

消費者委員会 第40回議事録

内閣府消費者委員会事務局

第40回消費者委員会 議事次第

1. 日時 平成22年12月3日(金) 15:00～17:05

2. 場所 消費者委員会大会議室1

3. 出席者

(委員)

松本委員長、中村委員長代理、池田委員、川戸委員、佐野委員、
下谷内委員、田島委員、日和佐委員、山口委員

(説明者)

消費者庁 加藤参事官

消費者庁 林地方協力課長

文部科学省 高口生涯学習政策局男女共同参画学習課長

文部科学省 平林初等中等教育局教育課程課長

環境省 植田地球環境局地球温暖化対策課国民生活対策室長

内閣府 浦田地域活性化推進室参事官

(事務局)

齋藤審議官、原事務局長

4. 議事

(1) 開 会

(2) 消費者基本計画の検証・評価・監視について(「消費者教育への取組み強化」、
「環境に配慮した消費行動と事業活動の推進」に関する施策について)

(3) 住民生活に光をそそぐ交付金について

(4) 閉 会

1. 開 会

- 原事務局長 それでは、時間になりましたので、始めさせていただきますと思います。
本日は皆様、お忙しいところをお集まりいただき、ありがとうございます。ただいまから、「消費者委員会（第40回）」の会合を開催いたします。
委員長、どうぞよろしくお願いいたします。
- 松本委員長 それでは、議題に入りたいと思います。

2. 消費者基本計画の検証・評価・監視について

- 松本委員長 本日は、当初予定しておりました「消費者基本計画の検証・評価・監視について」に関する議題に加えまして、「住民生活に光をそそぐ交付金について」を報告事項として取り上げたいと思います。

初めに、「消費者基本計画の検証・評価・監視について」です。消費者委員会では、消費者基本計画の検証・評価・監視の一環として、第37回委員会より、重点施策の実施状況と今後の工程等につきまして、各省ヒアリングを行っております。本日は、その第4回目といたしまして、資料1-1にありますように、「消費者教育への取組み強化」に関連する施策である、87番、93番、96番の施策について、「環境に配慮した消費行動と事業活動の推進」に関連する施策である140番の施策について、それぞれ関係省庁においていただいておりますので、ヒアリングを行いたいと思います。

なお、資料1-2にありますように、それぞれの施策ごとに委員会でお伺いしたい内容をヒアリング項目としてまとめまして、あらかじめ各省庁にお伝えしておりますので、こちらも含めて御説明をいただきたいと思います。

まず、「消費者教育への取組み強化」に関連する施策につきまして、消費者庁及び文部科学省においていただいております。初めに87番、96番の施策についてですが、関連する施策ですので、一括して御説明をいただき質疑を行いたいと思います。

それでは、御説明をお願いいたします。

- 消費者庁加藤参事官 消費者庁の加藤でございます。消費者教育を担当させていただいております。よろしくお願いいたします。

資料1-1が、施策の87、93、96、具体的な施策の紙でございます。

資料1-2が、今回、委員会からちょうどしましたヒアリング項目についてということでございます。

資料2が、「工程の明確化」、1枚目が87と96についてのスケジュールが記載されておりますが、具体的な取組みにつきましては資料3-1からになりますので、資料3-1か

ら順次御説明をさせていただきます。ブルーの紙でございます。

まず、資料3-1の1つ目が、施策87「消費者教育推進会議」のことでございます。第1回目の消費者教育推進会議を11月22日に開催することができました。推進会議で何を議論するのかにつきましては、後半、資料3-2以降で御説明させていただきます。

次に、消費者教育ポータルサイトは順次拡充を行っているところでございます。現在は、関係省庁、地方公共団体から御提供いただいております教材、取組み事例などを御紹介させていただくとともに、出前講座の紹介、イラスト集などのコーナーも設けております。

その次「効果的な消費者教育手法と効果測定の検討」ですが、学校で消費者教育を学んでいるはずの世代に消費者教育が身につけていないのではないかという御指摘もありますので、では、身につけてもらうための教え方、教育手法というのはどういう教え方なのだろうかということを、今年度、都内の2つの中学校で研究授業を実施中です。

次に「学校における消費者教育の推進・支援」です。来年の春から、新しい学習指導要領が小学校から順次実施されていくわけですけれども、消費者庁としてはそれを受けまして、本年度、中学生向けの副教材の作成を行っているところです。

「地域における消費者教育の推進・支援」では、「高齢者の消費者トラブル見守りガイドブック」を作成しております。これは高齢者御本人ということではなく、高齢者を見守る方々に御活用いただきたいと思って作成しているガイドブックです。今日、皆様方のところにも配付させていただいておりますけれども、福祉関係団体を初めといたしまして多くの方々に御活用・好評をいただいております。

次に、消費者庁として、22年度の具体的に取り組みを紹介させていただきます。

それでは具体的に、資料3-2、消費者教育推進会議につきまして御説明させていただきます。

1ポツは趣旨でございます。2のところは検討事項を書かせていただいておりますが、ここでは、基本計画における消費者教育に係る具体的施策の実施状況について関係省庁から報告を求め、消費者教育を推進するための方策に関して、それが十分に機能しているのか、より効果的な手法はないかなどについて評価する等の観点から、議論を行っていきたいと考えています。さまざまな主体が協力して消費者教育を体系的に進めるための方策を検討する。推進会議ではそういうことを検討していききたい。

具体的にどのような項目を検討していくのかは、以下、具体的な項目例のところを書いておるとおりでございます。

(1)は、学校教育における消費者教育について。

(2)では、地域における消費者教育を推進するための方策についてということで、①以下でございます。

(3)は、関係省庁もそれぞれ消費者教育を推進しているところでございますので、そのことについても情報を共有して、推進会議で、更に推進していくための方法についてどういふものがあるのかといったことを検討していきたいと考えております。

3は、推進会議の委員でございます。

4は、開催スケジュール。11月を第1回としてスタートいたしましたけれども、順次、ここに記載されているとおりに開催していきたいと考えております。

別紙に推進会議のメンバーが記載されておりますが、会長には末松副大臣、副会長には文科省の笠政務官、そして17名の外部有識者の方に委員に御就任いただいております。

2枚目に、行政委員としまして、消費者庁側から長官、次長、文科省から生涯学習政策局長並びに初等中等教育局長が参加しております。そのほか、幹事という立場でございますけれども、13府省庁から、国民生活センターも含めて、幹事としてメンバーに加わっております。

続きまして、資料3-3「消費者教育ポータルサイト」について御説明させていただきます。消費者教育ポータルサイトにつきましては、赤い字の下にも書いてございますけれども、消費者教育の基盤整備として消費者庁ホームページ上に設置いたしております。消費者庁のホームページをお開きいただきますと、トップページの左側にバナーを張っておりますので、そこをクリックいただきますと、この資料3-3の裏表に記載しているような情報が出てまいります。

ここでは、消費者教育用の教材ということで、現在は各府省庁、地方公共団体作成のもの、約300種類を掲載しております。右の吹き出しのところに掲載しておりますけれども、消費者団体・事業者団体・企業等も副教材等の作成等をされていると思いますので、それを収集させていただいて、順次ポータルサイトで御紹介できたらと考えております。

消費者教育ポータルサイト、裏もごらんいただきたいと思います。消費者教育の取組みにつきましては、400団体ほどの出前講座等を御紹介しております。DVDのコーナーは、試聴も可能なようにシステムの変更をしたところでございます。それから、イラスト集のコーナーも作成しております。

続きまして、資料3-4を御説明させていただきます。資料3-4は「効果的な消費者教育手法と効果測定の検討（中学校）」ということで、都内の中学校2校で現在研究授業を実施しているところでございます。生徒が楽しみながら身につけることができる教育手法。それから、全国の中学校で参考にしていただける教育手法を研究し、消費者教育の内容の充実並びに広がりというところにつなげたいと考えております。具体的に研究授業でどうしているのかというのが、色分けした4つの箱です。講義方式、ゲーム方式、ロールプレイ方式、グループワーク方式という、幾つかの方式で今、授業を行っていただいているところです。勿論、授業して終わりではなく授業を受けた生徒さんたちに、その効果を測定する観点からアンケートを実施し効果も測定したいと考えております。

続きまして、資料3-5でございます。今、中学生向けの副教材の作成に取り組んでおります。そこでは、消費者被害に遭った後に適切に対応できる消費者を育てるための消費者教育ではなく、その前に予防の原則の観点からも、消費者被害に遭わないための消費者教育、あるいは製品事故に遭わないための消費者教育という視点を大事にしながら、副教

材の作成に努めているところでございます。

副教材の作成に当たりまして、教育の御専門の方はもとより、心理学の御専門の方たちにもお入りいただき、教材作成の検討委員会を実施しております。また、完成しましたら全国の希望する中学校にお配りして、副教材を活用した授業を進めていただきたいと考えております。予算等の関係もございまして、中学校への配付は3割程度を予定しております。また、この副教材の全国の中学校配付等につきましては、文科省とも十分連携をとりながら進めてまいりたいと考えております。

次に、資料3-6「高齢者の消費者トラブル見守りガイドブック」を、今日、配らせていただきました。1枚おめくりいただきますと、「周りの方々の見守りが、高齢者の消費者トラブルを防ぎます」と記載しております。見守っていただける方たちに対して御活用いただきたい、と参考にしていただける内容を各ページに盛り込んでございます。気づきと対応のポイントも各ページに記載しております。

一番後ろのページには、おかしいな、困ったなと思ったら、一人で悩まないで相談しましょうということ、それから、消費者ホットラインの番号も記載しております。ガイドブックを活用いただく地域で、最寄りの消費生活センター、相談窓口の電話番号等を書き入れてもらえるスペースを確保しております。

続きまして、資料3-7でございますけれども、消費者基本法の目的と基本理念、それから、第17条のところで「啓発活動及び教育の推進」、2ページにつきましては、消費者安全法の目的、第4条・国の責務。3ページは、衆議院、参議院附帯決議でございまして、4ページは、3月に閣議決定いたしました消費者基本計画、消費者教育の部分の抜粋。5ページ以降につきましては、具体的施策。今回、御説明をさせていただいております、87、93も含まれております。各施策の御紹介でございまして。

資料3-8でございますが、昨年11月、「消費者教育に関するOECD消費者政策委員会の政策提言について」、概要ですけれども、配らせていただいております。(1)のところに、「消費者教育の目的と戦略、結果の評価手法」について現状認識が記載されているところでございます。下線を引いておりますけれども、一つは、消費者教育の目的と戦略が明確になっていないのではないかという指摘が行われております。

(2)では、「消費者教育に対する最も適切なアプローチの選択(提言)」が行われているところです。ここは、教師が効果的に教育技術を身につけられるよう支援することが大事ですということも書いてございますし、下から2つ目の黒ポツには、「特定の消費者問題や特定層の消費者(被害に遭いやすい消費者)を対象にした消費者教育は一般的な方法であるが、こうした手法が効果を持つか否かは、対象となる消費者に適切に到達できるかどうかや、効果的な教育を行えるかどうかによる」と書いてございます。

後ろ2ページにまいりまして、(3)「関係者間の協力・調整の改善」というところでございます。ここは先般、第1回の消費者教育推進会議を開催しました折にも複数の委員の皆様方から、学校と地域、地域の中の多様な主体の連携ということで、「連携」が大事であ

るということがかなりの委員の方から御発言がございましたけれども、(3)では、多様な関係者の協力・協調が十分ではないという指摘も行われているところでございます。

以上、消費者庁が進めております消費者教育のとりくみをご説明させていただきました。

OECDの提言等も十分踏まえながら、具体的な事業を進めております。

委員会からちょうだいいたしましたヒアリング項目としまして、消費者教育用教材の開発についてということがございます。今、教育用教材につきましては作成の過程でございますので、完成しましたときには御紹介させていただきたいと考えております。

消費者教育の推進方策につきましても、研究事業を進めていると御説明をさせていただいたところでございます。今年度の3月末にはとりまとめを致しますので、いずれ御報告させていただきたいと思っております。

消費者教育効果の測定手法、先進的教育手法の検討も同様でございます。

施策番号96でございますけれども、関係省庁でさまざまな副教材、出前講座等も行われているところだと思います。関係省庁の消費者教育の取組み、あるいは作成をしているものについても、第2回の消費者教育推進会議までには、集約をし第2回の推進会議に御説明をさせていただきたい。スケジュール的にはそのように考えているところでございます。

私からの説明は以上でございますけれども、よろしくお願ひ申し上げます。

○松本委員長 ありがとうございます。

それでは、ただいまの御説明につきまして、どうぞ、御意見、御質問のおありの方はお出してください。

日和佐委員、どうぞ。

○日和佐委員 最初に、具体的なことでお答えいただきたいと思っております。消費者教育推進会議はやっと開催されたなという感じでした、まだ第1回が開かれたばかりということですから、そこで議論になったことは、どのようなことなのか。第1回目の議論のメインの課題はどうだったのかということ。

それから、ポータルサイトはかなり充実されていると思っておりますけれども、どのように利用されているか。利用実態だとか、アクセスがどんなふうになっているのか。要するに、情報を出すのは充実したけれども、それが実際に利用されて活用されているかどうか。そこまでいかないと効果がないわけですので、そこはどうなっているのかということ。

先ほど、中学校の副教材は希望する中学校に配付するということでしたけれども、そうすると、希望する中学校というのは30%程度のものなのではないでしょうか。3割しか使用されないということであるならば、ちょっと少ないのではないかなと思うのですが。

○消費者庁加藤参事官 1回目の推進会議でございますけれども、時間にしますと約2時間でございます。副大臣を会長にして、今回は有識者の方14人御出席いただきました。かなり大所帯でございます。初回ということもございますから、簡単な自己紹介を含めて、今後の消費者教育の推進についての御意見をちょうだいいたしました。

主に「連携」の重要性について挙げられる方が複数いらっしゃいました。その他、外部

講師の活用を求めのご意見などもございました。

高齢者の消費者教育につきましても、委員の方から、これだけ高齢者の消費者被害が多い中で、第二の義務教育として消費者教育を位置づけるぐらいの考えでいかないといけないのではないかと。「フレッシュアゲイン講座」というような名称で、といったご発言もございました。

また、学校における消費者教育では、以前消費者委員会のヒアリングでも研究者の方がおっしゃっていらっしゃいましたけれども、授業時間数が少ない中でどう教えるのかというのが悩みです」といった厳しいお話もちょうだいしたところでございます。

次にポータルサイトですが、現場の先生方に見ていただき、さらに活用していただけるようにポータルサイトはしていかなければいけないという問題意識を持っているところでございます。

アクセス数ですけれども、システムの変更をして充実して以降は、月 4,000~6,000 件ぐらいでございます。これも今年の 4 月以降、伸びております。

副教材については、希望の中学校に配ると書いてあるけれども、少ないのではないかとという日和佐委員からの御指摘でございます。使っていただけるかどうかもわからないのに一方的に送って使っていただけないのではいけないと思います。現場の先生方にうかがったところではいろんなところから、「副教材が山のようになくなって届くんですよ」と、先生方から言われました。「でも、送られたって、どこでどう使っているのかわからないし、見る時間もないんですよ。これはこのままこっちに捨てられています」、こんなお話もうかがっているところです。

やはり税金で作成しており、活用していただかなければいけないと考えます。配布数については、予算との関係もでございます。事務的な話で恐縮でございますが、非常に手間がかかりますが、御希望をきちんと聞いて、使っていただけるところにお届けしたいと思っております。数が少ないのではないかとというご指摘につきましても、広げていけるように努めたいと思っております。

以上です。

○松本委員長 池田委員、どうぞ。

○池田委員 同様のことになるかと思っておりますけれども、先ほど、推進会議で「連携」という言葉があった。会議録を拝見させていただきますと、事業者側、会社側、企業側からも、いろいろなことをもう少し積極的にやってくださいという要望が出ていたと思っておりますが、私はそのとおりだと思います。私どもの会社のグループでもいろんなことを昔からやっていますし、特に飲料水の方は昔からやっていますけれども、もう少しそういうことを組織的に、積極的、計画的にというか、ただポータルサイトみたいに集めるというのではなく、ある仮定を立てた上でプランをつくってやっていかないと検証できないと思います。検証するということは、こういうことをやったらこういうことができるのではないかとというプランをつくった上で、それをやって、そのとおりになったかどうかという形でやっていか

ないと、いろんなことをやったうちどうなったかというのは、先ほど加藤さんがおっしゃったように、こんなに来てしまったらだめだということで、ポーンと捨ててしまったというのが現実問題だと思います。

例えば、希望の学校に送るということをおっしゃいましたけれども、文科省にしても農水省にしても、どこもそうしていると思うのです。そういうのが同じところに行ってしまう。一つの学校にどれぐらいの副教材をやろうとか、そういうことをやっていくのが、消費者庁が学校教育に対して声を出す、あるいはそれは文科省の役目かもしれませんが、そういうことを具体的にしていくことが計画ではないかと思うのです。メニューを集めるというのは進行形で当たり前の仕事ではないかと思います。

消費者基本計画の中で出す以上は、ある程度の予測に基づいたプランを練っていかないと検証というのはできないといいます。是非そういうことに力を入れてほしいと思います。特に、いろんなところでいろんな副教材、すばらしいのがあるということは、私も少しの経験ですけれども、たくさんあります。そういうものを一回洗い出して、それぞれが勝手に配るのではなく、窓口を決めてやるとかいうことを考えないと、消費者庁は消費者庁で、3割、3,000校・170人と。よそも同じようなことを考えるのではないですか。

それともう一つ、高齢者の見守りガイドブックというのは大変結構で、高齢者自身を見守ってやるということは大事だと思います。先ほど、義務教育ではないけれども教育しなければいけないと、私もそのとおりだと思います。今、老人の健康のためのいろいろなメニュー、例えばデイサービスにしろ、地域であると思います。そういうところと一緒にやるべきなのではないかと思うのです。こういう被害に遭わないというのは最大の健康だと思うんですね。どこかへ集めて何かやるとか、だれかに頼むとかいうのではなく、今、既に老人の問題はいろんなところでいろんな問題が出てきていますから、そういうところにそれこそ出前してやっていかないといけないのではないかと思います。

○松本委員長 加藤参事官、何かお答えがございましたら。

○消費者庁加藤参事官 推進会議の計画を立ててというお話は、検討させていただきたいというふうに思います。ただ、一方では、この推進会議を従来の役所の審議会と同じようにしないでくださいということを複数の委員から言われております。事務方でいろいろ計画を立てて、そのスケジュールどおりに出口感も決めてという会議体にはしてくれるな、という御注文もいただいているところでございます。御意見、ありがとうございます。

それから、見守りガイドブックについての御意見でございますけれども、ありがとうございます。消費者庁としては、5月が消費者月間でございますので、「高齢消費者・障害消費者見守りネットワーク連絡協議会」を開催しております、11の高齢福祉関係団体、ほかのいろいろな関係団体、消費者団体にも11団体お集まりいただいて、かなり大きな会議を5月に開催したところでございます。

しかし、霞が関で一つこういう大きな連絡協議会を開催しているだけではなく、そこに参加していただいている全国組織の各団体にお入りいただいて、御協議いただいています

ので、そういうネットワークを通じて、地域のところで具体的な取組が進めなければいけないと思います。

昨日、ある四国の県に参りました。高齢者を見守っていただいている方たち 400 人ぐらいが集まった大会でございました。皆さんが抱えていらっしゃる御苦労、課題というのでも会場からかなり御発言がございました。民生委員の人たちを通して高齢者の方たちとつながって、消費者被害に遭わないためという啓発活動を含めて進めていきたいと思うけれども、そこはやはり地域における人と人との関係がございましたので、なかなか難しいというのもございます。それはそうなんだろうなと思いますけれども、この連携が今まで以上にきめこまやかに進まないことには、高齢者の消費者被害を少なくしていくことは難しいと思います。地域、集落のレベルも含めて、連携、見守りのネットワークが進んでいくように考えていかなければいけないと改めて認識して帰ってきたところです。

○松本委員長 日和佐委員、どうぞ。

○日和佐委員 ここからは意見です。消費者教育というのは、消費者が主役の社会をつかっていく上では非常に重要な課題なわけですね。ちょっと出足が遅かったかなという感じはありますけれども、是非頑張っていただきたいと思います。

先ほどもありましたけれども、消費者教育の中心になるのは、被害未然防止、悪質被害に遭わないためという、いわゆるノウハウも勿論必要ですけれども、それだけではなく、消費者の 8 つの権利が実現できるように行動できる消費者を育てていくという、その基本的なところは大事にとらえていただきたいというように思いました。

具体的に、連携の話が出ました。地域では事業者も含めて、NPO、その他、さまざまな組織がありますから、その連携を図って消費者教育がうまく機能していくようにと。それから、副読本が捨てられているというのは非常にショックでありました。そこはソフトも必要だと思うのです。教材をつくるノウハウを提供する、いろいろな情報を提供するというのも仕組みとしては重要ですけれども、それらをどうやって使いこなして、実際の教育に役立てていくかという、教師をどうやって育てるかということがやはり大事なのではないかとつくづくと思いました。

OECD が言っていますように、効果の測定ですね。どうやったら効果が測定できるのか。今までもいろいろな教材が開発されて提供されて、こうしましょう、ああしましょうというふうに言ってきたけれども、現実を言えば、それほど消費者教育は進んだとは思っていません。むしろ難しい課題としていつもいつも言われている。ですから、教材、システム等を提供した結果が具体的にどのような効果を生んでいくか、その効果の測定の方法については是非考えていただきたいということ。

もう一つ、中学校でテストをスタートさせたとおっしゃいました。消費者教育によって具体的に子どもたちがどのように変化をしたかということだけではなく、学校としてそういう教育をやって、学校全体に及ぼす影響あるいは教師に及ぼす影響、その辺も成果としてあれば是非つみ取っていただきたいと思いました。

以上です。

○松本委員長 山口委員、どうぞ。

○山口委員 基本計画の87の末尾は、「消費者教育に関する法制の整備について検討を行います」とあります。実は議員の方々の間では消費者教育基本法の制定の動きがあると聞いております。食育基本法とか、環境の保全のための意欲増進及び環境教育の推進に関する法律というのは、平成15年、平成17年に、恐らくこれも議員立法でしょうが、できて、それなりのインパクトを持って役に立っていると聞いています。その意味では消費者教育基本法をつくるというのは一つの発想として十分あり得ると思うのですが、正直言って、議員任せにしないで、この推進会議などでも早急に議論をして、せっかくだとつくるならいいものをつくるという観点の議論をしたらどうかと思います。

そういう観点からしますと、3か月に1回ぐらいの会合でそんなものできるのかなという感じがします。末松議長は専門分科会の設置を提起したという話も聞きますが、推進会議と消費者教育基本法の制定、あるいは法整備という観点がどういうふうな視点になっているのか。これは是非伺いたい。

それから、消費者基本計画の見直しの中で、先般、厚労省においていただいて地域包括支援センターの話をお聞きしました。地域包括支援センターつまり厚生労働省には、消費生活センターとの連携とか、消費者教育サイドとの連携というのは発想にないんですね。だから、もう少しその辺を考えてくれませんかという話をしたところですが、是非厚労省とも話をして、特に高齢者の関係では地域包括支援センターが一番地域に密着して動いているわけですから、そことの連携を積極的に働きかけていただきたい。2点です。

○松本委員長 加藤参事官、今の御質問について。

○消費者庁加藤参事官 まず、政府側で法律制定について現在考えておりません。

厚労省との連携というお話は、推進会議のメンバー表の2枚目に幹事というので13府省庁が明記されております。それから、5月の消費者月間のときに、高齢消費者・障害消費者見守りネットワーク連絡協議会を開催したと御報告させていただきましたけれども、そこにも関係をいただいております。改めて御発言いただきましたので、厚生労働省との連携を強化していきたいというふうに思います。ありがとうございます。

○松本委員長 佐野委員、どうぞ。

○佐野委員 副教材の件ですが、これはすごく気になりました。捨てられてしまうから、手を挙げた中学校だけに配る。それが3割だと。多分、消費者教育に熱心な先生がいらっしゃる学校は「教材をお願いします」ということになって、更に格差が広がっていくのではないかという気がします。これこそ連携ができると思うのです。各地域の消費生活センターの方々に是非学校と連携して、こういう教材がありますと説明しに行ってくださいとか、または、地域の消費者行政の担当の方が学校を集めて説明するとか、何かそういう一工夫がないと更に格差が広がるような気がするのです。是非その辺りは検討していただきたいと思います。

○松本委員長 中村委員、どうぞ。

○中村委員長代理 見守りガイドブックについては、私は非常によくできていると思いますが、書いてあるのは取引被害だけです。消費者庁の事故情報データベースを開くと、トップのところ、注目事故情報リストで「高齢者の事故リスト」というのがあります。そこには、694 件も高齢者が事故に遭っていると。古い扇風機をいつまでも使っていて火が出て焼け死んだとか、こういう事故がいっぱいある。リコールになった家電製品を、リコールと知らずに使い続けて事故に遭うとか、製品事故の分野は高齢者が被害に遭っていることが非常に多いです。ここに対してもやはり見守りの方たちに意識してもらおう。リコール製品がまだ使い続けられていないかとか、余りにも古い型の扇風機がいまだに置いていないかとか、そういうことが必要だと思います。

それから、在宅介護を受けている人の福祉用具による事故も非常に多いです。介護ベッドで挟まって死んだとか、腕を折ったという事故もいっぱいあります。そういう中には誤使用のような事故も確かにありますけれども、高齢者になるとどうしても判断能力が衰えたり運動神経が悪くなってくる。そういうところもやはり見回って、見守りの中で、設置の仕方を間違えていないかとか、そういうところまでできるとベターだなと思います。大変要求水準は高いかもしれませんが、お金をとられないようにするのも大事ですが、命をとられないようにすることはもっと大事なので、こういうガイドブックの製品安全版を是非つくっていただきたいと思いますが、そういう検討はされていますか。

○消費者庁加藤参事官 見守りガイドブックも、おっしゃるように中心は契約取引ですけれども、ガイドブックの 12 ページには、製品事故に気をつけていただきたいということで内容を盛り込んでいるところでございます。

国民生活センターで出前講座もしていらっしゃいます。相談員の方たちが地域に行ったときに、「製品事故について気をつけてもらいたいとき、そういうお話もしていただいているのでしょうか」というふうに伺いましたら、「製品事故についても話しています」と。いろんなコードを持っていったり、講座の内容に盛り込んでいるというお話もいただいたところでございます。ありがとうございます。これからも更に充実していきたいと思っております。

○松本委員長 ありがとうございます。

○下谷内委員 いいですか。短く。

○松本委員長 では、短くお願いします。消費者教育というのは、皆さん言いたいことが多分いっぱいあると思うので、2 時間でも足りないと思いますが、どうぞ。

○下谷内委員 ありがとうございます。先ほど中村委員もおっしゃいましたけれども、このガイドブックは、以前はこういうような安全は入っておりませんでしたけれども、今は入っているいいのですが、後ろの方なので、なかなかここまでたどり着くのが難しいということもあります。もう少し検討されるべきかと思えます。安全の問題についてはどうしても契約絡みが多かったものですから、長年、出前講座をやっております私たちにとっ

では、これから安全のところをどのように語っていくかということも大事かと思いたすので、違う形のものを考えてもいいのかなというふうには思っています。

一つ、よく私どもに、このガイドブックを分けてくださいというお問い合わせがあります。私どものところには決められて数しかありませんが、それは消費者庁に言えば、CD-ROMと一緒にいただけるのですか。それが1点。

それから、見守りネットワークというのがありますね。5月にされています。あれは、以前からあったものがちょっと拡張されてできておまして、年に1回、申し訳程度にやっていたような感じなのです。ただ、申し訳程度といいましても、出前講座の時期になりますと、あそこの団体の社会福祉協議会や全国老人クラブ連合会など全部にごあいさつに行き、「出前講座をやりますので、是非御協力いただきたい」と言いますと、大体トップの方から末端まで、民生委員さんというのはすごく縦系列がしっかりしておりますので、末端まで情報が届くんですね。ただ、それになかなか乗り切れないところがありますので、そういう情報を、ただお願いするだけではなく、消費者庁としてももう少し力を入れていただくと、あのネットワークの会議がもっと充実するのではないかと思います。

単に年に1回の消費者月間だけの会議ではなく、先ほど来、連携という言葉がありますので、何回かやっていただきたい。3年すると担当者が変わっていらっしゃらないときもあります。中で異動されるのです。その異動の連携がうまくいっておりませんものですから、同じことを毎回毎回、御説明しなくてはいけない。毎回するのが当たり前なんですけれども、そういうことを感じておりますので、何回かやっていただきたいというのが一つあります。是非よろしくお願ひしたいと思いたす。

○消費者庁加藤参事官 ガイドブックはダウンロードしていただけるようになっております。紙でお送りすることは、もう在庫がございませんので、できませんけれども、そういうことで御利用いただけるかなと思いたす。

それから、会議の開催回数をもう少し増やしてくださいという下谷内委員からのお話でございますけれども、推進会議も、5月の御紹介いただきました高齢消費者・障害消費者見守りネットワーク連絡協議会につきましても、かなり大きな会議でございます。委員会もいろいろな会議がおありになると思いたすけれども、事務方の立場から申し上げますと、かなりのマンパワーと時間をここにかけなければいけない。必要な会議はしなければいけないわけですが、その会議をすることによって、本来しなければいけない大事な仕事ができなくなるのでは、私は、会議の開催ということも少し考えなければいけないのではないかと思うのです。勿論、大事なことはしていかなければいけないのですけれども、会議の開催ということについてはいつもそんな問題意識を持っています。マンパワーと時間の制約ということを念頭に置きながら考えています。

○下谷内委員 充実の仕方を考えていただければと思いたす。

○松本委員長 川戸委員、どうぞ。

○川戸委員 効果的な消費者教育手法と効果測定の検討というところで、都内の中学校2

校で受験教育を行っていらっしゃるとおっしゃったので、私はその中身を聞いたかったのですが、時間がないということですから、実験授業の中で、佐野委員や池田委員から指摘がありましたように、地域や企業との連携というところをもっと実験的にやってほしい。もしやっていたら、それはそれでいいんですけども、そういう中には是非取り入れていただきたいと思います。よろしくをお願いします。

○下谷内委員 これは文科省さんにもお願いすることになりますが、消費者教育について、先ほど来、興味のある先生と関心のある先生はやってくださるというのですが、確かに消費者教育という項目は私たちも学校時代からあったわけではありませんので、なかなか難しいと思うのです。私が住んでおります県においては、市でやっておりますが、先生方を集めて夏休みなどに消費者教育の研修会を開いていらっしゃいます。興味がない先生方も、例えば社会科の先生、家庭科の先生、いろいろなところに教育委員会からお声をかけていただければ、それに参加できるのではないかと思います。そういたしますと、その中で先生方に取り組んでいただける方向性が見えるのではないかと。皆さん時間がないし、受験科目にないからということで、以前、地方の高校の先生もおっしゃっていましたが、3月になって時間のあいた、興味のある先生が積極的に取り組んでいるだけで、時間がないのでとても取り組めません、興味があっても取り組めないと言われたんですね。

ですから、消費者庁には連携していただいて消費者教育に関する研修講座をやっていたくのと併せて、文科省は後からになりますが、そういうものも通達か何か、できるのかどうかわかりませんが、そういう取組みを考えていただければいいのではないかとこのように思っております。

○松本委員長 それでは、文科省からも、施策番号 93 番について御説明をいただいた後で併せて質疑を行いたいと思いますので、どうぞよろしくお願いします。

93 番の施策について、文部科学省より御説明をお願いいたします。

○文部科学省平林初等中等教育局教育課程課長 文部科学省の教育課程課でございます。

施策番号 93 につきまして、お手元資料 4 と、冊子（「生きる力」）をお配りしておりますが、それに基づいて御説明したいと思います。

ヒアリング項目第 1 番目は、新しい学習指導要領の周知・徹底の状況。皆さん御存じかと思いますが、学習指導要領というのは学校におけるカリキュラムの基準となるもので、大綱的な基準でございます。そちらにつきましては文部科学省が作成しておりますが、その新学習指導要領につきましての周知・徹底の状況ということでございます。

1 枚めくっていただきまして、1 ページ目をごらんいただきたいと思います。以前にも御説明申し上げましたように、新しい学習指導要領の中で消費者教育についての指導内容が充実されました。具体的には参考資料の中で、7 ページ、8 ページは全体的な改訂のポイント、9 ページに今回の消費者教育に関する主な内容を付けさせていただきました。学習指導要領ですので、こちらは先生が必ず教えなければいけない項目でございます。興味があるから教えるというものではございませんので、一言、申し添えておきます。こうい

うふうに新しく消費者教育についての内容が充実されましたが、それも含めて新しい学習指導要領の内容について周知・徹底を図ることが、今、私どもとしては大きな課題になってございます。

小・中学校につきましては、学習指導要領について平成20年3月に告示されまして、小学校につきましては23年度、23年の4月から、中学校につきましては24年4月から全面实施される予定になってございます。高等学校につきましては、21年3月に同じく新学習指導要領の内容が告示されまして、こちらにつきましては25年度から年次進行で実施されるということでございます。

今、それに向けて準備が進められておりまして、例えば教科書であれば、小学校の23年度実施に合わせて21年度に教科書検定が行われ、今年度、どういう教科書で行っていくかというものが採択されて、23年度から実施する。中学校で言えば、今年度は文科省で、24年度から使う教科書について検定作業をしているところでございます。

その周知・広報状況でございますが、2～4ページでございます。新しい学習指導要領は参考資料にもございますように、内容が充実されておりますので、それを現場の方に周知するというところで、各県教育委員会の関係者、指導主事の先生方に対して説明会を行っているところでございます。文部科学省主催による中央での説明会や連絡協議会、各地方において都道府県の教育委員会と共催して説明する。あるいは都道府県教育委員会が主催する説明会で、内容を地方の現場に周知を図るという意味で、そちらの方にも私どもから説明に参ることもございます。

消費者教育は主に社会科、公民科、家庭科で指導されておりますけれども、こういった説明会の多くの場合は、教科ごとに分かれて、そこでまた新しい指導内容について研究・協議するという場面を設けておりますので、そこで消費者教育の内容について説明したり、どういう指導の在り方があるかといったようなことが協議されるというものでございます。

3ページは、高等学校についての周知の状況でございます。

4ページでございますが、周知・広報について更に申し上げます。先生方に対しましては、新しい学習指導要領につきまして、学習指導要領冊子を全教員に配りまして、内容をちゃんと読んで勉強してほしいということを行っております。また、学習指導要領の内容について文部科学省で「解説」というものをつくっております。こちらにつきましても、市販はされていますけれども、ホームページにも掲載してその周知・徹底を行っているところでございます。

保護者につきましても、やはりその内容について理解をしていただきたいということで、各種の資料なりパンフレットを作成して説明を行っているところでございます。今日お配りしたのはその中で使っているもので、今回の学習指導要領改訂のエッセンスを書いたものでございます。消費者教育につきましては、20ページをごらんいただきますと、真ん中辺に「消費者教育の充実」ということで、小・中についてどういった内容が充実されたかといったことが書かれてございます。

以上のことをいたしまして、私どもとしては、円滑に新しい学習指導要領の実施を図っていきたいと考えているところでございます。

2番目のヒアリング項目でございますが、消費者に関する副教材の作成への協力の進捗状況でございます。副教材の作成につきましては先ほど消費者庁から説明があったかと思えますけれども、中学生向けの副教材作成の委員会に私どもからも毎回オブザーバーとして参加させていただきまして、学習指導要領の内容の説明をして、現場で使いやすい教材の作成に向けて一緒に協力していきたいと考えているところでございます。

ヒアリング項目3番目でございます。消費者教育指導者の養成の状況についてのお尋ねでございます。資料の5ページをごらんいただければと思います。先ほど申し上げました消費者教育についての記述が新学習指導要領において充実されたということで、それをちゃんと指導できるようにしていただかなければいけない。学校教育において、消費者教育を実施する先生の指導力を高めていこうということで、今回、「学校教育における消費者教育の推進」という新規事業をお認めいただきまして、今年度は約2,700万円で実施しているところでございます。

具体的には2つございまして、1つは、中央説明会というものを国において開きます。こちらにおきましては、消費者庁を初めとして関係省庁、団体からの御協力も得ながら、学校における消費者教育の推進方策に関して説明をしようと、そのための経費を盛り込んだところでございます。これは来年の2月に実施と考えているところでございます。

こちらは中央でございますが、もう一つ、各地におきまして、やはり具体的に消費者教育の指導者の養成講座を実施しているところでございます。全国の大学、都道府県の消費者教育に関する関係部局とも連携して実施していただく経費を、今回、新しく計上したところでございます。

具体的には6ページに、今後の予定のものもございまして、今年度は14道府県におきまして、大学あるいは各地の消費生活センターと連携して実施することを考えてございます。主に小・中・高等学校の社会科、家庭科の先生方を対象として、各地によってそれぞれの工夫を生かしてもらうことになってございます。講義あるいは演習といったものを行って、消費者教育の現状についての認識や理解を深めたり、あるいは、実際どういうふうにやっていったらいいかということ、演習したり、研究・協議をするということで、指導力の向上につなげるための取組みを行っているというふうに認識しているところでございます。

参加人数は、予定のものもございまして、研修ですので全員というわけではございません。例えば各学校で中核になる先生方を対象に、そういった方が学校に戻って具体的に消費者教育を実施していただくということを考えてございます。全体で参加する予定数は、約1,500名の先生方に参加していただくことを考えてございます。

来年度におきましても、同じように予算要求をしておりますし、中央説明会なり各地の養成講座を続けていこうと思っておりますし、必要に応じて内容を改善することも考えております。引き続き、消費者庁あるいは関係省庁とも連携を図りながら、現場における消

費者教育の充実に努めていこうと考えているところでございます。

説明は以上でございます。

○松本委員長 ありがとうございます。

ただいまの御説明につきまして、どうぞ、御意見、御質問をお出してください。

日和佐委員、どうぞ。

○日和佐委員 各地に説明に行かれていますね。そこで、説明するだけではなく、恐らく集まってきた方との意見交換をされていると思いますけれども、そこで出された意見はおおよそどのような意見が多かったか、お聞かせいただきたい。

それから、都道府県での養成講座ですけれども、現在 14 ですか。これは、全都道府県で開催するように促すというか、そういう予定でいらっしゃるのか。これはもう、やらないところはやらないで済んでしまうのですか。そこを教えてください。

○文部科学省平林初等中等教育局教育課程課長 中央もそうですけれども、地方の説明会等におきましては、大体こういう形で消費者教育をやっていたらどうかとか、こういう実践例がありますということを持ち寄って情報交換をするというのが、こういった会議の目玉(と言うと変ですけれども)になるかと思えます。それぞれ状況は違いますが、参考になるケースかなと思えます。

今まで出てきたもので、二、三、聞いた中では、例えば契約といったものについては、学校の先生方は専門的知見があるわけではございませんので、契約とはどんなものかを学習した上で、子どもが契約書を作成してみる。それについて例えば弁護士さんを外部の人材として招いて、そこでどのようなトラブルが現状としてあるかというのを指導してもらう。そこで生徒さんも具体的に、契約上、いわば身をもってそういうトラブルがあるということで、「非常に効果がありました」というような報告がある。そういう外部人材を活用するケースがございます。

あるいは、効果があるということで言いますと、ロールプレイングのようなもので、賢い消費者としての見方なり考え方を具体的に、子どもに身近な、例えばハンバーガーショップの店員になったとき、ショップの経営者になったときの考え方ということと、消費者の両面からの立場を体験してみるというように、それぞれの工夫はいろいろ行われていると承知しております。

そういういろいろな手法をヒントにして、それぞれの学校に持ち帰って、生徒の実態あるいは地域の実態に合わせて、実際の教育は展開されるのだろうというふうを考えております。

2つ目の、14 道府県でということですが、我々としては全都道府県でやっていただきたいと思っております。ただ、予算的な制約がございますので、その限りはあるかもしれません。今回は、新規事業ということもございましたので、研修計画も年度を通してできているものですが、その周知がちょっと遅れたということもあるかもしれませんが、14 道府県というのは、今のところ申請してきたところはすべて採用したところで

ございます。新しいこういう事業があるということを、また来年度も要求していますので、そういうことを各県も踏まえて、応募が更に増えていくのではないかと考えているところでございます。

○日和佐委員 再質問ですけれども、いい事例はみんなで情報交換をし合って活用していくということで、それは非常にいいことだと思いますが、担当省として、消費者教育を行っていく上で何か困難なことはあるのか、ないのか。多分、そんなにすべてがスムーズに行っているとは思わないですよ。何が問題で、その問題をどうすれば早く解決できるかという視点で現場の声を聞くべきではないかと思っていますので、伺ったわけです。

○文部科学省初等中等教育局教育課程課 教育課程課でございます。

現場の先生から一番意見としてあったのは、一つは、新しい授業内容が増えることによって、その部分についての内容が不安だと。例えば高校の社会科、公民科の先生などで、今までは金融といえば日銀のことを教えていけばよかったのですが、今回はいろいろ内容が深まるものですから、そういった部分についてどのようなことを教えていけばいいのかということの不安。あとは外部講師との連携で、先ほどもいろいろお話がありましたけれども、我々としてもいろいろな方から、「外部講師の連携はどうやったらもっと進みますか」という観点で、逆に学校側から外部講師の方にお伝えしたいこととか、こういうふうにしたらうまくいくとかいうことを、そういう協議会の場でもアンケートなどをとって伺ったりしました。

そういう中であったのは、仮に外部講師を呼ぶ場合、どこにどんな先生がいらっしゃるのかが余りよくわからないという話の一つ。

2つ目は、仮にそういう先生がいらっしゃっても、無償でやっていただける方とか、安いお金でやっていただける方はいいのですが、講師代が何万円ということがかかってしまう場合の一つ。

3つ目は、学校が年間授業計画というものをしっかり立てて、その年間授業の中で、例えば金融の中で絡み合いで多重債務を扱いますとか、家庭科の年間授業計画の中で、ここでしっかり消費者教育を扱いますという計画を立てていますけれども、割と案内が急に来たり、授業が始まってから来たりするので、そこがなかなかうまくいかないということ。

もしくは、授業をやるときに外部講師の方に来ていただく。先ほど、例えば3月にやるという話もありましたけれども、研修会、説明会、そういう感じでやられる場合もありますが、そういう場合よりもむしろ、それぞれの授業の中にとり入れる方が効果が高いと先生方も思っているようで、そういうことを積極的にやりたいと。ただ、そういうときに、例えば同じ学年に8クラスあったら、8クラス分、先生を用意しなければならないけれども、8回来ていただくのがなかなか大変で人が見つからないとか、時間がうまく合わないとか、逆に学校の先生も学校の先生で、実は授業のねらいというものを定めているのですけれども、来ていただく方との打ち合わせが不十分で、そのねらいとうまく合致しないとか、そういう御意見をいただいています。

そういう場面をどう解決していくかというところですけども、来年の2月に「消費者教育中央説明会」という場を設けます。この場においては、各都道府県の指導的立場にある指導主事に来ていただくとともに、あとは各団体の方に来ていただいて、こういう取組みがあると、お互いがお互いを知ってもらう場にする。お互いがこうやればうまくいくとか、そういう場を通じてうまく連携が図られるようにする。特に外部講師の方を入れるというのも非常に重要なことだと思いますので、連携が深まるようなことが重要かと思って、今、取組みを進めています。

○松本委員長 池田委員、どうぞ。

○池田委員 質問ですけども、周知・徹底とか、先生の指導養成講座で人数が入っています。この人数は、文科省がこれぐらいの人に来てほしいという人数が来られたのでしょうか。結果としてこういう人が来られたのでしょうか。周知・徹底ですから、20年度から22年度の3年間で、どれぐらいの人に周知・徹底したいという内のその人が来ているのか。その辺の数字はどういうふうに理解すればいいのでしょうか。

○文部科学省平林初等中等教育局教育課程課長 大体の説明会関係は学校の先生、県を相手にしているものです。会場との関係もございまして、それぞれ何名ぐらいと出席者を見込んでやっていますので、この人数というのは、私どもとして見込んだ人数になっているかと思えます。

○池田委員 3年間では、全国でこんな数を大体集めてやられるということですか。3年間の計画ですから。

○文部科学省平林初等中等教育局教育課程課長 それぞれの会議ではそうなります。おっしゃるとおりです。

○池田委員 これはもう終わられた後でしょう。

○文部科学省平林初等中等教育局教育課程課長 そうです。現在まで行っているものでございます。

○池田委員 ですから、これで全部済んだということですか。

○文部科学省平林初等中等教育局教育課程課長 いいえ。

○池田委員 来年の3月まで残っていますが。

○文部科学省平林初等中等教育局教育課程課長 今、特に重点を置いているのは、例えば小学校では、来年から実施するために具体的な話を協議してもらうということがございますし、来年になればなっただ、例えば始めたときにどういう課題があるか。あるいは中学校であればというふうに、段階を追って協議する内容もございますので、大体こういう会議では常に行っているところでございますが、それにプラスして、今回は切りかえ時期なのでどうしても回数が多くなっていくということでございます。

○池田委員 それから、6ページの消費者教育指導者養成講座というのが、今年は14道府県で1,500名。これは新しく追加になった予算だから、今年はやりにくさというのがあるでしょうけれども、先ほど日和佐委員も、全都道府県に対してやるのかどうかと。この数

字のばらつきの意味を教えてください。例えば岐阜県教育委員会というのは、都合4日間にわたり576人参加されているわけです。突出した人数なんですね。その次に多いのは大阪で、3日、5日で226人。少ないのは山口県。これは先生の数にもよるでしょうけれども、これは何か意味がある数字なのでしょうか、それとも結果の数字なのでしょうか。

○文部科学省平林初等中等教育局教育課程課長 まず、初めのお尋ねでございますが、私どもとしては、それぞれの都道府県で十分対応できるのであればそれに越したことはないと思っております。ただ、新しい内容だということもあって、今回、養成講座を開く際も、講師の人はいませんかと私どもに照会が来たりもします。多分、学校の先生方は知見というのではないだろうと思っておりますので、まさしく今おっしゃいましたように、全県的にやれたらいいなというふうには思っております。

人数のばらつきは、各県によってやり方が違うということも大きいかと思えます。岐阜県の場合は、小・中で8か所ぐらいのブロックに分けて、それぞれで各学校の中堅の先生方を集めて研修をやったということもありますので、それが延べ人数で大きくなったというものでございます。ほかの県は、例えば人数を絞って演習的にやりたいということであれば、余り多人数にもできないということもございます。そこはやり方によって、あるいは県の状況によって、人数は多少上下してくるのではないかと考えております。

○松本委員長 佐野委員、どうぞ。

○佐野委員 先ほどの外部の講師の方のお話がでしたが、各地の消費生活センター、消費者団体と連携をとりながら是非やっていただきたい。いろいろな団体で、御存じだと思いますけれども、学校教育をやりたくても学校に入れてくれないという意見もたくさんありますので、是非その辺りをうまく連携してやっていただきたい。

もう一つ、私がすごく気になるのは、5ページのポンチ絵です。「学校教育における消費者教育の推進」、これを見ていてすごく違和感があるのが、この図は学校が中心ではないんですね。学校教育における消費者教育というのは、子どもがいて、学校があって、先生がいて、そして教育委員会があって、ではないか。文部科学省がつくったからこうなるのかもしれませんが、学校中心に考えていないポンチ絵かなと思いました。学校のところには、国民生活センター、各地の消費者行政の担当、消費生活センター、いろいろなところが一緒になりながら消費者教育をやるという形の方が自然なような気がします。これは学校が一番最後で、後から付けたような感じなので、もう少し学校中心にしたポンチ絵というものを一度描いてみていただきたいと思えます。

○文部科学省平林初等中等教育局教育課程課長 ありがとうございます。ポンチ絵自身は、あくまで予算の説明資料として作成したものでございますので、我々としては、子どもたちに消費者教育の内容がちゃんと理解されることが第一の目的になっていることは変わりございません。予算の説明上、まさしく中央説明会及び各都道府県における研修のためにこの予算をとっているというものですので、それにどうしても重点を置いた形で整理されているものでございます。

連携のところは、先ほどの養成講座の報告を見ても、先生方はやはりそんなに知見はないわけですね。今の子どもたちがどのようなトラブルに巻き込まれやすいか、特にネット関係のトラブルが多いようですけれども、専門家の方がそれを具体例を入れて説明されると、先生方は「そこまで知らなかった」ということで、非常に知見が深まるということでございます。そういった専門の方々の知見を私どもとしても活用させていただきたいと思っておりますし、学校側もそういうものを望んでいるかと思っておりますので、その連携を図っていきたく思っております。

○松本委員長 今の点で確認ですが、2,704万円の予算というのは、学校で消費者教育をやるための予算ではなく、それより上の緑のところ（中央説明会及び各都道府県の研修）を進めるための予算だという御説明でよろしいですね。

○文部科学省平林初等中等教育局教育課程課長 はい。

○松本委員長 山口委員、どうぞ。

○山口委員 時間がないので、意見だけ言わせていただきます。

この「生きる力」という冊子を見て愕然といたしました。私は、日本人、特に若者が生命力がない、何としてでも這いつくばってでも生きていくという迫力がないことを非常に心配しております。パソコン、ゲーム機、携帯に翻弄されている。答えははっきりしていると思うのです。農業、漁業、林業、あるいは自然と一緒に生きていく、その視点があってこそ生命力がつくのだと思いますが、そういう視点が全くない。この冊子は文科省が苦勞してつくられたのだろうと思うけれども、なぜそんなことが何にも書かれていないのかなと思いました。消費者教育の問題もそこにいろいろあるのですが、時間がないので、とにかくこれでは生命力は若者につかないなと思いましたので、是非見直しをお願いいたします。

○日和佐委員 一言、文科省にお願いします。先ほど、困難なこと、連携のことだけをおっしゃったのですけれども、現場は決してそんななまやさしいものではなく、もっともっと困難な状況があるのではないかと。なぜかといいますと、今までも、学校教育の中に消費者教育を位置づけようということは何度も試みられてきたわけですが、本当にきちんと位置づけられてきたのかなということになると、それは私は失敗であったと思っています。

今回はそうはいかないわけです。その覚悟で、学校教育の中にやりにくいところがあるならば、それは一体どこなのかということをしっかり把握をして、それを解決するにはどうすればいいのかということ、しっかりとやっていただきたい。まだ前哨戦ですね。これで順次全面実施になっていくわけですから、実施されている実態をしっかりとつかんでいただいて、問題点があればそこを解決していく方向を提示して、消費者教育が学校教育の中にしっかりと位置づけられるように努力をしていただきたいと思っております。

○松本委員長 下谷内委員、どうぞ。

○下谷内委員 先ほど予算の話がありましたが、この2,700万のお金で全国の都道府県の養成講座とかいろいろされるということですね。そういたしますと、1県当たりが50万し

かない予算になります。この14道府県は手を挙げたところと言われましたが、初めから枠が決まっていたのかなというのと、その金額だけではとてもできないと思うのです。子どもたちに向けた教育ですので、この辺のところは今後、予算の獲得を目指していただきまして、先生方、そして子どもたちにも有益な消費者教育が図られるように、片隅に追いやられないような努力をしていただきたいと思います。よろしくをお願いします。

○松本委員長 ほかに御意見、御質問、ございませんか。よろしいでしょうか。

消費者教育について、社会教育全体についての御議論と学校教育に特化した御議論をいただきました。どちらもそれぞれ計画を立てて、少しずつさまざまな試みがされていることは確認できたと思います。その中で、とりわけ「連携」というのが強調されていることも指摘されております。

ただ、この辺りは言ってみればアウトプットのレベルだと思います。何人集めてこういう研修会をやりましたとか、これぐらいパンフレットをつくってさばきますとか、あるいは、具体的にこういう会議を行いましたというレベルであって、さっきから強調されているように、文科省の表現でいえば、それでどれぐらい生きる力がついたのか、あるいは消費者被害が防げたのか等々、アウトカムレベルといいたいまいしょうか、OECDの報告でも出ている、効果をどう測定するのかというところがわかりにくい。そこが、これぐらい効果がありましたということが言えるようになると、消費者教育にもっと予算を付けやすくなるかと思しますので、そちらの方の評価指針の開発を是非進めていただきたいと思います。

それから、文科省の「生きる力」の点について、山口委員はかなり厳しい根本論を述べられましたけれども、私は、それほどのところまでさかのぼらなくても、例えば2ページ、3ページを見ますと、知識だけではなく、実際の問題に当てはめる力が弱いと。消費者教育も、公民科で一部やる、家庭科で一部やるというものだけを消費者教育と考えると、限られた時間内でどうやるのかという話になると思いますが、もう少し広げてみる。

消費者として市民生活をするに当たっての生きる力を、広い意味で消費者教育だと考えれば、例えば数学の中で、金利の問題について、複利でいけばどうなるのかということを通剰与信と少しだけ関連づけてやれば、リアルにわかって、多重債務についてのシグナルが鳴りやすくなるだろう。あるいは、マルチ商法とかねずみ講が破綻するというのも、数学的には簡単に証明できるわけですが、それがピンと来ないから、ついつい自分ももうかるような気になってしまう。あるいは化学、生化学の単純な知識があれば、食生活をでたらめにして、運動もやらないで、この健康食品、あるいはこの薬だけを飲めばやせるというのはあり得ないということがわかるはずです。そういう化学とか数学といった理数の知識にほんの少し何か付け足せば、消費者教育になる側面もあるのではないかと思います。

安全の問題というのはかなり理科的な知識だろうと思いますから、理科的な知識がきちんと常識として身につけていけば、製品の危険な使い方は余りしないだろうし、マニユア

ル等も理解しやすいということになるかと思えます。消費者教育を余り狭く考えないで、どの科目でも消費者教育的なものができるんだという観点で、先生方に対して指導をしていただくことも重要なことというふうに思います。

本日は、消費者庁、文部科学省におかれましては、お忙しい中、審議に御協力いただきまして、誠にありがとうございました。

続きまして、140番の施策でございますが、本日は環境省においていただいております。

それでは、御説明をお願いいたします。

○環境省植田地球環境局地球温暖化対策課国民生活対策室長 環境省地球環境局国民生活対策室の室長でございます。よろしくお願い申し上げます。

我々は「チャレンジ25キャンペーン」ということで、温暖化防止の国民運動をやっているところであります。資料は2ページですけれども、温室効果ガス排出量を2020年までに90年比で25%削減するという目標を達成するための、国民運動であるところの「チャレンジ25キャンペーン」の中で、「オフィスや家庭などにおけるCO₂削減に向けた具体的な行動を『6つのチャレンジ』として提案し、その行動の実践を広く国民の皆様呼びかけていきます」ということが施策の概要でございます。

つきましては、お配りしました「チャレンジ25キャンペーン」のパンフレットでございますが、ここで概要を御説明申し上げたいと思っております。

お開きいただきまして、左ページの右の棒グラフでございます。これは、部門別に分けまして90年比でどのぐらいCO₂排出量が伸びたか、減ったかという分析です。御承知のとおり、家庭部門は34.7%の増です。業務その他部門、これはオフィスですけれども、41.3%の増であります。伸び方からしましても、こういったところをきちんとCO₂削減していくために、ここでは消費者という形で特化はしておりませんが、まさに国民の皆さん、消費者の皆さん方に呼びかけていくというキャンペーンでございます。

中身としまして、先ほど申し上げた「6つのチャレンジ」を右側に掲げております。1つ目、2つ目辺りは、割と身近な行動を推奨しているというものであります。チャレンジ1は「エコな生活スタイルを選択しよう」ということで、まさに冷房温度、暖房温度、自転車の利用、マイバッグ、エコクッキング、こういった身近な運動を推奨しております。

チャレンジ2は「省エネ製品を選択しよう」ということで、省エネタイプの冷蔵庫、エアコン、テレビ、エコカー、燃料電池、照明、省エネ型の製品を推奨しているということでございます。

チャレンジ3は「自然を利用したエネルギーを選択しよう」ということで、太陽光発電、太陽熱温水器というものであります。

チャレンジ4は、少し大きくなりまして、「ビル・住宅のエコ化を選択しよう」と。エコ改修ということで、ガラス、断熱材、コージェネ、こういった辺りを言っております。

チャレンジ5は少しソフト面が入ってまいりまして、「CO₂削減につながる取組みを応援しよう」ということで、カーボン・オフセット商品の推進、地産地消、カーボン・フッ

トプリント、こういった辺りを推奨しております。

最後のチャレンジ6は「地域で取組む温暖化防止活動に参加しよう」と。イベント、カーシェアリングといった、そういうソフト面のことに協力していきましょうといったことを掲げているわけです。

具体的にどういう形で推奨しているかということですが、1つ目で大きいのは、個人チャレンジャー、企業チャレンジャーを募って、「チャレンジャー」として登録していただく方法をとっております。パンフレットの裏表紙に御説明をしておりますけれども、個人の方、企業・団体の方に、ホームページ上、携帯もそうですけれども、そういったところで登録していただいて、それぞれの活動をしていただくということです。

現在、個人の方のキャンペーンの参加登録は約41万人です。企業・団体の方は、企業・団体の体をなしていないのに登録をされているということがないように、それから、企業・団体の方であればロゴマークとかを使っていただけるということもありまして、まさに変なところでは困りますので、一応、会社の登記簿を提出いただくということでやっております。今のところ1万5,000社の登録をいただいております。

更に、具体的なキャンペーンの中身を御説明しておりますのが、資料の中に1枚だけ、「チャレンジ25キャンペーン」というところで幾つか紹介をしております。実はこのチャレンジ25キャンペーンは、もともとは「チーム・マイナス6%」というキャンペーンを発展的に25%という形にしたものです。前の段階からやっておりました、例えばここに載っております④のクールビズとか、そういったところはかなり定着してきている感がございます。

そのほか、②ですけれども、各種イベント、先進的な環境技術の紹介、情報を提供するとか、③で掲げておりますように、自治体、企業、NPO、そういったところと連携して普及啓発活動をやる。そういったことを全国規模あるいは地域で進めている状況でございます。

簡単ではございますが、チャレンジ25キャンペーンの概要ということでございます。

○松本委員長 ありがとうございます。

それでは、ただいまの御説明につきまして、御意見、御質問をお出してください。

日和佐委員、どうぞ。

○日和佐委員 チャレンジ25キャンペーンへの参加状況で、個人の方は。

○環境省植田地球環境局地球温暖化対策課国民生活対策室長 41万人。

○日和佐委員 その方たちは、宣言をするだけではなく、具体的にどうするのか教えてください。それから、企業がどれくらい参加しているのかというのを教えていただきたい。

もう一つはカーボン・フットプリント。こういう表示ができることを聞いたときは、結構選択に資する情報でいいなというふうには思ったのですが、ほとんど普及していませんね。それは、基準をつくるのが非常に難しいという話も聞いたのですが、どの辺にネックがあるのか教えていただけますか。それで、どのくらい商品が出たのか。

○環境省植田地球環境局地球温暖化対策課国民生活対策室長 最初の方の簡単なところから申し上げますと、企業・団体の登録は1万5,000社でございます。個人の方の場合の登録ですけれども、登録の際に、チャレンジ1からチャレンジ6までの自分がやれるチャレンジについてチェックを入れていただくことが一つと、個人でこういう特別のチャレンジをしますということを書いていただく欄がございます。その両方で登録をしていただいた方に、いろいろなロゴを使っていただけますし、いろいろな案内を差し上げるとか、そういったことをやっております。どちらにしましても、強制で何かを絶対やらないといけないという義務づけは難しいものですから、皆さん方が積極的にやっていただけるような形をなるべく心がけてはおります。

○環境省地球環境局 カーボン・フットプリントにつきましては、経済産業省の産業政策局がメインにやっていますけれども、うちのチャレンジ25キャンペーンでは、一つの項目としてこういうものがあるよということで、皆さんにお伝えしている形になっています。

商品は、少ないというふうにおっしゃっていたと思いますけれども、確かに30、40ぐらいの品目しかない。そこは経済産業省の担当者も、今後どんどん増やしていかないといけないというのは念頭にありますが、更にカーボン・フットプリントのインセンティブをどういうふうに付けていくかというのも、実はこの間、普及啓発も含めてうちの方に相談があったぐらいですので、今後、その部局でいろいろな施策を打っていくのではないかなとは想定されます。ちょっとカーボン・フットプリントの担当ではないので、そこまでわかりません。申し訳ございません。

○松本委員長 池田委員、どうぞ。

○池田委員 質問というより意見ですけれども、チャレンジ25のキャンペーンが悪いということは全然思っていないんですよ。結構なことだと思いますし、CO₂の削減は地球的命題ですから、このことに関しての悪い論議は論外だと思います。ただ、チャレンジ25キャンペーンの施策をやる具体的なことについては大変結構なことだろうと思いますけれども、根本的なところは、消費者といいますか、国民に、これをやる背景をきちんと説明してこういうキャンペーンをやっているのかということは大変疑問に思っております。ただキャンペーンをやるということだけで踊らされているのではないか。徳川幕府の知らしむなかれというキャンペーンみたいな感じがするのです。

せめて救いは、1ページ目の右側の表で、若干それらしきことは書いておりますけれども、まず国民に、炭酸ガスということをやらなければいけないけれども、今まで全然なかったのは我々自身だよ、だからこういうことをしていかなければいけない、ということがチャレンジ25の最大の眼目だろうと思います。そういうことはほとんど出てこないですね。環境省全体のいろんなことについて、臭いものにふたというとおかしいですけれども、肝心の強烈なことに対してふたをしたようなキャンペーンを、こんな莫大な予算を使ってやっていくのはおかしいのではないか。私は企業経営者ですから、企業が言っていることを言うわけではないですが、とらえ方が非常に情緒的なキャンペーンをあおっているような

気がするんですね。今の日本が置かれている状況というのは、そういうことではない厳しさだと思います。今度のCOP16で京都議定書延長反対と、初めてまともなことを言っているなと思いますけれども、そういうことをきちんと知らせるのが環境省のまず第一のことだと思います。意見です。

○松本委員長 ほかには御意見、御質問はございますか。

では、ただいまの池田委員の御意見ですが、環境省から何か応答はございますか。

○環境省植田地球環境局地球温暖化対策課国民生活対策室長 なかなか厳しい御意見をありがとうございます。確かに事実関係のところをきちんと丁寧に伝えて、というところは言われます。片や、いろいろ難しいパンフレットをつくってみたい、IPCCの報告書をもとにつくったパンフレット等も勿論ございます。

ただ、今回お持ちしたところは、キャンペーンのなるべく身近なところ、だれもが取っつきやすいところでキャンペーンをしていこう、とにかく関心を持っていただくところのもので、御指摘のとおり、根本のところの、科学的なことも含めた大事なところが少し見えにくい形になっていたら、反省点かなというふうに思っております。バランスを考えてやっていきたいと思っております。

○池田委員 あえて言いますと、非常に情緒的に出てきているから、これが、関所か水戸黄門の印籠か何か、記号化しつつあるわけです。これは非常に良くないと思うのです。カーボン・フットプリントにしても、我々は当事者ですからあれですし、地球的に見れば大丈夫なんですけれども、日本のような状況の国にとっては、これが本当に両立するののかということ是非常に難しい問題です。表現は悪いけれども、企業側にとってみれば、弱者切り捨ててみたいということになりかねないところがあると思います。

○松本委員長 どうぞ、川戸委員。

○川戸委員 COP15から2008年度速報値の、基準年と比較したCO₂がこれだけ増えたというのはありますけれども、2010年から新しくチャレンジ25のキャンペーンが始まったということで、まだ2009年度の速報値というのは出ていないのですか。つまり、チャレンジ25キャンペーンを1年近くおやりになっていて、この効果が本当に出たのかどうかというのを知りたいのですけれども。

○環境省地球環境局 速報値はまだ出ていません。出てから1年後ぐらいに測定されますので、3月の後半とかそのくらいに出ると思います。

○川戸委員 それで、今のように手応えはあったのか。今のような反発の意見があちこちから出ると思いますけれども、その辺の現状はどういうふうになっているのですか。

○環境省植田地球環境局地球温暖化対策課国民生活対策室長 手応えがあったか、なかったかと言われますと、「手応えはある」というふうに感じております。ただ、反対意見ですとか、いろいろな御指摘、御意見も多くいただいている、これも確かでございます。だから、一方方向だけではないということも確かでございます。

○川戸委員 例えば今の池田さんの意見は、割に漠としていてちゃんと行ってらっしゃ

いますけれども、具体的にどんな反発の意見があるのか、それに対してどういうふうにこれから対応をなさっていくかと思うのか。その辺の具体的な説明をもう少し聞かせていただけますか。

○環境省植田地球環境局地球温暖化対策課国民生活対策室長　例えば 25%ということについて、野心的な目標といいますか、高い目標を掲げている関係上、そこまでの目標に向けたキャンペーンをしてもとてもそこまで行けないのではないかと、無理ではないかと、それなのにやるのは、というような御意見もあることは確かであります。

ただ、我々としては、その御意見に対しては、やはり目標を高く掲げてそこを目指していくことが大事です。勿論、それまで達成できなかつたり、少ないのをもっと上げないといけないとか、いろいろあると思いますけれども、とにかくそれに向けて少しずつでも進んでいくことが大事でしょうということで、例えばそういった御意見に対してはお答えしているというようなことがあります。その逆の、まだまだ足りないという、まさにけつをたたかれるような御意見もあります。

○松本委員長　よろしいでしょうか。

この委員会は消費者委員会ですから、主として消費者保護だとか、消費者の権利擁護という観点から議論をしているわけですが、環境問題はそういうものと少し性質が違って、消費者も地球環境維持のために一定の行動をしなければならないのではないかと、どちらかというと消費者も社会的責任があるという方向の議論になっていきます。ただ、消費者問題としてそれを考えると、消費者というのは事業者から提供される製品やサービスを使って生活をしていく。その中で、チャレンジ 25 に貢献するような消費生活をしていきましょう、それを消費者委員会としても支援しましょう、という形になっていくのだと思います。

そうしますと、事業者の方からそういう製品を出してもらって、消費者もそれを評価して買っていくという、よい流れができないと回っていかない。そういう点でカーボン・フットプリントの表示されている製品がまだ非常に少ないというのは、消費のサイクルで世の中を変えていくという力としては大変弱いのではないかと。他方、エコポイントということになると消費者はドッと動くわけですが、予算がなくなったから、これからは半額の補助ですとかいうのは、こんなことでいいのかなという気がします。消費者に意識を持ってもらうという意味はあるかもしれないけれども、結局、業界に対しての補助金になってしまっているのではないかとこの気もいたします。

やり方はいろいろ難しいところもあると思いますが、環境省、経産省、その他各省で協力していただいて、そして産業界、消費者も取り込んで、よいスパイラルで動いていけるようにしていただきたいと思っておりますし、消費者委員会としてもそういう観点から発言していきたいと思っております。

本日は、環境省におかれましては、審議に御協力いただきまして、ありがとうございました。

3．住民生活に光をそそぐ交付金について

続きまして、「住民生活に光をそそぐ交付金について」に入ります。本年10月8日に「円高・デフレ対応のための緊急総合経済対策～新成長戦略実現に向けたステップ2～」が閣議決定されたところでもあります。この中に「地域活性化交付金の創設」が盛り込まれていることを踏まえて、平成22年度補正予算において、地域活性化交付金の一つとして「住民生活に光をそそぐ交付金」が創設されております。住民生活に光をそそぐ交付金につきましては、本来非常に重要な行政分野でありながら、これまでなかなか光が当たっていなかった分野に対する地方の取組みを支援する交付金で、このような分野の例として地方消費者行政が第一に挙げられているところでもあります。本日は、内閣府地域活性化推進室及び消費者庁においていただいておりますので、本交付金の概要やその活用について、御報告をいただきたいと思っております。

それでは初めに、内閣府地域活性化推進室から御説明をお願いいたします。

○内閣府浦田地域活性化推進室参事官 内閣府地域活性化推進室参事官をしております浦田でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

今、松本委員長から御説明がありました地域活性化交付金、特に消費者委員会との関係で言いますと、住民生活に光をそそぐ交付金というのがその中に枠取りされておりますが、これについて御説明をいたします。

まず、資料6-2をごらんいただきますと、委員長から御説明がありましたように、10月8日に閣議決定された緊急経済対策のうち地域活性化交付金について書かれている部分でございます。その2ポツに、これまで住民生活にとって大事な分野でありながら、光が十分に当てられてこなかった分野に対する地方の取組みを支援するというので、対策上、位置づけられております。この対策の閣議決定を受けまして、資料6-1でございますが、地域活性化交付金ということで、全体で3,500億円の交付金を今回の補正予算に計上しているところでございます。地域活性化交付金自体は地方公共団体に対する支援ということで、地方公共団体が実施する事業に対する支援をするものでございます。

全体としては3,500億円でございますが、このうち1,000億円については、住民生活に光をそそぐ交付金ということで、はっきりとミシン目を入れて枠取りをしています。従来、補正予算が立てられるごとに、地域活性化のための地方向けの交付金は毎回創設されてきているわけですが、こういうふうに分野を明示してしっかり枠取りをするという試みは今回が初めてでございます。

これは、片山大臣から非常に強い御指示がございまして、1,000億円という、分野に限定した交付金をつくる形になったところでございます。対象の分野としましては、地方消

費者行政、弱者対策・自立支援、知の地域づくり、この3つに分野を限定しています。これまで非常に重要な分野であるけれども、声が大きく上がらなくて、地方公共団体の予算というのは予算取りがやりたくてもなかなかできてこなかったところを、こういうふうに入力をこの交付金できちっと支援したらどうか、ということになっているところがございます。ここにありますとおり、地方消費者行政というのは最初に掲げられていて、この中での重点分野の一つという位置づけをしているところがございます。

地方向けの交付金ですので、この後のスケジュールとしましては、先般、予算は国会を通ったところですので、これから執行という段階になります。交付金1,000億円自体については、こういう分野は人口の多いところに需要が高いと考えていますので、人口要件をベースにした外形基準で配分をするわけですが、地方によっては取組みが千差万別でございます。機械的に配ってしまうというやり方では必ずしもよくないだろうということで、半分は外形基準で配分し、残りの半分は、それぞれの取組みを積極的にやるところ、やらないところ、いろいろあると思いますが、取組みの状況、計画の内容に応じて配分する。ボリュームの調整をそこでする、そういうやり方をしようというふうを考えているところがございます。

あとは、今月のできるだけ早い段階といえますか、あす、あさってという段階で額をお示しして、来月、そのお示しした額を参考にして、地方公共団体に計画を出していただくという形をとろうと思っております。半分は外形基準で、残りは計画の内容に合わせて配分しますので、少し配分する時間が必要ですが、1月中にはきちっと配分を終える。地方公共団体は議会が2月でございますので、2月の議会には間に合うように進めていこうということでございます。

この交付金自体は内閣府に予算計上されておりますけれども、我々の方には執行体制はございませんので、各府省に移し替えをして、各府省で執行していただくという段取りでございます。

お手元に参考資料ということで、この10月26日に補正予算の閣議決定がございました。先ほど大臣の強い御指示で1,000億の枠取りと申しましたけれども、このときの大臣の記者会見で、住民生活に光をそそぐ交付金の大任としてのお考えを、相当明確に御説明されております。記者会見のベタ打ちの資料で恐縮でございますけれども、一緒にお配りしてございます。

以上でございます。

○消費者庁林地方協力課長 続きます。地方協力課から、資料7に基づいて御説明させていただきます。

この交付金の性格、配分方法等につきましては、先ほどの説明のとおりでございますけれども、もともと片山大臣は、消費者委員会の地方消費者行政専門調査会の座長をさせていただいたこともあって、消費者行政の現状については非常に御理解が高く、こうした趣旨を踏まえて予算措置をさせていただいたということがございます。

ただ、執行には時間が限られておりまして、この 11 月、12 月がいわば年内の地方議会のタイミングの最後だったわけですけれども、多くの県議会は既に開会しておりまして、この 12 月議会のタイミングでは予算が間に合わない。そうなりますと、年明け 2 月、3 月の議会で受けとめのほうの補正予算計上ということになります。非常に時間も限られておりますので、今日お配りいたしました資料は、各都道府県市区町村長宛てに長官名の手紙を付しまして、とにかくこの予算を活用していただきたいと。そのためには、短い時間の間でどういう取組みが有効なのかということを考えていただく必要がございます。

この交付金の性格について補足させていただきますと、勿論、地方消費者行政の分野に使うことができますけれども、使わなくてもいい予算でもあります。ですから、それぞれの公共団体の担当者、首長の皆さん方に特に消費者行政について問題意識を持っていただいて、ここに使っていただくことが、今後の財政資金を獲得していく上でも非常に重要なポイントだと思っております、こうした資料をつくらせていただきました。

1 枚目、2 枚目は重複しますので、交付金の性格、片山大臣の発言を御紹介させていただいた上で、各自治体の内部、この中でも福祉の部局、高齢者や子育ての部局、こういったところと連携してほしいということ。それから行政の外、さまざまな関係の団体がございます。そうした団体と横の連携もした取組みをしてほしいといったことを書かせていただいた上で、3 ページ目以降は、これまで、私どもで御用意させていただいた活性化基金を使って各自治体がやってこられた取組み、参考になるものを複数、少しパターン分けをして整理した資料を作成いたしました。こうしたものをお配りすることで、各自治体でなるべく早く準備を整えてほしいということでございます。

ちなみに、今日の日付で資料を用意させていただいておりますけれども、発出も今日の日付でお配りさせていただく予定にしております。また、来週の半ばには、先ほど御説明の中にもありました自殺予防、DV といった関連する分野と共同で、この交付金の使い道についての説明会を開催させていただいて、順次、私どもも手分けをして地方を回りながら説明会を行って、地方の支援を行ってまいりたいと考えております。

私からは以上でございます。

○松本委員長 ありがとうございます。

本日は御報告ということでございますが、もし、御質問、御意見がございましたら、お出してください。

どうぞ。

○佐野委員 ありがとうございます。是非何とか手を挙げてもらいたい、それを望むところですが、基金としても置けるというような話を聞きました。その辺りを説明していただけますか。

○内閣府浦田地域活性化推進室参事官 これは補正予算の交付金で、本来的には繰越明許費という手続をしていますので、繰り越して使うことは可能です。大部分が来年度に執行されるケースが多いのですが、特に光交付金の分野はソフトの施策が多いということにな

ると、繰越的な手続になじまないものも出てきます。そこで、一定程度基金に積める仕組みにしないと執行はなかなか難しいのではないかということで、23年度、24年度、この2か年の間は基金で積んで執行してもよろしいという話になっているところでございます。

○佐野委員 2か年の計画を出せば、それをいただいて、基金として積んで少しずつ使うことも可能ということですね。

○内閣府浦田地域活性化推進室参事官 それも可能です。

○山口委員 これは、自治体で拠出する予算があつて、その上にこれがプラスするという話も聞きますけれども、そういうものではないということによろしいのですか。

○内閣府浦田地域活性化推進室参事官 その使い方は非常に自由でして、自治体の方で地方単独費を用意されて、更に、全体としてこの交付金も活用した大きな計画という使い方もできます。これは別に補助率とかそういう概念はございませんので、10分の10、そのままこの交付金のみで事業をすることも可能です。

○松本委員長 よろしいでしょうか。ありがとうございました。

消費者庁、内閣府地域活性化推進室におかれましては、お忙しい中を御出席いただきまして、ありがとうございました。

○松本委員長 本日の議題は以上になりますが、最後に、事務局より今後の予定について御説明をお願いいたします。

○原事務局長 ありがとうございました。

次回の委員会は、来週、12月10日（金曜日）の15時から行う予定にしております。次回の委員会におきましては、消費者基本計画の検証・評価・監視、続けておりましたけれども、最後ということで行いたいと思っております。テーマとしては、情報通信分野における消費者保護、国際化の進展への対応、消費者の意見が政策に反映される制度構築に関する施策について、ヒアリングを行う予定にしております。

事務局からは以上です。

○松本委員長 それでは、本日はこれにて閉会とさせていただきます。お忙しいところをお集まりいただきまして、ありがとうございました。

閉 会

(以 上)