

全世代における体系的な消費者教育に向けた  
連携に関する分科会  
取りまとめ

令和2年10月

全世代における体系的な消費者教育に向けた連携に関する分科会

## 目 次

第1. はじめに	1
第2. 「つながり」の創出について	2
1. 消費者教育コーディネーター	4
2. 庁内関係部局との連携の場	4
3. 地域協議会等	4
4. 地域の消費者団体等による活動	5
第3. 「計画的」な取組について	6
1. 消費者教育推進計画の策定	6
2. PDCAサイクルの確立	8
第4. 分科会としてのメッセージ	9
第5. 国における今後の課題	10

(別紙1) 評価指標の具体例

(別紙2) 全世代における体系的な消費者教育に向けた連携に関する分科会 委員名簿

(別紙3) 全世代における体系的な消費者教育に向けた連携に関する分科会 開催状況

(別添) ヒアリング事例集

## 第1. はじめに

- 消費者教育は、消費者教育の推進に関する法律<sup>1</sup>及びこの法律に基づき定められた「消費者教育の推進に関する基本的な方針<sup>2</sup>」に沿って取組が進められており、被害に遭わないというだけでなく、社会の一員として、より良い社会の発展に積極的に関与する自立した消費者を育成することが求められている。
- そうした消費者が消費生活の多様性等を相互に尊重しつつ、自らの消費行動の影響を自覚し、積極的に参画する社会が「消費者市民社会<sup>3</sup>」であり、その観点から、消費者教育は、持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現に向けて取り組むSDGs（持続可能な開発目標）<sup>4</sup>の達成にも資するものである。
- この実現に向け、消費者教育は幼児期から高齢期までのいわば「全世代」を対象として、「体系的」に行われることが求められている<sup>5</sup>。
- 「体系的」な消費者教育とは、消費者が、各ライフステージに応じた消費生活の場面ごとに必要な諸能力について、そのステージごとに切れ目なく、身に付けるための教育である<sup>6</sup>。
- 「消費者教育の体系イメージマップ」（以下「イメージマップ」という。）では、どの年齢層においてどのような内容を身に付けていくことが求められるかを整理している。その内容について、各年齢層において教育を受ける機会を確保するためには、特に学校に身を置いていない年齢層に対し、多様な関係者や場がつながることにより必要な消費者教育の機会を創り出していくことが必要である。
- 他方、学齢期においては、学校の果たす役割が重要であるが、学校と様々な関係者をつなげていくことで、消費者教育の実効性も向上する。
- このように全世代に向けた消費者教育機会を確保するためには、地方公共団

---

<sup>1</sup> 平成24年法律第61号。平成24年12月施行。

<sup>2</sup> 平成25年6月28日閣議決定、平成30年3月20日変更。

<sup>3</sup> 消費者教育の推進に関する法律第2条第2項において「消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会」と定義されている。

<sup>4</sup> 2015年9月、国連サミットにおいて全会一致で採択された2030年までの国際目標。

<sup>5</sup> 消費者教育の推進に関する法律第3条第3項において「消費者教育は、幼児期から高齢期までの各段階に応じて体系的に行われるとともに、年齢、障害の有無その他の消費者の特性に配慮した適切な方法で行われなければならない。」とされている。

<sup>6</sup> 消費者教育の推進に関する法律よくある質問と回答（平成24年12月21日）及び消費者教育推進のための体系的プログラム研究会の報告（平成25年1月22日）参照。

体が地域の担い手と連携して、「つながり」を創出するコーディネート機能を発揮し、「計画的」に取り組んでいくことが期待される。これは「地域における消費者教育の充実に向けた連携に関する分科会」の取りまとめ（令和元年7月）においても強調されており、そのために必要な環境・条件の整備が必要と提言されている。

- 本分科会では、地域の消費者教育の取組状況について把握、検討するため、以下項目について、実態調査<sup>7</sup>及び自治体等からのヒアリング<sup>8</sup>を行った。
  - ・消費者教育推進計画の策定（PDCAサイクル、評価指標の設定含む）
  - ・地域協議会の体制、コーディネート機能
- これを踏まえ、本取りまとめでは、地域において「つながり」を創出することの意義や利点を示すとともに、地方公共団体が消費者教育の推進に「計画的」に取り組んでいくに当たっての「ヒント」を、具体的な事例と共に、できる限りわかりやすく紹介したい。事例の詳細は事例集（別添）を参照いただきたい。

## 第2. 「つながり」の創出について

### 《目標となる姿》

地方公共団体の消費者行政部局は、消費者教育コーディネーターを設置するほか、庁内関係部局との連携の場、関係団体等との結節点としての協議会を活用し、参加する庁内関係各課、関係団体等の消費者教育への理解を深めるとともに、事業や活動自体が消費者教育の一端を担うといった「自分事」意識を高めながらつながりを創出し、世代間交流等による地域の活性化も見据えた新たな消費者教育機会の創出等、コーディネート機能を強化する。

また、つながり創出を担う団体に関心を持つ。

- 消費者教育の実を上げていくに当たっては、異なる立場の人がつながり（人のクロス）、それぞれの知識・活動を結び付けて新たな取組（内容のクロス）を創出することが重要。その取組の中で若者と高齢者などの世代間の交流も創出されることで、地域の活力向上といった相乗効果も期待される。

<sup>7</sup> 47都道府県、20政令市、58中核市を対象に、令和元年9月末時点の状況を調査。調査項目は、消費者教育推進地域協議会の設置状況、分類、開催回数、消費者教育推進計画の策定状況、評価指標の有無、進捗管理の状況等に関すること。

<sup>8</sup> 静岡県、豊中市、兵庫県（令和2年2月27日）、消費者ネットワーク岐阜（同年6月22日）、鯖江市（事務局による追加ヒアリング）。

## 《ヒアリング事例》

兵庫県の事例 ※別添ヒアリング事例集 p. 3～8

（消費者団体と高等学校等の取組：「ひょうご消費者教育応援協定」の締結）

・消費者団体と高等学校等が消費者教育の協定を結び、協働した取組を創出。具体的には学園祭において、学生が考えた消費者川柳の展示を実施し、高校生と消費者団体の高齢構成員が協力して、啓発グッズやチラシを来場者に配布する取組を実施している。

・さらに、県が大学生（ヤングクリエイター）と消費者団体と高等学校を結び付け、高校生、大学生、消費者団体、教員等が参加するワークショップを実施することで、世代間交流も深まった。

（県と大学生協の取組：「くらしのヤングクリエイター」の養成）

・県と大学生協が消費者教育の協定を結び、大学生の消費者リーダー養成講座を開設し、受講して啓発活動を行う学生を「くらしのヤングクリエイター」として認定。

・平成25年からは、大学生が主体的に企画・運営する消費者・事業者・行政によるワークショップを毎年度開催しており、年々新たな大学の学生が参加する等している。

（大学生とACAPの取組：事業者とのワークショップ等）

・事業者と大学生の要望を受け、県が大学生協と事業者（ACAP）を結び付け、大学生と企業が協働した、地産地消や環境問題を学ぶ見学ツアー等の取組を創出した。

・大学生自らが企画・開催することで高い満足感が得られ、街頭啓発において発信することで県民全体への啓発へつながった。

（大学生と漁協の取組：地産地消を学ぶ講座開設と地元食材を活用したメニュー開発）

・県が大学生と漁協を結び付け、協働による「地産地消セミナー」を開催。魚の選別体験や調理・実食、グループワークを実施した。

・日頃できない体験を交えたことで、地産地消の大切さ等を身近に感じる事ができた。

（行政と生協の取組：宅配時の啓発チラシ配布）

・県や市町とコープが協定を締結し、主に高齢組合員向けの弁当宅配事業の中で、消費者トラブルに関する啓発チラシを配布する取組を実施している。

○こうした「つながり」を創出するため、地方公共団体においては、①消費者教育コーディネーター、②庁内関係部局との連携の場、③地域協議会等、④地域の消費者団体等による活動、の活用が重要。

## 1. 消費者教育コーディネーター

- 消費者教育コーディネーターは26都道府県で配置済。
- 消費者教育コーディネーターは行政による総合調整の下、多様な関係者と場をつなぐことにより、新たな実践の場を創出することが任務である。これまで各地域で積み重ねられてきた独自の取組について共有し、抱える課題や目指すべき目標等を抽出するため、全国の消費者教育コーディネーターが出席する会議を令和2年度中に開催し、そこでの発表された事例等を整理・発信する予定である。

## 2. 庁内関係部局との連携の場

- 庁内関係部局との意見交換等の場を設置している地方公共団体は13。(実態調査)
- ヒアリングからは、庁内関係部局との意見交換の場を活用した新たな連携の創出例も確認された。

### 《ヒアリング事例》

静岡県の実例 ※別添ヒアリング事例集 p. 9

・庁内での関係部局との意見交換の場として、関係各課で構成される消費者教育関連事業ワーキングを設置（年1回開催）。

・各課の取組の共有を図ることで、自分たちの事業が消費者教育の一つであるということについての関係各課担当者の意識づけ、関係課との新たな連携創出につながっている。例えば、ワーキング構成員の他課からの声掛けにより、「学校における食育推進検討会」に参画。食育に合わせてエシカル消費の普及・啓発も実施するよう提案。

## 3. 地域協議会等

- 地域協議会は47都道府県、19政令市、11中核市で設置済み。既存の別会議が兼ねる場合が多い。(実態調査)
- 一方で、中核市では地域協議会設置のメリットが感じられないとの意見も見られる。(実態調査)
- ヒアリングからは、地域協議会の委員等と連携した新たな取組の創出例も確認された。

## 《ヒアリング事例》

静岡県の事例 ※別添ヒアリング事例集 p. 10

- ・地域協議会の委員として教育委員会の担当者（義務教育課、社会教育課、高校教育課、特別支援教育課）が会議に参加することで、取組や課題等を共有でき、良好な関係が築かれている。これらの関係性をいかして、大学とつながり、教員免許状更新講習の選択領域の一つとして消費者教育の講座を新設。
- ・更に、地域協議会の委員である大学教授を通じて、他の大学での講習も実現。
- ・その他、東西に長いという県の特徴を踏まえた実効性確保のため、県民生活センター単位での3つの地域連絡会等を設置。地域連絡会等においては、管内の市町の消費者行政部局職員、消費者団体、弁護士会、学校関係者等による意見交換を実施。

豊中市の事例 ※別添ヒアリング事例集 p. 11, 12

- ・消費生活審議会の事業者委員の所属組織との協働。具体的には、チェーンストア協会の加盟店舗における啓発資料の配布、商工会議所が行う新人研修での連携。
- ・民生委員等が集まる地域福祉ネットワーク会議（地域包括ケアシステム推進総合会議（消費者安全確保地域協議会の専門部会））に、消費者被害の事例等の情報を提供することで、消費者に情報を届けてもらえるよう連携。

## 4. 地域の消費者団体等による活動

○ヒアリングにおいて、地域の消費者団体等の活動による「つながり」創出の事例も確認された。

## 《ヒアリング事例》

消費者ネットワーク岐阜の事例 ※別添ヒアリング事例集 p. 13

- ・地域協議会の委員、地域の消費者団体として、審議会等の場で事業の創設、消費者教育の必要性を働き掛けることで、行政職員の意識の変化、事業創設に至った。
- ・県の動向や取組について、地域の消費者団体が市町村へつなぐ役割を担うことで、取組が促進。特に市町村では、関係各課との協力が必要であり、市町と懇談会を行う際には、福祉関係課に同席してもらい、庁内連携の橋渡しも担う。

兵庫県の事例 ※別添ヒアリング事例集 p. 14

- ・県が消費者リーダーとして養成した大学生（くらしのヤングクリエイター）が、在学中に学生団体「スマセレ」（現：NPO 法人スマセレ）を立ち上げ、卒業後も学生、社会人等向けのワークショップ、啓発活動を実施。

### 第3. 「計画的」な取組について

#### 《目標となる姿》

地域協議会、庁内関係各課が連携し、地域の特性等を踏まえた内容の消費者教育推進計画を策定する。市町村は、これまでの取組の総括を意識して取り組む。都道府県は管内市町村の支援等意識する。

計画には適切な評価指標を設定し、毎年度、適切に施策の検証、分析、評価等を行い、課題を踏まえた事業の見直し・改善を行う。

#### 1. 消費者教育推進計画の策定

- 推進計画は47都道府県、18政令市、11中核市で策定済。(実態調査)
- 一方で、中核市では計画策定のメリットが感じられないとの意見も見られる。(実態調査)
- ヒアリングからは、都道府県は管内市町村を支援する広域的視点が重要であることや、市町村は、それぞれの状況に応じ、できる取組から進めていくことが重要であること等が確認された。それぞれの取組のヒントは以下の通り。
  - 都道府県
    - ✓ イメージマップを活用した事業整理による不足領域の把握
    - ✓ 地域の特性を踏まえた内容を盛り込むことも検討
    - ✓ 管内市町村の取組を支援する広域的視点を取り入れることも検討

#### 《ヒアリング事例》

静岡県の事例 ※別添ヒアリング事例集 p.15～19

(イメージマップの活用)

・イメージマップに行政、団体等のこれまでの取組状況をライフステージ・対象領域ごとに落とし込むことで、不足領域が明らかとなり、現状把握、課題把握に有用。

(地域の特性)

・防災先進県、モノづくり県の特性を踏まえた視点をイメージマップの領域に追加し、県の消費者教育において育む能力として明示。

(市町村支援)

・計画において、市町の課題を①学校における消費者教育の推進②消費者教育を担う人材の不足に整理。更に県内3地域の課題分析を実施。

・市町の計画策定数、地域協議会の設置数を目標値に設定。

・実際の支援としては、地域連絡会議等で先進事例や策定済み市町村の手法について紹介。また、計画策定の際には、県民生活センターが協議会の構成員として参画し、アドバイス等を実施。



➤ 市町村

- ✓ 新たに何かを創る視点より、既に様々な部署で実施してきた取組について消費者教育の観点から関連付け、整理する形で、「肩肘張らずに」計画策定
- ✓ 市町村を取り巻く状況の変化を契機とした計画策定
- ✓ 都道府県の計画でカバーできていない部分を担う等の住み分けを意識

《ヒアリング事例》

豊中市の事例 ※別添ヒアリング事例集 p. 20

- ・消費は生活全てに関わるため消費者部局だけの取組では限界。人員や予算増がない中、新たな取組を生み出すというより、これまで市全体で実施してきた取組を整理し体系的にまとめる観点から計画づくり。
- ・計画策定に向けた2年間の議論を通じ、職員の消費者教育に関する当事者意識の醸成が図られた（事業間のつながりが意識されるようになった）。
- ・計画があることで消費者教育の取組を進める根拠ができ、関係各課（財政課含む）の理解が得やすくなった。
- ・関係各課には過度な負担を求めることはせず、各分野での消費者教育の取組を促したことで良好な関係が築け、連携が図れている（一方、掘り下げた議論は今後の課題）。

鯖江市の事例 ※別添ヒアリング事例集 p. 21, 22

- ・SDGs 未来都市・自治体 SDGs モデル事業に選定されたことをきっかけに計画を策定。当初 SDGs の目標達成に向けては既に様々な取組があるため計画策定は不要と考えていたが、学校職員等へのアンケート調査を行ったところ、学校での指導に当たってトラブルの現状を身近な事例として児童・生徒に知ってもらうための消費者教育の重要性を訴える声が多くあり、現状の取組では不十分との気づきがあった。
- ・地域特性の産業力を活かし、消費者、事業者双方が SDGs を意識して取り組むことにより、安全・安心で持続可能な消費者市民社会を目指すことを意識。
- ・県の重点項目とは別に、地域特性を考慮した持続可能な消費者市民社会の推進、地域に近い立場からの世代間・地域交流の目標を設定。

○都道府県と市町村の差異に加え、地方公共団体は規模や事情が様々であることを踏まえた対応も必要である。

## 2. PDCAサイクルの確立

- 毎年度、取組状況を把握している自治体は91%（実態調査）
  - 取組状況を協議会に報告している自治体は96%（実態調査）
  - ただし、これら「把握」「報告」が具体的にどのようなようになされているかは把握できていない。
  - 消費者教育推進計画を策定している自治体のうち、評価指標を設定している割合は64%（都道府県 30/47、政令市 13/18、中核市 6/11）（実態調査）
  - ヒアリングでは、どのような評価指標を設定すべきかについて試行錯誤があった事例や、取組状況の分析を行い、推進計画の見直しにつなげているとの事例が聞かれた。
- 把握した取組状況の分析、評価が行えるよう評価指標を設定
- ✓ 地域協議会委員等による意見や議論を踏まえた指標設定
  - ✓ 地域の特性を踏まえた指標設定も検討

### 《ヒアリング事例》

評価指標の例 ※詳細はP. 11の別紙1参照。

- ・消費者市民社会の考え方を意識して商品・サービスを選択する県民の割合（静岡県）
- ・消費者トラブルへの対応や消費者問題に関心のある高校生・大学生の割合（兵庫県）

兵庫県の事例 ※別添ヒアリング事例集 p. 23, 24

- ・推進計画改定に当たり、座長（地域協議会会長）から評価指標設定の提案があり、検討会において議論を開始。教育に関係しない要因で数値が変動する等という意見で案が却下される等、試行錯誤の末に指標を設定。
- ・生協発祥の地であり、大学生への消費者教育が盛んである地域特性を踏まえ、くらしのヤングクリエイター活動認定証交付数をアウトプット指標に設定。

豊中市の事例 ※別添ヒアリング事例集 P. 23

- ・計画策定の検討の際、評価指標についても議論したが、例えば相談件数は、災害や社会情勢などの消費者教育以外の要因で変動することから、消費者教育の取組と適切に相関する指標の設定が難航。
- ・10か年計画の毎年度の状況把握を踏まえながら、評価指標を検討。

- 取組状況を分析し、推進計画の変更を検討

## 《ヒアリング事例》

豊中市の事例 ※別添ヒアリング事例集 p.25～27

- ・ 市内の消費者教育関連事業の事業数を、イメージマップのライフステージ、対象領域別に振り分け、その実施状況を把握。また、事業の回数や双方向性の観点から効果の高い事業について、イメージマップで分布状況を把握。さらに、関係各課と連携した事業数等を把握。
- ・ これらの経年での比較・分析も含め、必要な改善を検討。

### 第4. 分科会としてのメッセージ

- 本分科会でのヒアリング等を通じ、「つながり」の創出が、全世代に向けた体系的な消費者教育の充実をもたらしていることが改めて確認された。地方公共団体には、消費者教育コーディネーター、市内での意見交換の場、地域協議会等を最大限活用することが期待される。また、民間団体が草の根で果たし得る役割も見逃せず、民間団体との連携も検討すべきである。
- 推進計画が市内の認識共有の素地となり、消費者教育の取組が進んでいる例がある。PDCAを回し消費者教育の質的・量的向上を「計画的」に図ることが期待される。
- 人・内容のクロスにより地域の「つながり」を増やし、消費者教育を充実させることは、地域の見守りの目を増やすとともに消費者被害に遭わない消費者を増やすことから、安全・安心な地域づくりに直結する。加えて、地産地消を含め、消費を通じた持続可能な地域づくりにもつながるものである。さらに、消費者教育機会の創出に伴う人と人との出会いは、互いに活力を与え、地域を「元気にする」。
- SDGs の機運も高まる中、消費者問題を始めとする社会的課題を自分事として捉える人も増えてきている。消費者教育はこうした自分自身に関わる課題の解決につながるという認識、消費者教育の意義を、市内、関係団体、さらには広く地域の多様な主体において共有し、消費者教育に当事者意識を持って取り組む人を増やしていくことが重要である。
- 本取りまとめを、よりよい地域づくりにつなげようとする地方公共団体職員等の方々には是非役立ててもらいたい。

## 第5. 国における今後の課題

○地域の取組を促進するため、引き続き国において整理・検討が求められる課題は以下のとおり。優先順位を明確にし、順次取り組んでいくことが望まれる。また、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い一層加速化した社会のデジタル化を踏まえ、関係省庁とも連携しながら、デジタル化に対応した消費者教育についてツール・手法も含めて検討することが必要である。

- ・地域協議会や消費者教育コーディネーター等について、実効性ある運用がなされている事例を収集して紹介（消費者教育コーディネーター会議も活用）。
- ・市町村の規模や事情は様々であり、計画策定等においてそれぞれの実態に応じた検討が必要。そのため参考となる多様な規模や状況にある地方公共団体の事例紹介や、都道府県による広域支援の好事例を収集して紹介。
- ・事例紹介のほか、地方公共団体のモデル的取組の創出や、市町村における計画策定を促進するための方策を検討。

## 評価指標の具体例

地方公共 団体	評価指標	目標値
(総論的な評価指標)		
千葉県	消費者教育学習の機会が提供されていると思う県民の割合	30%
相模原市	クーリングオフ制度の認知度 ※単なる名称ではなく、適用される取引条件(類型)についても知っている人の割合	65%
鹿児島県	消費者ホットラインの認知度	80%
愛知県	ウェブサイト「あいち暮らしWEB」へのアクセス件数	430,000 件 (毎年度)
(消費者市民社会)		
静岡県	消費者市民社会の理念の普及：消費者市民社会の考え方を意識して商品・サービスを選択する県民の割合	59.2%
長野県	「長野県版エシカル消費」の認知度	100%
(若年者への消費者教育に関する評価指標)		
兵庫県	消費者トラブルへの対応や消費者問題に関心のある高校生・大学生の割合	30%
岐阜県	消費生活に関する出前講座の小・中・高・大学生の参加者数(累計)	令和2年度～ 令和6年度累 計 18,000 人
(職域等への消費者教育に関する評価指標)		
鯖江市	事業所で地域・社会・環境のことを意識する事業者の割合	70%
(高齢者への消費者教育に関する評価指標)		
青森県	消費生活相談窓口紹介ネットワーク構築市町村数	40 市町村

(別紙2)

全世代における体系的な消費者教育に向けた連携に関する分科会

委員名簿

東	珠 実	椋山女学園大学現代マネジメント学部教授
岩 本	諭	佐賀大学経済学部教授
川 野	玲 子	公益社団法人全国消費生活相談員協会理事 (九州支部支部長)
◎	坂 倉 忠 夫	公益社団法人消費者関連専門家会議専務理事
高 岡	麻 美	玉川大学 客員教授 (元府中市立府中第三中学校 校長)
永 沢	裕 美 子	公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタ ント・相談員協会代表理事副会長
中 村	新 造	弁護士
萩 原	康 秋	元相模原市市民局消費生活総合センター所長
山 崎	智 美	公益社団法人日本社会福祉士会副会長

以上9名(五十音順、敬称略)

◎ は 座 長  
令和2年4月1日現在

## 全世代における体系的な消費者教育に向けた連携に関する分科会 開催状況

日 程	審 議 事 項 等
令和元年 12月24日	(第1回) ・地方公共団体における消費者教育地域協議会の設置状況等に関する調査結果等について ・全世代における体系的な消費者教育に向けた連携に関する分科会の今後の進め方
令和2年 2月27日	(第2回) ・地方公共団体における消費者教育推進計画の策定、計画の推進のための消費者教育推進地域協議会の体制の確保等に関する取組状況 (静岡県 くらし・環境部県民生活局県民生活課) ▶ 消費者教育推進計画の実効性確保・推進等に関して (庁内・広域連携及び協議会委員との連携) (豊中市 市民協働部くらし支援課) ▶ 消費者教育推進計画の策定等に関して (兵庫県 企画県民部県民生活局消費生活課) ▶ 評価指標の策定等に関して ・全世代における体系的な消費者教育に向けた連携に関する分科会の今後の進め方
6月22日	(第3回) ・消費者教育推進計画の策定、計画の推進のための体制の確保等に関する消費者教育推進地域協議会、消費者団体の役割等について (消費者ネットワーク岐阜代表(岐阜大学) 大藪千穂) ・全世代における体系的な消費者教育に向けた連携に関する分科会の今後の進め方 ・全世代における体系的な消費者教育に向けた連携に関する分科会取りまとめに向けた論点整理
8月3日	(第4回) ・全世代における体系的な消費者教育に向けた連携に関する分科会の取りまとめ(案)の審議
9月18日	(第5回) ・全世代における体系的な消費者教育に向けた連携に関する分科会の取りまとめ(案)の審議・決定