

地域における体系的な消費者教育の推進について

消費者庁消費者教育推進課

消費者教育の現状

- ライフステージに応じた場を活用して消費者教育を実施してきたところ、学校、地域社会における取組は一定程度進捗。今後の課題は、職域における従業員に対する教育の実施。
- 消費者教育ポータルサイトによる教材、講師、注意喚起チラシ等の効果的な教育の実施を促進。

学校

学習指導要領に基づく実践的な教育の推進

- ✓ 新学習指導要領において消費者教育の内容を充実
小学校(2020年度～)、中学校(2021年度～)、高等学校(2022年度～) 及び特別支援学校
- ✓ 高等学校等における「社会への扉」等を活用した実践的な消費者教育の実施
- ✓ 地方公共団体による出前講座等の実施 (2024年4月時点) 対学生：7,259

地域社会

消費生活センターを地域住民に消費者教育を提供する場として拠点化

- ・ 計画策定、協議会設置が進み、消費生活センター等を拠点に、地域の消費者教育は**一定程度進捗**
- ✓ 消費者教育推進計画：47都道府県・19政令市 (2024年4月時点)
- ✓ 消費者教育推進地域協議会：47都道府県・19政令市 (2024年4月時点)
- ✓ 消費者教育コーディネーターの配置：47都道府県、20政令市、12中核市 (2024年4月時点)
- ✓ 地方公共団体による出前講座等の実施 (2024年4月時点) 対社会人：3,159、対高齢者：8,087
Eシカル消費：4,712、高齢者等の見守り：8,121、消費者被害防止：20,112
- **コーディネーターや担い手の育成、関係者の連携・相互の学びを促進**

職域

事業者の形態、事業分野等に応じた従業員に対する教育を実施

- ・ 従業員向け消費者教育研修プログラムを作成し、講師派遣を実施
新人・若年者向け (2023年度～)、壮年・退職期向け (2024年度～)
- **継続的学び**に向け、職域の取組を強化

消費者教育コーディネーターの配置状況

全国の配置状況

都道府県 47全都道府県において配置済
 政令市 20全政令市において配置済
 中核市 12/62中核市において配置済

【人数】

都道府県	104人
政令市	32人
市区町村	176人
計	312人

【採用形態】

定数内職員	161人
定数外職員	118人
委託先職員	29人
その他	4人

【本職】
 (前職を含む)

行政職員	193人
消費生活相談員	93人
教員、元教員等	18人
その他	8人

中核市の配置状況

旭川市		甲府市		尼崎市	○
函館市		長野市	○	明石市	
青森市		松本市		奈良市	
八戸市		富山市		和歌山市	
盛岡市	○	金沢市		鳥取市	
秋田市		福井市		松江市	
山形市		岐阜市		倉敷市	
郡山市		豊田市		福山市	
いわき市	○	豊橋市		呉市	
福島市	○	岡崎市		下関市	
水戸市	○	一宮市		高松市	
宇都宮市	○	大津市	○	松山市	
前橋市		高槻市		高知市	
高崎市		東大阪市		久留米市	
川越市	○	豊中市		長崎市	○
越谷市		枚方市		佐世保市	
川口市		八尾市		大分市	
船橋市		寝屋川市		宮崎市	
柏市	○	吹田市		鹿児島市	○
八王子市		姫路市		那覇市	
横須賀市		西宮市			

(備考) 「令和6年度地方消費者行政の現況調査」により作成。

※朱色表示は令和6年4月1日時点未配置

消費者教育の推進に関する基本的な方針【抜粋】

Ⅲ 消費者教育の推進の内容に関する事項

2 消費者の人材（担い手）の育成・活用

（略）

（6）コーディネーターの育成

消費者教育の推進には、消費者教育を担う多様な関係者や場をつなぎ、間に立って連携体制を構築し、その体制を踏まえて、地域の特性に応じた消費者教育を実現するコーディネーターが、重要な役割を果たすことになることから、地方公共団体においては、消費生活センター等が拠点となって、多様な主体が連携・協働した体制作りが進むよう、コーディネーターの育成及び配置に取り組む。また、本来の機能に加えて、コーディネーター自身が消費者教育の担い手やその育成の役割を担うことも考えられる。

コーディネーターは、幅広い分野から人材を求めるべきである。例えば、消費生活相談員、長く教員として活躍していた学校現場の事情に詳しい元教員、消費者団体やNPOの一員として活動する者、社会教育に関する専門的・技術的な助言・指導に当たる社会教育主事、元企業人などが、学校、消費者団体、事業者・事業者団体、大学等と連携するためのコーディネーターの役割を担うことが期待される。また、金融経済教育等消費生活に関連した他の分野で育成を行っているコーディネーターとの連携も有効と考えられる。

国は、消費者教育を推進するコーディネーターの育成や配置を促進し、調整機能を高め、実効あるものとするための具体的方策を検討するとともに、コーディネーター会議を開催し、全国における取組を、実際にコーディネート業務に当たる者の間で共有し、共通して抱える課題や目指すべき到達目標などの抽出につなげることや、地域ごとに直面している課題について共有する場としても活用するほか、国民生活センターで実施している消費者教育コーディネーター講座との連携を図る等、活動の支援を行う。

消費者教育コーディネーター会議（令和7年2月開催）

- 国民生活センターでの「消費者教育コーディネーター講座」の実施報告、地方公共団体から宮崎県と千葉市における取組報告後、「地方自治体における消費者教育コーディネーターの役割と課題」について、グループディスカッションを行った。
- ディスカッション後に有識者（公益財団法人消費者教育支援センター主任研究員 庄司佳子氏）から講評をいただいた。
- オンライン形式で開催し、77の地方公共団体から約110名が参加。

「消費者教育コーディネーター講座の実施報告」

（国民生活センター教員研修部教務課長 大野 瑞姫 氏）

- ・ 消費者教育コーディネーターの役割と今後の課題についての講義
- ・ 取組報告（いわき市と広島市における実践事例）
- ・ グループワークでの話し合い ・ VR教材の紹介と体験 等

（参加者の声） コーディネーターの役割を再認識できた。取組事例が具体的だった。



【グループワークで出された課題等】

予算、人材、組織の体制や考え方、関係機関との連携、スキルアップ、他の業務との関係等、さまざまな視点から課題が挙げられた。また、出前講座のPRや取り上げる内容で工夫していること、頑張っていることについても話し合われた。

「宮崎県における消費者教育コーディネーターの取組」

（消費者教育コーディネーター 堂蘭 敬子 氏）

教育委員会、教育組織等への働きかけ、教職員向け研修会、学校等への出前講座の取組について報告。

教育委員会、教育組織等への働きかけ

教育委員会、教育組織等との連携を計れば・

初任研や10年経過研の研究テーマや県教育研修センターの講座

「消費者教育推進校」研究指定

出前講座における積極的な県教委の後押しや協力

県下一円の教職員が一度に研修可

児童生徒の消費者教育の充実

出前講座の申し込み数の増加

消費者教育の人材育成・学校における消費者教育の充実

（参加者の声）

- ・ 教育委員会や先生への負担の軽減の仕方がわかった。
- ・ 教育委員会、教育組織との連携は簡単ではないため、先進的な取組として参考になった。

「千葉市における消費者教育コーディネーターの取組」

（消費者教育コーディネーター 百瀬 一郎 氏）

教育委員会との連携（消費者教育研究推進校の指定、校長会との連携、教育センターとの連携）、具体的な授業での協力や広報活動例について報告。

2 教育委員会との連携

- (1) 消費者教育研究推進校の指定 <千葉市立の学校>
小学校 107校 中学校 53校 高校 2校 特別支援学校 2校
高等特別支援学校 1校 国際中等教育学校 1校
★教育委員会が、毎年度2校を消費者教育研究推進校に指定する。
・令和3年度 小1校 高1校 ・令和4年度 小1校 高1校
・令和5年度 中1校 高1校 ・令和6年度 小1校 中1校

<コーディネーターの役割>

- ・ 教育委員会担当指導主事と協力し、研究計画や学習計画の助言をする。
- ・ 授業の助言や資料の提供、補助をする。
- ・ 授業の振り返りで助言する。

（参加者の声）

- ・ 教育委員会との連携方法について学ぶことができた。
- ・ 市教委や教育研究会等との連携が素晴らしい。コーディネーターのキャリアがいかされた配置になっている。

消費者教育コーディネーター会議に参加した自治体からの意見①

【グループディスカッション】

意見交換のテーマ

- ・ 推進計画の策定状況と改定
- ・ 教育委員会と連携した教員向け研修・支援
- ・ 学校・大学への出前講座・授業協力の実践
- ・ 地域サポーター・担い手の育成・活動支援
- ・ 事業者・商工会議所での研修・講師派遣に向けた連携
- ・ デジタルツールを活用した教材開発と普及

公益財団法人消費者教育支援センター 主任研究員 庄司佳子氏 全体講評

- ・ 学校等で学んだことが地域や実際の生活につながるようにすることが非常に大切
- ・ 人とのつながりを成立させるのがコーディネーターの役割（例：大学生が教材作成すると同時に大学生に消費者教育を学んでもらうことを掛け合わせる）
- ・ つながり方を他県・市に相談しながら考えていくとよい

推進計画の策定に関する取組の現状と課題（○：意向・要望 ●：取組 ▲：課題）

（計画の策定・改定に関する情報）

- 県が推進計画を策定している。改定を予定しており、計画策定に関する情報を集めたい。
- 市では、県の推進体制にのる形で計画を策定し、出前講座の推進を図っている。
- ▲ 高齢者関係（シルバー人材センター、地域包括支援センター、民生委員等）との連携は図れているが学校との連携は難しい。

（消費生活センターの認知度アップ）

- アンケートを行うことで、センターの認知度等を把握し計画に活かしたい。公式LINEアカウントを活用して認知度を上げたい。
- ▲ センターの認知度をアップさせる必要がある。（コロナ後）出前講座の依頼が少ない。

（人材面の課題）

- 企業から問い合わせがあったところもある。企業向けに力を入れてもよいのではないかと。
- ▲ コーディネーターが未配置。職員と相談員が連携して高校や見守り向け講座を実施。人材が少なく小中学校には派遣できていない。
- ▲ 学校や校長会等へのアプローチは、校長等経験者でないと難しい。学校に通知や案内を送っても反応が低く、結びつかない。

消費者教育コーディネーター会議に参加した自治体からの意見②

教育委員会と連携した取組の現状と課題 (○：意向・要望 ●：取組 ▲：課題)

(教員研修等での連携)

- 県では、年度当初に各高校へ教育委員会と連名で文書発出。出前講座の案内文を指導主事と協同で作成し、学校へ配布。
- 教育委員会、指導主事を巻き込んで実施することを常に意識している。教員研修に有名な講師を呼んでも人が集まらないので、教員と密なやり取りをしている。
- ▲ 教員研修を実施しているが、教員が授業に活用しているか追跡できていない。家庭部会に協力を依頼しても幹事の先生により温度差があり、校長会への説明や年度当初の通知も実施しているが、効果を追跡できていない。
- ▲ 教員研修や講座の各実施時期が固まりがちなので、ニーズがあっても実施できないことがある。

(モデル校による推進)

- 県内全体を意識して事業をしているので、教材を作成して授業をしてもらうという方針で進めている。モデル地域を設定してモデル授業をして、教員の意見をもらいながらブラッシュアップ。教育委員会の方針があり、TT（チーム・ティーチング）方式での授業に取り組んでいる。
- ▲ 学校により担当教員の温度差があり、熱心な先生が異動してしまうと依頼が途切れてしまう。

(県と市の役割分担・連携)

- ▲ 高校については、都道府県と市で役割分担をする必要がある。市は高校へのアプローチがしづらく苦勞。
- ▲ 講師を外部委託していたため予算に限りがあり、県からの講師派遣は1校につき1回限りとしている。

消費者教育コーディネーター会議に参加した自治体からの意見③

学校・大学と連携した取組の現状と課題 (○：意向・要望 ●：取組 ▲：課題)

(学校・大学との連携方法)

- 出前講座は一過性なので、持続性を持たせるため、学校のカリキュラムに入れられるような取組が必要。
- 教育委員会や校長会での周知では先生に届かない。教科研究会で教員向けパンフを作成してアピール。
- 大学には、県警と連携して講義や注意喚起の啓発活動をしている。
- ▲ 教育委員会と協力して県立高校には行っている。大学、社会人の出前講座が少ない。
- ▲ 学校のカリキュラムや予定が決まっています、現場に入り込めない。新規の学校からの申込みがない。
- ▲ 教職員への消費者教育研修が必要だが実施できていない。担当の先生に情報が届いていない。

(金融経済教育との連携)

- ▲ 金融広報委員会と共催で講座を実施してきたが、講師派遣はJ-FLECからになる。業界団体に講座を依頼することもあるが、金融の内容が多く、消費者トラブルの話ができていない。

地域サポーター・担い手の育成の現状と課題

(養成講座・フォローアップ講座の実施)

- 県が消費者リーダー（サポーター）養成講座を実施し、市町村で名簿登録。フォローアップ講座を実施。
- 社会福祉協議会を通じて、見守りの担い手育成講座や消費者被害情報を提供。
- ▲ リモート形式でも実施し、受講機会の拡充を図っている。活動に個人差があり、実績が不明。

(担い手の育成・確保)

- ▲ 民生委員、児童委員だけでなく、民間事業者（金融機関や保険会社等）を巻き込んだ活動を検討。
- ▲ 出前講座講師ができる担い手リスト（地銀などの民間企業の有償講座を含む）を作成し紹介。実施回数はフォローできていない。新規の企業開拓が困難。
- ▲ サポーターや市民ボランティアで、啓発の担い手・出前講座講師になれない。人材の育成・確保が難しい。

消費者教育コーディネーター会議に参加した自治体からの意見④

デジタル関連の取組の現状と課題 (○：意向・要望 ●：取組 ▲：課題)

(デジタル教材の作成・普及)

- ネットにアクセスできる学校が多い。ネットワークを活用した教育を行いたい。
- 出前講座や授業では、資料を紙で配布するが、パワーポイント（スライド）で投影することが多くなった。
- 授業のアンケートを生徒が持つタブレットを使って行うようになった。
- 市内大学でVR動画を使った。VR動画を活用していきたい。

(HPやポータルサイトの活用)

- 消費者庁のHPに各自治体が作成した教材やツールを検索できる入口があれば、利用しやすい。
- ▲ 独自に作成した教材、ミニゲーム等ができるサイトを立ち上げているが、普及が課題。
- ▲ センターのHPや動画配信サイトに公開し、学校に案内・通知を行っているが、あまり見てもらえていない。

職域での取組の現状と課題

(労働政策部局や商工会議所等との連携)

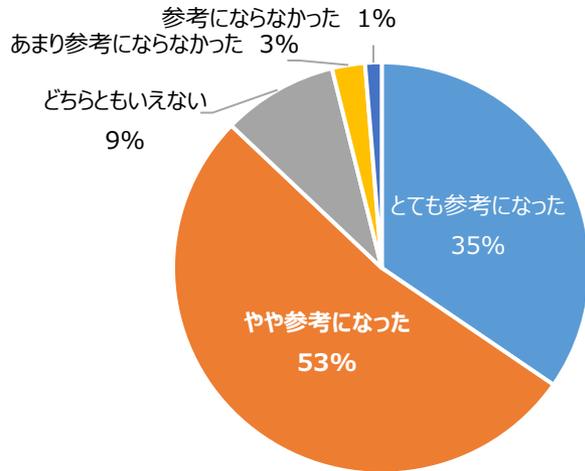
- 労働政策部局と連携し、就職フェアにおいて参加企業にPR。包括連携協定企業にもアピール。
- 同友会会員へ講座実施について紹介。障害者雇用の事業者、ライオンズクラブにも周知。
- 事業者団体（商工会議所連合会等）を訪問し、職域での若年者向け講座の実施をPR。
- 商工会議所（事務局長会議等）を回り、会報の配布と伴に啓発チラシの周知を依頼。
- J-FLECで実施する金融経済教育について団体や事業者にPRする際、消費者教育についてもPR。

(事業者団体等の反応と実施件数)

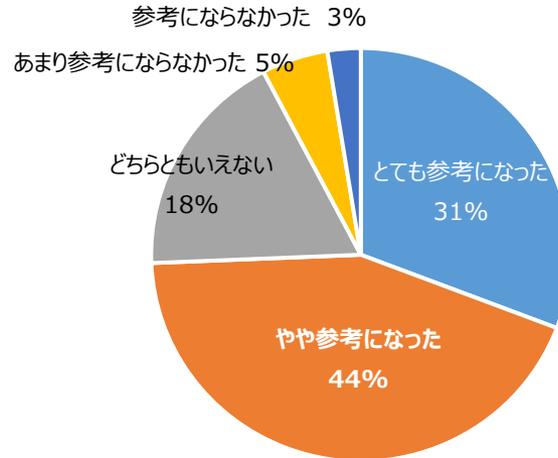
- 講座実施による企業メリット、従業員の福利厚生やトラブル回避にも繋がる等アピール。
- 30分程度の時間でも実施できるようアピールし、新採用集合研修での実施につなげた。
- ▲ 商工会議所等の反応はイマイチ。企業等へアピールしているが実施件数が伸びない。

消費者教育コーディネーター会議 アンケート結果①

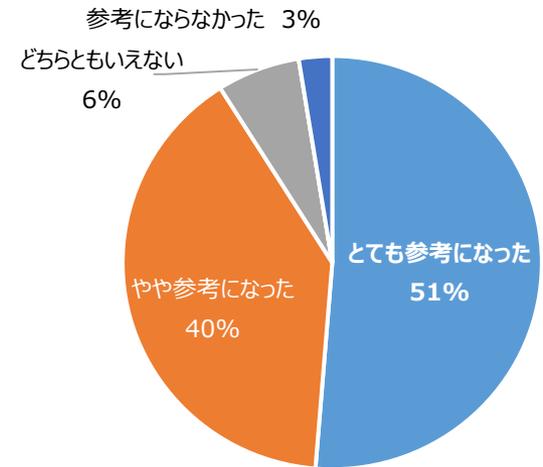
1. 消費者庁における消費者教育の取組



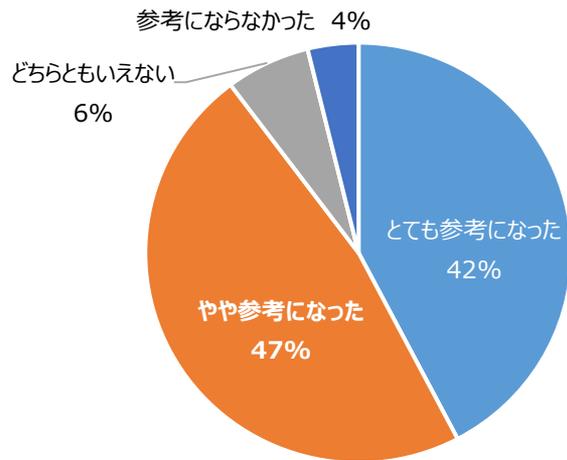
2. 消費者教育コーディネーター講座の実施報告（国民生活センター）



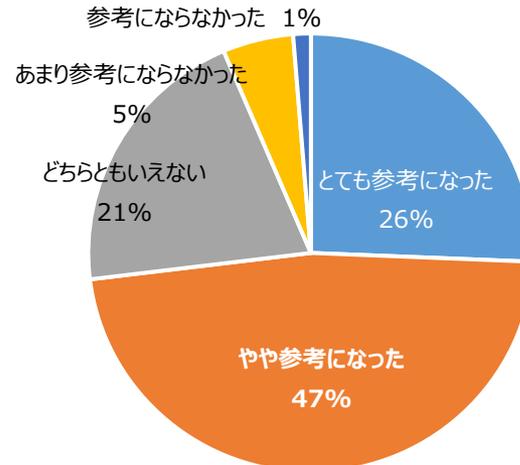
3. 取組報告（宮崎県）



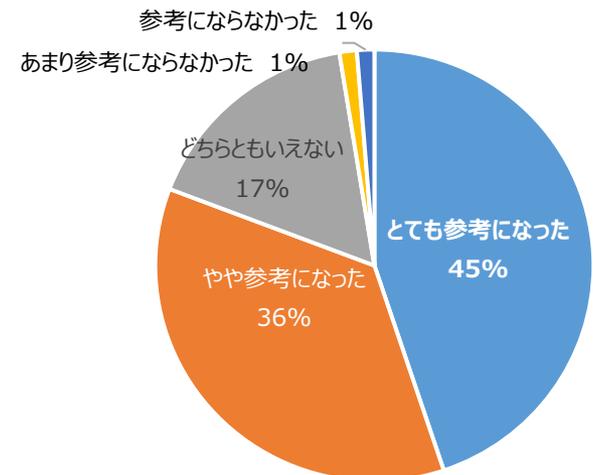
4. 取組報告（千葉市）



5. グループディスカッションでの意見交換

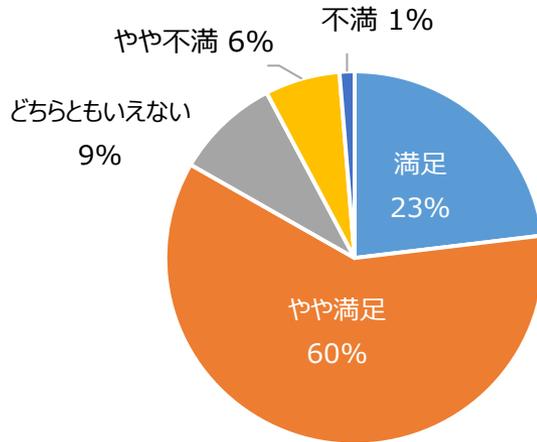


6. グループディスカッションでの講師コメント



消費者教育コーディネーター会議 アンケート結果②

7. 会議の満足度



8. 今後の業務に役立つこと

全国の消費者教育の実情を知ることができ、コーディネーターの活動スケジュールなどが参考になった。
消費者教育を行うにあたって、どの層にどうアピールするかの知見を得ることができた。
職域に向けた消費者教育のアプローチについて解決策が見つかったから。
県や政令市、中核市での取り組みが分かったので、市として小回りのきく業務に取り組みたい。
当県で実施している取組を他の自治体も実施していることがわかり、現在の取組をよりブラッシュアップして継続させることに役立つ。
各学校、事業者等への働きかけを積極的にしていくことが、求められていることを再認識した。
改めて全国で多くの方が頑張っていることが実感でき、取組の意欲が高まりました。
限られたカリキュラムの中で消費者教育を実施することの難しさを知ったこと。他市の出前講座の様子を知ることができたこと。
学校等での出前講座は参加校が増えないことが課題でしたが、他の自治体も同様の課題を抱えているとわかりました。教育研究会や特別支援学校など、新たな分野での働きかけを行いたいと思います。

9. 会議で取り上げてほしいテーマ

人手、予算をかけない協力・連携による消費者教育事例、効果検証・行動変容等の捉え方、迅速な情報発信等
教育関係機関との連携（教員の働き方改革が進められている今、非常に難しいテーマ）
私立の教育機関との付き合い方。
学校から見た消費者教育の現状を学校側から話してほしい。
消費者教育に関する授業について、具体的な内容の共有（各校種別・発達段階に応じた題材など）
デジタルツールを活用した教材開発と実践例の発表を参考にしたい。
参加体験型出前講座についてのいろいろな事例
出前講座の開拓に向けた効果のあった取組
大学へのアプローチ
社会人の消費者教育について
事業者との連携
高齢者や弱者への見守り
高齢者向けの消費者教育コーディネーターの活動実例があれば研修を受けたい。
小規模センターと、大規模センターそれぞれの方向性を示す会議であってほしい。

消費者教育ポータルサイトに新たに掲載した取組事例

- 学校の教員による消費者教育教材を活用した実践事例、契約の基本や消費者トラブル、製品安全、金融経済、SDGs等を扱った、地方公共団体や消費者団体、事業者等の取組事例を掲載。

地方公共団体

生活の管理と契約に関する領域

小学生向け消費者教育教材
「見えるお金と見えないお金
買い物の達人への道」
(ワークシートおよびデジタル版)
の特徴と活用事例について



神奈川県くらし安全防災局くらし安全消費生活課
消費者教育推進グループ
横浜市立富岡小学校 教諭 高島咲子(活用事例インタビュー協力)

小学生向け消費者教育教材「見えるお金と見えないお金 買い物の達人への道」(ワークシートおよびデジタル版)の特徴と活用事例について

消費者市民社会の構築に関する領域

食品ロス削減の取組を学ぶ
「なんでやろう? 食品ロスカードゲーム」
「もったいないやん活動隊」について



大阪府環境農林水産部
流通対策室 ブランド戦略推進課総務・企画グループ
NPO法人Deep People(取材協力)

食品ロス削減の取組を学ぶ「なんでやろう? 食品ロスカードゲーム」「もったいないやん活動隊」について

J-FLEC

生活の管理と契約に関する領域

中学生・高校生向け金融教育
標準講義資料「大人になる前に知っておきたいお金の話」
の特徴と活用事例について



J-FLEC(金融経済教育推進機構)

中学生・高校生向け金融教育 標準講義資料「大人になる前に知っておきたいお金の話」の特徴と活用事例について

実践事例

消費者庁 体験型教材

「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」を使って学ぶ
消費者トラブルを体験しよう! 高等学校授業展開例



東京都立蒲田高等学校 主幹教諭 浅川 貴広

「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」を使って学ぶ 消費者トラブルを体験しよう! 高等学校授業展開例

事業者・NPO等

消費者市民社会の構築に関する領域

目指せ全国! 行こうぜニューヨーク!!
全国高校生金融経済クイズ選手権
エコノミクス甲子園について



認定NPO法人 金融知力普及協会 常務理事 事務局長 鈴木達郎
株式会社気凌銀行(取材協力)

目指せ全国! 行こうぜニューヨーク!! 全国高校生金融経済クイズ選手権 エコノミクス甲子園について

情報とメディアに関する領域

親子で一緒にスマートフォンの上手な利用を学ぶ教材
「スマホ・ネット安全教育」「スマホ・ネット安全教育for family」
の特徴と活用事例について



株式会社NTTドコモ サステナビリティ推進室 社会貢献推進担当 伊藤綾香

親子で一緒にスマートフォンの上手な利用を学ぶ教材「スマホ・ネット安全教育」「スマホ・ネット安全教育for Family」の特徴と活用事例について

消費者市民社会の構築に関する領域

小学生向けSDGs教室
「～キユーピーグループと食品ロス～」
の特徴と出前授業について



キユーピー株式会社
広報・グループコミュニケーション室 社会・食育チーム
羽生田雅子

小学生向けSDGs教室「～キユーピーグループと食品ロス～」の特徴と出前授業の事例について