普及啓発というところも、これまで以上にやっていこうというところで、新たに人員も要求いたしまして、今後、出前授業なんか含めて、オリエンテーションなどで啓発させていただいたりとか、考えているところでございます。

そのようなところでございます。以上でいかがでしょうか。

○平澤部会長 ありがとうございます。いかがでしょうか。

○湊元委員 ありがとうございます。

個別の事業は非常によく分かるんですが、やはり全体としてのミクロとマクロだと思いますので、全体としての時代の流れ、世の中の流れと、それに対してきちんとやっているというようところが分かるように、資料でもそうならいけば一番いいと思います。あるいは資料でなくても、個別の説明の前に、全体としてこういうところにポイントを置いてやってきたとか、めり張りの効いたご説明がいただければありがたいと思いますので、ぜひよろしく願いいたします。

○企画調整課長 大変恐れ入ります。ありがとうございます。

○湊元委員 それでもう1点、ちょっとコメントをさせていただきます。

今日の主題とは離れるかもしれませんが、せっかくの機会ですので、商工会議所としての消費者教育に関する考えを一つお話ししたいと思います。

御存じのように、日本経済が失われた30年と呼ばれるデフレの低迷から脱するためには、物価上昇を上回る賃上げ、特に雇用者の7割を占める中小企業の賃上げを実現して、それが消費に回る、いわゆる成長と分配の好循環を実現していくことが重要だと思います。しかし、中小企業は原材料の値上がりと円安で、なかなか十分な賃上げ原資をひねり出せないのが実情であります。

そこで重要となってくるのが取引価格の適正化であり、大企業のサプライチェーンに入っている中小企業はしっかりと話し合いを行って、原材料費、さらには労務費の上昇分まで取引価格に上乘せする交渉を行うよう、我々としても働きかけており、十分とは言えないまでも、その動きは広まってきています。しかし、B to B取引企業に比べて、消費者に直に接する、いわゆるB to C取引の企業は、なかなか染みついた低価格競争から抜け出すことができないのが実情であります。

我々は、そうした企業には値上げする勇気を持ってほしいというふうに呼びかけていますが、消費者の皆様には、良いものを安くではなくて、良い製品、良いサービスには値が付くという、いわゆる当たり前のことを理解していただきたいというふうに思っています。

例えば送料無料というようなサービスもありますが、運送費がかかっていないわけはな



いわけであって、誰かがコストを削ってこれを負担しているというのが実態でありますので、ちゃんと値が付いているということなのであります。

我々としても、マスコミの皆様にもこうしたことを訴えているというところではありますが、消費者教育に携わる皆様にもぜひ御理解をいただきたいというふうに思い、コメントをさせていただきました。どうぞよろしく申し上げます。

以上です。

○平澤部会長 ありがとうございます。貴重な御意見をいただきました。

そうしたら、続きまして、坪田さん、お願いいたします。

○坪田委員 坪田でございます。

御説明、どうもありがとうございます。いろいろな媒体で工夫しながら、特に成年年齢引下げの若者への消費者教育の普及が着実に進んでいることを、伺って感じました。

それで、若者の消費者教育に関して、幾つかお伺いしたいと思います。

資料の3-⑦でございます。こちら、全都立学校教員及び希望のあった私立学校16校とあるので、都立のほうは全部にこのメルマガを配信しているということだと思っておりますが、私立はまだというところもあるようです。私は消費者教育にとって非常にいいものだと思っているのですが、学校向けメルマガというのは、具体的にはどんなものであるのか教えていただきたいです。

そして、また、都内には私立学校が非常にたくさんありまして、私立は建学の精神がありまして、それなりに考えがあるので、簡単にはいかないところもあるのは承知しております。しかし、同じ18歳の生徒であることは変わりがなく、先生方に少しでも役に立つような情報であれば、できれば私立学校さんのほうにも、こういったものをどんどん配信していただけるといいと思っておりますので、この辺りのところは、今後どのような形で進めていらっしゃるのかということをお伺いいたします。

それから、資料の3-⑩のところです。こちらの1の学校教育における消費者教育の推進で、消費者教育コーディネーターを、令和6年、増員1名というふうに書いてありまして、中学、高校、大学との連携とあります。

私の記憶によりますと、最初のコーディネーターさんは、主に高等学校の校長先生のOBの方ということで、高等学校中心。次に配置された方が中学校ということで伺っておりますが、今度増員ということは、合計3名になったのでしょうかということと、あとは1名増員されたそのコーディネーターさん、主にどういったところを担っていただけるのかということをお伺いいたします。

それからもう一つなのですが、その下ですが、大学等の新入生オリエンテーション向けと書いてあります。今もお話が出ましたが、素直といいますか、今の大学生、消費生活相談の現場におりまして、そこまで素直に信じてしまうのですかというような状況で、儲かるとか、ツルツルになるということをお信じています。ですので、ぜひ大学生に啓発、教育が大事だと思っておりますが、新入生のオリエンテーションというのは4月の最初になり

ますので、この時期を万が一にも逃してしまうと全然やる機会がないという状況がかなりあると思います。大学のカリキュラム、シラバスの中に入れていくことは難しいのですが、大学のいろいろなイベントの中で、4月の新入生をねらった以外、できれば少し東京の大学の生活に慣れて、自分で生活を始めて、契約をたくさんしていくと思います、そういった頃、何か大学生を対象にするキャンペーンとか講座とか、そういったことができればいいなと思っておりますので、お考えなどをお伺いさせていただければと思います。

以上です。

○平澤部会長 ありがとうございます。

質問が三つありましたけれども、一つ目、私立学校での指導について、よろしくお願ひします。

○消費者情報総括担当課長 御質問ありがとうございます。

私立学校の件について、私、消費者情報総括担当の岩下から、御回答させていただきます。

私立学校に対しては、同じ生活文化スポーツ局に私学部という部署があるのですが、そちらにお願いしまして、私学支援サイトという私立学校関係者が御覧になるウェブサイトに情報を掲載してもらっております。また、このほかにも、消費生活総合センターから消費者教育の講座の御案内を郵送する際にも併せてチラシを送っている状況でございます。

次に、メルマガの内容ですが、中高生に近いトピックといたしますか、そういったものを取り上げておまして、月に1回、メールを配信しています。例えば今月でございますと、自転車用ヘルメットについて御案内するメルマガを配信しているところでございます。

その前の12月は、お年玉やクリスマスがありますので、オンラインゲームの高額課金に注意と、そういった内容で、中高生に近いトピックを取り上げて、月1でメールマガジン配信してございます。

以上でございます。

○平澤部会長 ありがとうございます。

続きまして、消費者教育コーディネーター増員の話。

○活動推進課長 では、センターのほうから御説明いたします。

まず、教育コーディネーターでございますが、今まで高校と中学に各1名ということだったんですが、来年度は主に大学向けの出前講座等の拡充のために増員するものでございます。したがって、主に大学ですので、教員関係に限らず、そういった様々な営業活動ですとか、説明ができるような者ということで考えております。したがって、来年度からは3名、教育コーディネーターの配置を予定しております。

それから、大学生向けの消費者教育ということでございますけれども、新入生オリエンテーションというのが一番手取り早いんですけれども、確におっしゃるとおり、オリエンテーションも非常にいろんな内容があるので、そこに入れ込むのがなかなか難しいというのと、やはり一発勝負で、断られたらそれで終わりということですので、今はデジタ

ル化が進んでおりまして、例えば一つの教室みたいなところに集めて講義するだけではなく、いろんな学校のポータルサイトにリンクを貼っていただいて、こちらで作った動画などを見ていただくような方法ですとか、あるいは大学の施設内にいろんなサイネージ広告の画面、ディスプレイ等を設置しているところもございますので、そういったところで動画を流していただくとか、いろんな工夫をして、4月だけではなく通年、年を通して、そういった教育ができるように努力していきたいと思っております。

以上です。

○平澤部会長 ありがとうございます。

三つ目の質問も答えていただきましたので、坪田さん、よろしいでしょうか。

○坪田委員 ありがとうございます。

私立高校につきましては、都立や公立の場合は教育庁のほうから比較的一斉に統一的にできることもあるかと思えます。私立のほうはなかなかそうではないということ、私も消費者教育をやっております実感しております。大変、東京都内は多いですので、ぜひ私立学校へ、進めていただきたいと思います。

それで、大学ですけれども、おっしゃっていただいたように、進めていただければと思いました。大学の場合は個別に、例えば消費者法関連であるとか、家政関係の先生のほうから消費者教育が重要だということで出前講座などをさせていただいていることもありますが、一方、大学職員の方たちも非常にキーパーソンになっていると思います。特に、職員の方々は学生の消費生活相談を受ける立場でもあると思いますので、ぜひ大学職員の方に向けた様々な周知活動を進めていただければと思いました。

以上です。どうも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。

そうしましたら、続いては柿野さん、お願いいたします。

○柿野委員 御説明ありがとうございます。

成年年齢の引下げを受けて、若者向けの消費者教育を充実されているということが非常によく分かりました。

まず最初に質問したいんですけれども、資料3-⑩、令和6年度の主な取組予定のところに、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回開催という文字があります。これというのは、今までもこういう形でされていたのでしょうか。

消費者教育・環境教育推進委員会という名称を、私は今回、初めて目にしたような気がするのですが、この点についてももう少し説明していただければありがたいなと思いました。

○平澤部会長 分かりました。ありがとうございます。

この点について、説明をお願いいたします。

○企画調整課長 すみません。こちらは教育庁の所管になりますので、確認させていただいて、後日メールにて回答のほうは共有させていただければと思います。

○柿野委員 ありがとうございます。

成年年齢の引下げに向けて、ターゲットとなるのが高等学校というところは、成年年齢の引下げを目前に控えた時期であれば、それも分かるのですけれども、やはり高校だけではなくて中学校や小学校にもしっかりと消費者教育を実施していくということが今後より一層重要になってくるのではないかと思います。

特に、徳島県で消費者庁が作った「社会への扉」の実施検証で、高校1年生で「社会への扉」を使っていたんですけれども、授業の前、授業の後、それから1年後、2年後と、12問のクイズについて継続調査すると、卒業する頃には正答率が半分ぐらいに下がってしまって、あまり定着していないという結果も出ているんですね。なので、高校だけでやったのでは遅いということがそこからもよく分かります。

そのときに、小・中学校への支援となると、基礎自治体ということになって、基礎自治体の区市町村と教育委員会との連携というのが、すごく難しさを感じているという自治体の声を私はよく聞きます。特に小学校5年生の家庭科の授業、教科書の中に「売買契約の基礎」の内容が2020年から入ってきています。消費生活センターも教科書の中に初めて2020年から掲載されています。ですので、その補助教材であるとか、そこに合わせた基礎自治体の出前講座とか、例えば小学生であればオンラインゲームのトラブルが多いとか、そういったようなことで、小学校・中学校への消費者教育支援をより充実させていってほしいなというのが1点目です。

それから、お話をお聞きしていて、大学生というターゲットも非常に重要だと思うんですけれども、私の周りに中国人の留学生が結構、大学院ですけれども、おりまして、「消費者政策」という授業の中で消費生活相談の話をすると、全く何も知らない人がほとんどなんですね、相談できることも知らなかったということで、留学生向けの日本語学校などで相談窓口の周知をもう少ししっかりやってもいいんじゃないかと。高い賃貸アパートの契約をさせられたりとか、実際に話をしていると、いろんな被害に遭っているのです。そういった日本語学校などへの情報提供、消費者教育というようなことも少し考えていただくといいのかなと思いました。

それから、先ほど商工会議所の方のお話もありましたけれども、消費者庁では企業の従業員向けの消費者教育に昨年度から力を入れて、コンテンツを作っております。新人研修とか、あるいは働き盛りの方、退職前の方、それぞれのライフステージに合わせて、これから消費者教育を受けていただくということが企業の従業員の消費生活の質を高めたり、資産形成につながっていったりということだけではなくて企業価値を高めていくものなんだという、人的資本経営の中にも位置づけていけるような重要な取組になり得ることも考えておりまして、こういったことを来年度以降、東京都でも積極的に進めていっていただくのがいいのかなと感じました。

消費者教育が金融経済教育であったり、今日はエシカルの取り扱いが十分ではないということとか、進めてくださってはいるんですけれども、やはりいろんなテーマがあると、

なかなか全てをとるのが難しいところはありますけれども、ぜひ優先順位をつけながら、バランスを取って消費者教育の事業を次年度も推進していただけたらと思います。

以上となります。

○平澤部会長 ありがとうございます。

御意見ということですがけれども、何かありますか。いいですか。

○企画調整課長 ありがとうございます。

○平澤部会長 次に、末吉さん、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。エシカル消費の理解促進の部分で、本当に力を注いでやってくださっているのが理解できました。ありがとうございます。

私のほうからは2点の意見と、1点の質問があります。

まず1点目ですけれども、T O K Y O エシカルを通じて未来を担う子供たちに向けた取組をいろいろと行ってくださっていて、非常にありがたく思いました。T O K Y O エシカルの取組というのは都民にとっても楽しみながらエシカル消費を学べる、とても大事な機会であると考えています。

少し前のデータになりますが、あなたにとって気候変動対策はどのようなものですかと、世界中の人たちに聞いたアンケートがありまして、世界の66%の人たちは、自分たちの生活の質を高める、と回答したのに対して、日本人の6割が生活の質を脅かす、と回答したそうです。やはりエシカル消費ですとかサステナブルなアクションというものが自分たちの生活の質を良くする、高めるんだという意識に向かっていかない限り、なかなか消費者の意識変容、行動変容にはつながらないと感じています。ゆえに、楽しみながら学べるT O K Y O エシカルの取組はとても重要であると感じています。

ここで1点、質問です。子供向けエシカルの体験ツアーを現段階で3回行ってくださったということですがけれども、こちらのツアーに関して、どのような集客を行って、実際にどのような子供たちが集まって、どのぐらいの数だったのか、次年度に向けてはどのような目標値を持っていらっしゃるのかお尋ねしたいです。

あと、2点目は意見になりますけれども、エシカル消費を考えるときに、お金を使ってエシカルな製品を購入することだけがエシカル消費ではなくて、消費後に廃棄するという未来のことも含めてエシカル消費と捉えるべきです。今は環境省や経産省のほうでも、循環型社会形成のための議論が進んでいます。資源循環、循環型社会を形成するためには消費者の力や行動がとても重要で、消費者が循環の輪に加わっていかない限り、輪が完結することはないと思っています。

そういう中で、例えばですけれども、これまでは分別ごみを出すための手間のほとんどを主婦と言われているような方たちが担ってきた部分があると思うんですが、例えば外国人ですとか障害を持った方たち、独身の方とか、いろいろな人たちが多様な生き方をすることが当たり前になった今、そういった方たちも循環の輪に加われるようにするためには、東京都としても、それぞれの区や地域の中で消費者が簡単に循環の輪に加われるような社

会のシステム、仕組みをつくっていかねばいけない。当然、そこで消費者教育とか普及のための教育というものが求められてくると思います。

東京都では、東京サーキュラーエコノミー推進センターというものがあるということなので、ぜひともごみを出すときに消費者として何ができるのか、出したごみが資源としてどう活用されていくのかを分かりやすく見える化し、循環の輪にみんなが加わりたくなるような、そのような普及啓発もこれから重要になってくるのではないかと感じています。

すみません。ちょっと長くなってしまいました。以上となります。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。

御意見をいただいたのと、一つ質問があって、子供向けエシカル体験ツアーの募集とか規模とか、その辺り、ございましたら。

○消費者情報総括担当課長 末吉先生、御質問ありがとうございます。

私、岩下のほうから回答させていただきます。

まず、エシカルツアーですが、全部で3回やりまして、最初のイケアさんにつきましては参加者13名でございました。もともと応募された方は30名弱いらっしゃったのですが、当日、御欠席される方が出まして、最終的な実績としては13名となっております。

第2回の共立女子大学さんであります。こちらは参加者35名でございました。

第3回の三栄コーポレーションさんですが、参加者29名でした。

参加者については以上となります。

続きまして、周知の方法ですが、こちらにつきましては東京都のウェブサイトに掲載するほか、イケアさんや共立女子大さん、三栄さん、先方の持っていらっしゃるメディアで発信していただいたり、地元の区役所、市役所さんに協力をお願いしたり、そういった形で広報をやっております。

最後に、来年度についての御質問ですが、今年度の社会科見学につきましては、どちらかというに参加してもらった子たちに受動的に学ぶ機会を提供するものですが、来年度は社会科見学の拡充を考えておりまして、勉強するのみではなく、自分たちで考えてもらい、それを最終的に成果発表会のような場で報告してもらい、そういった立てつけに変更しようと思っております。

今年度と同じ形であれば、例えば延べ何人参加、子供たちの満足度がどのぐらいかといった、KPIが考えられるのですが、形を変えてやりますので、そこについてはこれから、組み立てた事業に合うような目標を考えてまいりたいです。

私からは以上です。

○平澤部会長 ありがとうございます。

末吉さん、よろしいでしょうか。

○末吉委員 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。

そうしましたら、続きまして岡崎さん、お願いします。

○岡崎専門員 ありがとうございます。

いつも大変お世話になっております。また御説明ありがとうございます。日頃より東京都の皆様とは講演会、消費者問題マスター講座への講師派遣などで連携させていただいておまして、ありがたく存じております。

本日は2点御報告と2点御質問を申し上げたく存じます。

音声のほうは大丈夫でしょうか。

○平澤部会長 はい、大丈夫です。

○岡崎専門員 ありがとうございます。

1点目ですが、資料としてちらしを事前にお届けさせていただきました。

本協議会の会長をされています平澤慎一先生に御協力をいただきまして、本年3月9日の土曜日にハイブリッドのセミナーを予定しております。日本FP協会東京支部と東京証券取引所、当委員会の共催です。例年3月に開催していますが、本年度は「金融詐欺に騙されるな!」というタイトルで開催し、ITジャーナリストの三上洋氏と平澤先生のトークセッションを行います。テーマは「ここまで来ている!金融詐欺の最先端とお金の守り方」というテーマです。本会議の委員の皆様にも御承知おきいただき、また御関心をお持ちいただけそうな方に御周知いただければありがたく存じております。

この3月の講演会、昨年まではオンラインで開催しておまして、共催団体も連携して、熱心に周知を図ってくださり、昨年の実績は685名の参加ということで、多くの方に啓発の機会を御提供できるのではないかと思ひ、協力して取り組んでおりますので、どうぞよろしく願いいたします。

御報告の2点目ですけれども、当委員会では日頃の講師派遣に加えまして、学校教育関係の取組を行っております。本年度は研究校、都立高校2校で大変よい発表をいただきました。

都立農業高校と都立豊多摩高校、それぞれ消費者教育の視点を取り入れた公民科の新科目、公共の授業を公開いただきました。家庭科との連携や、工夫を凝らしたアクティブラーニングを取り入れて頂き、大変有意義な授業であったかと存じております。

以上、御報告でございます。

次に、2点、御質問させていただければと存じます。

資料4でございますが、スタートアップ・国際金融都市戦略室の金融リテラシー向上の取組の御紹介がございましたけれども、来年度に設立が予定されております金融経済教育推進機構の講師派遣と、この取組での講師派遣との関係につきまして、重複の会費や連携といったような点についてはどのような御予定かを、お伺いできることがあれば、お伺いしたく存じます。

2点目の御質問ですけれども、先ほど柿野委員からもございました、職域での消費者教育につきまして、東京都様のお考えは先ほど伺えたかと思ひますけれども、もし御出席の

皆様から、職域での消費者教育や金融リテラシー向上について、どのように取り組んだら有意義かということをお教えいただけましたら、私どもとしても大変ありがたく存じます。国際会議でも議論しておりましたし、我が国でも金融リテラシーが重要なのはやはり勤労世代であろうかと思えますけれども、多くの方が働いていらっしゃるのです、なかなか週末や夜の空いた時間にとっても、働きかけるのが難しいところです。都民の皆さんが働いている場でそういう情報提供や学びの場が設けられれば一番有意義かと思うのですが、特に中堅、中小企業では時間を設けていただくのが難しいのではないかと考えておりますし、企業数が都内はあまりにも多く、私どもも働きかけをしたいと思っておりますが、どのように働きかけたら良いのか、考えあぐねてしまっているところでございます。もし御示唆をいただければありがたく存じております。

以上です。よろしくお願いたします。

○平澤部会長 ありがとうございます。

質問が二つありましたけれども、一つ目は金融リテラシー向上支援事業、資料4関係ですね。次年度から金融経済教育推進機構が設立されますけれども、その講師派遣と現在やっていたらっしゃる講師派遣は重複するか、どういう関係か。じゃあ、中村さん、よろしくお願いたします。

○国際金融都市担当課長 中村です。御質問ありがとうございました。

機構との連携というのは非常に重要と考えておまして、似たようなものがばらばらに、ダブってやっているということになると、いろんな方々に混乱を与えたり、仕事を増やしてしまったりということになると思しますので、そここのところは金融庁さんをはじめ、私達も意見交換させていただいておりますし、この事業を開始する前から、こういったことを今考えておりますというのは、事業が始まる前から御説明等をさせていただいております。

今ちょっとまだ機構の姿が完全には固まっていないという理解ですので、具体的にどこをどういうふうに統合していくかということまで、私達もまだお話は進んでいないというのが正直なところなんですけれども、課題としては当然認識しておりますので、うまく統合するところと、住み分けたほうが良いところですか、そういったところは今後検討していきたいというふうに考えております。

○岡崎専門員 ありがとうございます。

○国際金融都市担当課長 ありがとうございます。

2点目の職域への働きかけというところですが、私達たちが今回、講師派遣をやる意義というのは二つあるのかなというふうに考えておまして、一つは、既にこういう取組をやっている企業さんとか、いろいろコストをかけられる企業さんであれば、自分たちで人を探して、講師をやってくれませんかと頼んだりすることもできると思うんですけど、私どもが伺っていると、そもそもどういう人に頼めばいいのか分からないですとか、どういったことを教えてもらえるのか分からないですとか、金融商品を売り込まれそうで怖い



とか、そういったお声もよく聞いております。

そこで、東京都の事業として、ちょっと冒頭の御説明では省いてしまったんですけども、例えば私たちならこういったテーマに対応できます、教えられる詳しい方をニーズに合わせて派遣しますということで、企画段階からニーズを聞き取って適切な人をお送りする、当然、中立性は確実に担保いたしますということをやっておりますので、こういった企業の方でも、まず東京都に相談してみればいいんだという体制を取れるところが強みだというふうに思っています。

あとは、講師の方への謝金は東京都がお支払いすることにしておりますので、企業さんですとか学校さんからすると無料でこういった授業とかセミナーをやってもらえるという形にしております。そういったところでもハードルを下げることができるかなと思いますので、まずは手始めにやってみるきっかけになってもらえないかというふうに考えているところです。

○岡崎専門員 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。

岡崎さん、よろしいですか、今の質問へのお答え。

○岡崎専門員 ありがとうございます。

多分、今の最後の辺りは、企業さんから御依頼があった場合にどのように対応されているかというお話かと思うんですけども、一番思いあぐねているのは、企業さんにどうやってアクセスするかとか、働きかけるかというところでございまして、その辺りについて何か情報がありましたら、ありがたく存じます。

○平澤部会長 その辺りは。

○国際金融都市担当課長 すみません。お答えが漏れていまして大変失礼いたしました。

この事業は、もちろん東京都の事業としてやっているんですけども、細かい事務運営のところですとか広報関係については民間事業者さんに業務委託を行っています。DNP エスピーイノベーションさんという会社さんをお願いしているんですけども、その会社さんのほうでも独自にこういう金融教育の取組なんかを行われていたり、あとは、学校関係とか、企業関係についてもいろいろコネクションをお持ちということで、そういったところに、平たく言うと営業活動みたいなことも含めてやっていただいています。

講師をやっている方に広めていただくとか、あと実際に受けていただいた学校の例では、先生に「良かったよ」と言っていただいて、わっと広まるみたいなこともあるんですけども。それ以外は、いきなりマス向けにやっても、正直、刺さりづらいように思っているところですので、今は比較的1件1件、地道な営業活動というところで、少しでも開拓しようとしている真っ最中、そんな感じになります。

○岡崎専門員 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。

岡崎さん、よろしいですか。

○岡崎専門員 ありがとうございます。

今、湊元様が挙手してくださっているのです、もしこの関連でお話を伺えれば大変ありがたいなと思っております。

○平澤部会長 では、湊元さん、お願いいたします。

○湊元委員 東京商工会議所の湊元ですが。

今、中小企業の職域にこういうものを広げるというお話がありました。我々も会員企業がおりますので、メルマガなどの紙媒体でお手伝いができるのであれば、ぜひ言っていただければ御協力させていただきます。

ただ、経営者が見たときに、これを従業員にやっというアクションにどこまでつながるかですが、我々のほうで媒体は持っておりますので、個別に相談いただければ、御協力できるのであれば御協力したいと思います。

○岡崎専門員 ありがとうございます。ぜひよろしくお願いいたします。

○平澤部会長 ありがとうございます。

挙手されている方は今いませんけど、小野さん、よろしいでしょうか、どうぞ。

○小野委員 すみません。金融経済教育についてなんですけれども、まずは今いろいろと広めていただいているということで、そういう時期にあるかと思えます。

一方で、やはり行政が関わる、それから消費者教育関係の場ですので、大きな方針といえますか、そこも今後ちょっと詰めていかないといけないのではないかとというふうに考えています。

どうしても企業の方が関わるということではありますと、いろいろこの辺の議論は整理されているところかと思えますが、学校教育の中でどのように質を担保するかというのは、どこかの時点で検討する必要があるのではないかと考えています。つまり、国の方向とか、それに必ずしも沿うだけが東京都のすることではないかと思っております、まだちょっと考えが私自身まとまっていない中での意見で恐縮でございますけれども、今後を見据えた方向性について議論が必要ではないかと思っております。

OECDにおける日本の金融経済教育の立ち位置とか、そういったものを自分なりに調べていますと、やはり日本で一定の国家戦略をもってやらなきゃいけないところを、今はまずやることが先に決まっている中で帳尻を合わせていると見えなくもないなと思っております。学校教育、行政から何か意見を発信する、そのときに事業者の方にも現実に即した御意見をいただきながら進めていく東京都の在り方、姿勢みたいところは詰めないといけないのではないかと考えています。東京都はいろんな意味で注目されているところでございますので、意見を申し上げました。

以上でございます。

○平澤部会長 貴重な意見ありがとうございます。

挙手されている方は。岡崎さん、どうぞ。

○岡崎専門員 恐れ入ります。小野先生におっしゃっていただいたことに関しまして、た

またまOECDの金融教育に関する国際ネットワーク会議の委員を長年担当しておりましたので、少し御説明させていただきます。

国内での情報の提供が不足していたと思いますけれども、一応というのも変ですが、日本に国家戦略があるというふうに位置づけてはございます。学校教育、高校以下の教育に関しましては、金融広報中央委員会で金融教育プログラムという本を、厚さ1センチぐらいの書籍を、本を出しておりまして、学校教育に対してはこちらを。それから、金融庁が開催されました金融教育研究会議の報告書、こちらが大人の方に関しての国家戦略ということで、二本立てでOECDに報告しております。

金融庁の報告書の下では、推進するためのより詳細としまして、金融経済教育推進会議で金融リテラシーマップという非常に細かいマトリクスを、膨大な情報が載っておりますマップを作っております、これに基づいて進めていくというのが金融経済教育推進機構の方針となっております。

そういう意味では、方針というのは整理されてきたんですけども、これから進めていく中で、今決まってきた方向で、小野先生もおっしゃいましたように、東京都として全く同じでいいのかどうか、改めて議論し直すということをしていただくのは大変ありがたいことかと存じております。

ちなみに、話が前後して恐縮ですが、金融教育プログラムという高校までの学校段階に関しての書物というのは、文部科学省及び国立教育政策研究所の主要な立場の先生方、それから現職の経験豊富な学校の先生方の御協力、御執筆で、委員を作って、研究を重ねて作成したものでございます。

以上、すみません、御報告させていただきました。失礼いたしました。

○平澤部会長 ありがとうございます。

貴重な御報告ありがとうございます。これを受けて、小野さん、いかがですか。

○小野委員 よろしいでしょうか。御説明ありがとうございます。

今御説明いただいたことは一応承知した上での発言ではあったのですが、2013年4月に金融庁がまとめた金融経済教育研究会の報告書に基づいた流れということでよろしいですか。

○岡崎専門員 はい。

○小野委員 その流れで東京都も行くのか行かないのか、私自身は少し議論の余地があると思っております、そういったことも含めてということで、失礼いたしました。

○岡崎専門員 ありがとうございます。御承知おきいただいているところ、失礼いたしました。

○平澤部会長 議論が深まります。ありがとうございます。

挙手されている方はいらっしゃらないですかね。そうしたら、私が発言したいんですけども、よろしいでしょうか。

先ほど来、金融経済教育の話が出てきましたけれども、まず質問したいのは、今まで行

われている消費者教育は消費生活行政の関係部署で行われていて、その中に金融経済教育というのがあって、今回も資料をこうして配付されているのかなというふうに理解しています。一方で、東京都金融リテラシー向上支援事業というのが令和5年から始まっていて、資料4で報告していただいて、並行して進んでいるのかなというふうに理解したところで

す。

次年度から金融経済教育推進機構が発足して、安定的な資産形成に向けた教育、事業ということが進んでいくんだと思うんですね。その関係で、金融経済教育推進機構自体はかなりの規模で、今ある金融広報中央委員会を組織替えして進めるのと、全銀協や日証協がという民間団体が入りながらやっていくという中で、今後の東京都における金融経済教育というのはどういう位置づけになるのか、あるいは金融経済教育推進機構に認定アドバイザーという人たちがいて、その人たちが教育現場に行くというような形が既に言われているわけですが、それと今やっている消費者教育との関係とか、その辺りはどういう整理になるのかなというのが疑問でして。まだ、実はあまり決まっていないのか、ある程度は決まっているのかというところを、まず教えていただきたいなと思います。

○企画調整課長 今、認定アドバイザー等の関係を含めて、どうなっているかというところなんですけれども、まだその辺も今後整理が必要なところだと思っております。国の動きも注視しながら、スタートアップ・国際金融都市戦略室、あと教育庁も含めて、関係機関とも協議して整理をしてまいりたいと存じます。

○平澤部会長 なかなか金融経済教育推進機構の中身が意外とはっきりしなくて、国会の話なんかを聞いても、これからやっていくんだということで、よく分からないんですけれども、そうはいっても具体化をしていくし、数値目標なんかを出そうとしている。要するに、金融経済教育を受けた経験について、後でアンケートで答える人を何%にしようということをやったりして、かなり強力に進められると思うんですね。

金融教育自体はとても大事で、お金をどう使うか、お金に対する知識、それによって被害を受けないとか、投資でもって世の中を変えるとか、いろいろ有益な部分はあるんですけれども、どうも今の金融経済教育推進機構とか、安定的な資産形成に向けての施策とかを見ると、貯蓄から投資へという大きな流れの中で、資産所得倍増プラン等を背景に進んでいるということは明らかだと思っていて、あまりそっちにアクセラメントが行くと、投資偏重とか、そういうところに結びつくおそれがあると思います。

その辺りは従来やってきた、先ほど金融リテラシーマップとかの紹介をいただいていますけれども、その辺りの金融教育については金融広報中央委員会等がやってこられたところで、投資をやること自体も重要だけれども、家計管理とか、人生においてのお金の意味とか、あるいは金融トラブル、消費者トラブルに対する対応とかも重要なわけです。その辺り、今まで消費者教育の中でやられてきた金融教育、金融経済教育をちゃんと踏まえた上で進めていく必要があると思っています。

東京都の方針として、どういうところを目指すのかということは、すごく重要なのかな

と思います。金融サービス法が改正されて、そういう制度が出てくるわけですが、地方公共団体もそういうことを推進するんだと書いていますので、当然やっていくんでしょうし、必要なことだと思っておりますけれども、投資偏重に陥らないようにしていただきたいなということを強く思うところです。

私は弁護士なので、消費者被害事件を生で扱いますけれども、若い人も若くない人も、とにかくお金を増やすことにすごく熱心になっていて簡単に引っかかるということで、まずは簡単に引っかからないような知識をちゃんとつけることがとても大事です。ただ、被害を見ていると、やはり世の中の風潮としてお金を増やすことが大事というか、増やさないのは間抜けだという風潮が強いように思っていて、そういうことが広がらないような、ちゃんとした教育が進められなきゃいけないなというふうに思っているところです。

金融経済教育推進機構の流れ、動きというのはすごく強力であり、その中で、従来やってきた消費者教育、たとえば消費者教育コーディネーターを入れて丁寧に消費者教育をつくっていくということはとても重要だと思いますが、やはりすごく力の差があるように思っています、そこは十分留意していただきたいです。そして、東京都は大きな自治体ですので、むしろ発信するというか、こういう形で消費者教育、金融経済教育をやるべきだというようなことを出せるような形をやっていただければと、これは私の意見ですがけれども、思いました。

この4月から機構が設立され発足するというのは、かなり大きな転換点だと思っていますので、その点はぜひよろしくお願ひしたいというふうに、意見として申し上げます。

○国際金融都市担当課長 すみません。金融経済教育を担当しています中村と申します。御意見ありがとうございます。

おっしゃっていることは、私たちのほうでも懸念しているというか、まだやっぱり機構の体制が、先ほどいただいた御質問の中でもお答えしましたけれども、ちょっと確定的なところが分からないということはあるんですけども、私どものほうで申し上げているのは、金融教育イコール投資教育ではないと、私たちも思っています。資産形成イコール投資というわけでもなくて、そのための一つの手段であって、一方で今はやっぱり、何も分からないまま、とにかく危ないものという考えの方もいらっしゃる中では、そういうところをまさにトータルで、金融リテラシーというものを高めていってほしいと思っています。

消費者教育と金融教育というのは、どこかで境目があるものではなくて、必ずつながっています、まさに契約のことなんかもそうですし、重なり合う部分があると思っておりますので、東京都のこちらの事業の中ではそういうところにきちんと対応できるように、そういう事業展開をしていきたいというふうに思っております。そういった前提の中で今後の機構との連携の仕方とか、体制なんかを含めてですけど、今後、金融庁さんですとか、新しくできる機構さんと御相談ということになると思うんですけど、そういう中で決めていきたいというふうに思っておりますので、引き続きよろしくお願ひいたします。

○平澤部会長 どうもありがとうございます。ぜひよろしくをお願いします。

ほかには、今、挙手されている方はいらっしゃいませんけれども、よろしいでしょうか。

様々な御意見をいただきました。ありがとうございました。事務局のほうは、本日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きたいというふうに考えています。

本日の議事は以上になりますが、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 本日はありがとうございました。委員の皆様からいただきました御意見を踏まえまして、今後の施策を推進してまいりたいと存じます。

事務局からは以上でございます。

○平澤部会長 これをもちまして、第2回消費者教育推進協議会を閉会させていただきます。本日は御協力ありがとうございました。

午後5時19分閉会

【柿野委員のご質問への回答（18ページ）】

（教育庁）消費者教育・環境教育推進委員会とは、消費者教育と環境教育について情報提供や意見交換を行う場であり、義務教育指導課事業説明会の中で実施しております。各区市町村教育委員会を代表する指導主事が参加して、消費者教育と環境教育について、それぞれ時間を分けて、その趣旨を伝えるとともに国や都からの情報提供や意見交換を行います。