

消費者庁における消費者教育の取組について

消費者庁消費者教育推進課

- 消費者教育の推進に関する法律（平成24年12月施行）第9条に基づき、内閣総理大臣及び文部科学大臣が案を作成。消費者教育推進会議及び消費者委員会からの意見聴取等を経て、閣議で決定。（平成25年6月に決定し、平成30年3月に変更）
- 基本方針＝消費者教育の担い手（国、地方、消費者団体、事業者等、消費者自身）にとっての指針。

I 消費者教育の推進の意義

消費者を取り巻く現状と課題

- ・消費者の多様化（高齢化、成年年齢引下げ、孤独・孤立の顕在化等）
- ・デジタル化の進展（商品取引・サービス利用形態、情報取得・発信の変化等）
- ・持続可能な社会実現に向けた気運の高まり（食品ロス削減、カーボンニュートラル、プラスチック資源循環、サステナブルファッション等）
- ・自然災害等の緊急時対応（コロナ禍における不確かな情報の拡散等）

→ 消費者の自立支援＝合理的意思決定ができ、被害に遭わない
+ より良い市場とより良い社会の発展のために積極的に関与する消費者の育成（消費者市民社会の形成に参画） → **SDG sの達成にも不可欠**

・消費者のぜい弱性への対応、個人のWell-being向上の観点

II 消費者教育の推進の基本的な方向

今期の基本方針における基本的視点

- ・「教えられる」だけでなく、消費者による自ら及び相互に「学ぶ」「考える」「行動する」ことを促進
- ・消費者の多様化等を踏まえたきめ細やかな対応
- ・デジタル化への対応
- ・消費者市民社会の一員としての行動を促進

- 体系的推進のための取組の方向
 - ・幼児期から高齢期までライフステージに応じた体系的・継続的な実施
 - ⇒広く社会で、消費者の継続的な学びと考える力の獲得を支援することが重要
 - 行動経済学や心理学の見聞も踏まえ、まずは消費者が自身を知ること**を促す観点も重要
 - ・消費者の多様な特性（年齢、性別、障がいの有無、国籍など）に応じたアプローチ
 - ⇒不安をあおって契約させる商法（靈感商法）等、被害に遭いやすい手口・手法等について注意喚起、若年者等が相談しやすいメールやSNS等による消費生活相談の支援、多様な高齢者の実態やデジタル化を踏まえた一層の工夫、など
- ・デジタル化に対応した消費者教育の推進
 - ⇒トラブルを回避する知識、批判的思考力、適切な情報収集・発信能力の重要性の高まり
 - ポータルサイトでの情報提供・連携促進、最新のトラブル事例や教材の提供による担い手支援**
 - ・消費者市民社会構築に向けた多角的な視点の情報提供
 - ⇒社会的課題を自分事として捉え、消費行動により課題解決ができるよう積極的に情報提供
 - デジタルを活用した消費者自らの情報収集、相互へ伝え合う活動の促進
 - 緊急時には、不確かな情報に基づく行動への注意喚起、適切な意見の伝え方等、合理的判断をするために必要な情報を提供

- 各主体の役割と連携・協働
 - ・国と地方公共団体
 - ・消費者行政と教育行政
 - ・地方公共団体と消費者団体、事業者等
 - ・消費者と事業者

地域における多様な主体間のネットワーク化（結節点としての消費者教育推進地域協議会、コーディネーター）

- 他の消費生活に関連する教育との連携推進（金融経済教育・法教育・情報教育・環境教育・食育・主権者教育等）

III 消費者教育の推進の内容

	様々な場における消費者教育	人材（担い手）の育成・活用
学校	(小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等) ・成年年齢引下げを踏まえつつ、学習指導要領の趣旨や内容の周知・徹底 ・外部講師の活用等の促進 ・デジタル教科書等に対応した教材提供 ・教科横断的な実践等好事例の周知 (大学・専門学校等) ・消費者教育の次世代の担い手育成の視点 ・学生主体による啓発活動等の取組事例の収集・提供 ・マルチ等消費者被害に遭いやすい類型・手法の知識の提供	(小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等) ・教員養成課程や現職教員研修等における消費者教育に関する内容の充実 ・国民生活センター等の教員向け研修の活用を推進 (大学等) ・地方公共団体や関係団体との連携の枠組みを構築 ・消費者教育推進地域協議会への参画を促進
地域社会	・消費生活センターが啓発活動やコーディネーター機能を担うよう体制整備 ・社会教育施設等の活用 ・見守りネットワーク、消費生活協力員・協力団体等の仕組みを活用した推進 ・誰一人取り残されないデジタル化への対応	・消費者団体・NPO等による消費者教育 ・地域で活動する団体の情報提供等の支援 ・国民生活センター、消費生活センター、社会教育施設等の担い手育成拠点化のための、情報提供、消費生活相談員の資質向上に向けた支援
家庭	・保護者が正しい知識を身に付け、普段から子供と家庭内で話すことで消費者被害を予防 ・家庭内で高齢者と情報共有、連携	(消費者) ・優良事例の提供、消費者月間等を活用した周知啓発により消費者の自主的な相互の学びの取組を支援
職域	・事業者のニーズも踏まえつつ、事業者による従業員への消費者教育の意義、メリットを整理 ・事業者向け消費者教育プログラムの開発 ・積極的に取り組む事業者の奨励	・消費者教育としての、事業者による消費者への情報提供、商品サービスの開発・提供 ・積極的な情報提供としての「出前講座」、「出前授業」の充実に期待

消費生活センター等を拠点とする、多様な主体が連携・協働した体制作り
様々な場における、外部人材を活用した効果的な消費者教育を実現



- ・多様な関係者や場をつなぐ重要な役割
- ・コーディネーター会議の開催による課題や目標等の抽出、地域ごとに直面する課題の共有
- ・若年者と地域の消費者団体、社会的課題の解決に取り組む事業者・事業者団体等による協働や、ネットワーク構築の促進

IV 関連する他の消費者施策との連携

- ・食品と放射能に関する理解増進
- ・事故・トラブル情報の迅速的確な分析・原因究明 など

V 今後の消費者教育の計画的な推進

KPIの検討・設定

- ・実態調査や関係省庁のデータ等をいかしつつ、適切な指標を検討
- ・地方公共団体の推進計画での設定も促す

・都道府県、市町村の地域の特性に応じた推進計画策定等の推進・支援

・社会経済情勢の変化等に対応するため必要に応じ基本方針の変更を検討

※「令和3年の地方からの提案等に関する対応方針」（令和3年12月21日閣議決定）に基づき、消費者基本計画との対象期間を一致させるため、今期基本方針に限り7年間とした。

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
- **外部講師の活用等**一層の消費者教育の改善・充実

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（2023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（2023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、18政令市（2023年4月時点）
- ✓ 地方公共団体による講座の実施（2023年4月時点）
対学生：7,292、対社会人：2,923、対高齢者：6,250
エシカル消費：5,338、高齢者等の見守り：7,135、消費者被害防止：17,732
- **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

- ・ 取組は**緒に就いたところ**
※従業員向け消費者教育の推進に関する取組（研修教材の開発等）を実施（2022年度～）
- **継続的学び**に向け、職域の取組を強化

【地域における消費者教育推進体制の確保】

消費者教育推進地域協議会の設置、消費者教育推進計画の策定

(都道府県内の政令市及び中核市の対応済みの割合50%以上)

→ 協議会の設置は14/44都道府県、推進計画の策定は17/44都道府県で達成済み

都道府県	都市名	都市区分	協議会の設置		推進計画の策定	
			対応済	対応済割合	対応済	対応済割合
北海道	札幌市	政令市	○		○	
北海道	旭川市	中核市		33%		33%
北海道	函館市	中核市				
青森県	青森市	中核市		0%		0%
青森県	八戸市	中核市				
岩手県	盛岡市	中核市		0%		0%
宮城県	仙台市	政令市	○	100%	○	100%
秋田県	秋田市	中核市		0%		0%
山形県	山形市	中核市		0%		0%
福島県	郡山市	中核市				
福島県	いわき市	中核市	○	33%	○	67%
福島県	福島市	中核市			○	
茨城県	水戸市	中核市		0%	○	100%
栃木県	宇都宮市	中核市		0%		0%
群馬県	前橋市	中核市		0%		0%
群馬県	高崎市	中核市				
埼玉県	さいたま市	政令市	○		○	
埼玉県	川越市	中核市		25%		25%
埼玉県	越谷市	中核市				
埼玉県	川口市	中核市				
千葉県	千葉市	政令市	○		○	
千葉県	船橋市	中核市		67%		67%
千葉県	柏市	中核市	○		○	
東京都	八王子市	中核市	○	100%	○	100%
神奈川県	川崎市	政令市	○		○	
神奈川県	横浜市	政令市	○		○	
神奈川県	相模原市	政令市	○	75%	○	75%
神奈川県	横須賀市	中核市				
新潟県	新潟市	政令市	○	100%	○	100%
富山県	富山市	中核市		0%		0%
石川県	金沢市	中核市		0%		0%
福井県	福井市	中核市		0%		0%
山梨県	甲府市	中核市		0%		0%
長野県	長野市	中核市	○	50%	○	50%
長野県	松本市	中核市				
岐阜県	岐阜市	中核市	○	100%	○	100%
静岡県	静岡市	政令市	○		○	
静岡県	浜松市	政令市	○	100%	○	100%
愛知県	名古屋	政令市	○		○	
愛知県	豊田市	中核市				
愛知県	豊橋市	中核市		20%		20%
愛知県	岡崎市	中核市				
愛知県	一宮市	中核市				

都道府県	都市名	都市区分	協議会の設置		推進計画の策定	
			対応済	対応済割合	対応済	対応済割合
滋賀県	大津市	中核市		0%		0%
京都府	京都市	政令市	○	100%	○	100%
大阪府	大阪市	政令市	○		○	
大阪府	堺市	政令市	○		○	
大阪府	高槻市	中核市				
大阪府	東大阪市	中核市				
大阪府	豊中市	中核市	○	33%	○	33%
大阪府	枚方市	中核市				
大阪府	八尾市	中核市				
大阪府	寝屋川市	中核市				
大阪府	吹田市	中核市				
兵庫県	神戸市	政令市	○		○	
兵庫県	姫路市	中核市	○		○	
兵庫県	西宮市	中核市	○	60%	○	60%
兵庫県	尼崎市	中核市				
兵庫県	明石市	中核市				
奈良県	奈良市	中核市		0%		0%
和歌山県	和歌山市	中核市		0%	○	100%
鳥取県	鳥取市	中核市	○	100%	○	100%
島根県	松江市	中核市	○	100%	○	100%
岡山県	岡山市	政令市	○		○	
岡山県	倉敷市	中核市		50%		50%
広島県	広島市	政令市	○		○	
広島県	福山市	中核市		33%		33%
広島県	呉市	中核市				
山口県	下関市	中核市		0%		0%
香川県	高松市	中核市		0%		0%
愛媛県	松山市	中核市		0%		0%
高知県	高知市	中核市		0%		0%
福岡県	北九州市	政令市				
福岡県	福岡市	政令市	○	33%	○	33%
福岡県	久留米市	中核市				
長崎県	長崎市	中核市		0%		0%
長崎県	佐世保市	中核市				
熊本県	熊本市	政令市	○	100%	○	100%
大分県	大分市	中核市		0%		0%
宮崎県	宮崎市	中核市		0%		0%
鹿児島県	鹿児島市	中核市		0%		0%
沖縄県	那覇市	中核市		0%		0%

※赤色表示は未達成都道府県

(出所) 令和5年度現況調査(令和5年4月1日現在)

消費者教育コーディネーターの配置状況

- ・都道府県：47全都道府県において配置済み
- ・政令市：18/20政令市において配置済み
- ・中核市：12/62中核市において配置済み

※朱色表示は令和5年4月1日時点未配置

18政令市

札幌市	○	名古屋市	○
仙台市	○	京都市	○
さいたま市	○	大阪市	○
千葉市	○	堺市	
川崎市	○	神戸市	○
横浜市	○	岡山市	○
相模原市	○	広島市	○
新潟市	○	北九州市	
静岡市	○	福岡市	○
浜松市	○	熊本市	○

12中核市

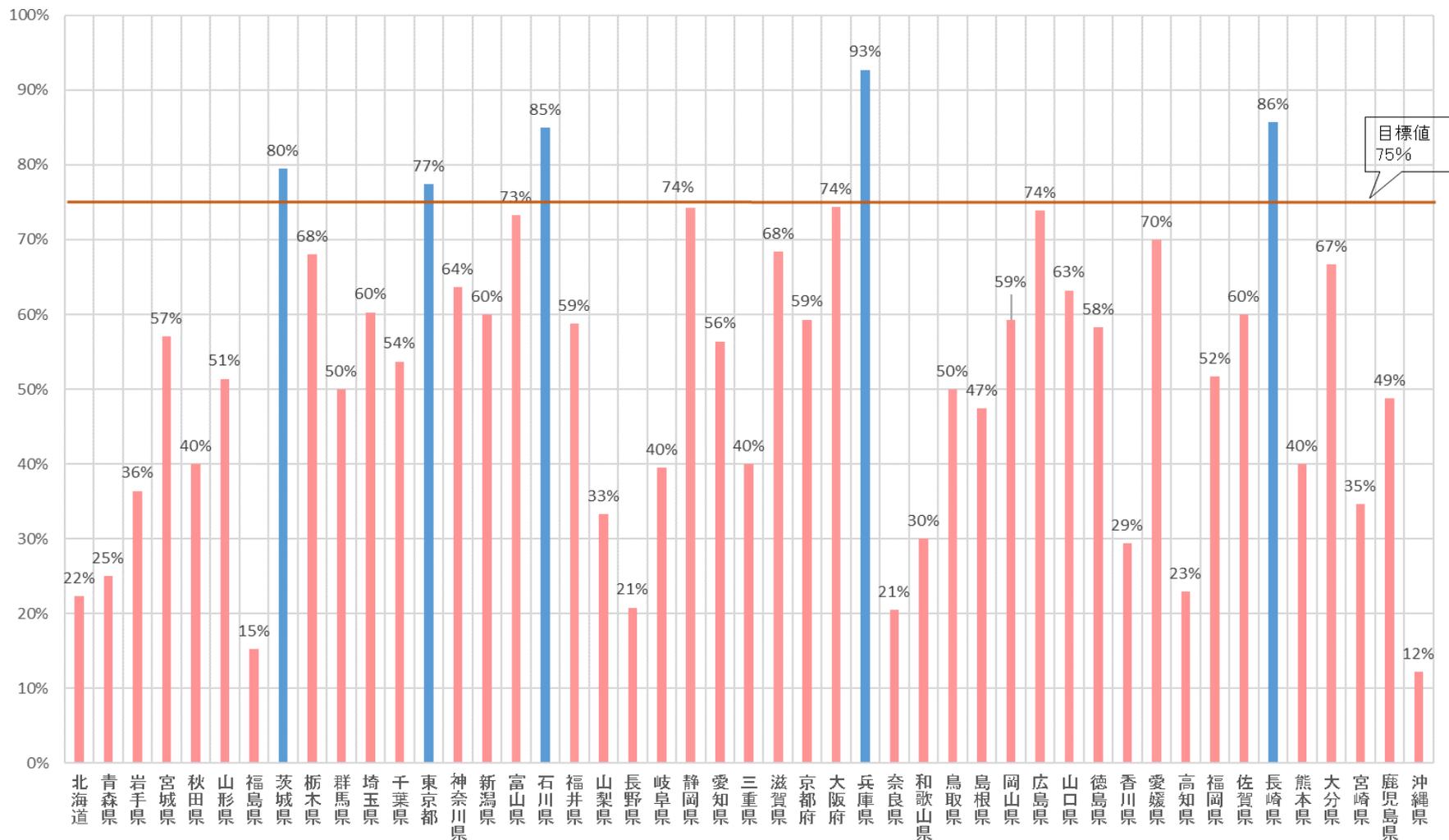
旭川市		甲府市		尼崎市	○
函館市		長野市	○	明石市	
青森市		松本市		奈良市	
八戸市		富山市		和歌山市	
盛岡市	○	金沢市		鳥取市	
秋田市		福井市		松江市	
山形市		岐阜市		倉敷市	
郡山市		豊田市		福山市	
いわき市	○	豊橋市		呉市	
福島市	○	岡崎市		下関市	
水戸市	○	一宮市		高松市	
宇都宮市	○	大津市	○	松山市	
前橋市		高槻市		高知市	
高崎市		東大阪市		久留米市	
川越市	○	豊中市		長崎市	○
越谷市		枚方市		佐世保市	
川口市		八尾市		大分市	
船橋市		寝屋川市		宮崎市	
柏市	○	吹田市		鹿児島市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

(備考)「令和5年度地方消費者行政の現況調査」により作成。

【地域における消費者教育推進体制の確保】

講習等（出前講座を含む。）の実施市区町村割合75%以上

5/47都道府県で達成済み



※赤色表示は未達都道府県（出所）令和5年度現況調査（令和5年4月1日現在）

地域における消費者教育の取組（高齢者等の見守り活動、エシカル消費の普及）

○令和5年度、高齢者等の見守りの活動促進を図る取組は668件、エシカル消費の普及を図る取組は457件実施。

自治体		事業の名称	事業の内容	参加人数
北海道	士別市	消費生活見守りサポーター養成講座	相談窓口と地域の高齢者をつなぐパイプ役となサポーターを育成するため、見守りと啓発活動に必要な知識を学ぶ。	192
青森県		子育て世代に向けた消費者教育推進検討会議	子育て世代の親が、自立した消費者となるための効果的な啓発手法について協議。	39
埼玉県	飯能市	高齢者虐待防止等権利擁護研修会	介護支援専門員にセンターの役割と消費者被害の現状や最新事例を知ってもらい高齢者の被害防止を図る。	45
	加須市	高齢者相談センター職員等対象消費生活レベルアップ講座	高齢者相談センターの職員等が講座を受講することにより、トラブルに気づくポイントや未然防止の知識を習得する。	38
東京都		高齢者見守り人材向け出前講座	高齢者被害の早期発見等消費者被害の未然防止を図るため、都内に所在する介護事業者、団体等の講座に講師を派遣。	2,595
	町田市	社会福祉士向け出前講座	消費者被害等についての普及啓発研修	27
神奈川県	横浜市	高齢者の消費者被害防止の協働ネットワーク構築	市職員や地域ケアプラザ職員等を対象に高齢者の消費者被害防止に関する研修を実施。	115
	川崎市	障害者の消費生活見守り推進講座	障害者向けサービス事業所の職員等への消費者見守り講座	45
滋賀県	近江八幡市	SDGs こども見守り隊、消費者教育親子体験プログラム	消費者被害、見守りの大切さに気付き、見守り活動をする。親子で地域の生産者等を訪問し生産者等の思いや願いを知る。	203
長野県	飯田市	くらしの学習交流会事業（エシカルシンポジウム、くらしの学習交流会）	エシカル消費やSDGsの意識付けと消費者が適切な消費の選択ができるようになるための消費者教育の推進	123
静岡県		SDGsとエシカル消費に関する出前講座	次世代を担う若者に向け、エシカル消費に係る普及啓発を図る	87
愛知県	名古屋市	エシカル消費の普及・啓発	サステナブル経営に取り組む事業者等と連携した企画等を大学に委託。若者自らエシカル消費について理解を深め、普及・啓発を図る。	532
島根県		『ご縁の国』エシカルライフ啓発事業	エシカル消費（サステナブルファッション）について「我がこと」として考え行動を起こす機会とする。	294
長崎県	長崎市	消費生活出前講座	悪質商法の手口と対処法、消費行動が社会や環境に及ぼす影響等について学ぶ。	2,914

（備考）「令和5年度地方消費者行政の現況調査」より作成。

地域における消費者教育の取組（事業者向けの出前講座等）

○ 令和5年度、地方公共団体が事業者(従業員等)向けに消費者教育として実施した出前講座等は410件。社会人や見守り向けに消費者被害防止を図るもののほか、従業員向けの研修講座が実施されている。

自治体		事業の名称	事業の内容	参加人数
茨城県		消費者志向経営セミナー	「消費者志向経営」についての理解を深め、本県における消費者志向経営の取組拡大を図る。	47
神奈川県	平塚市	企業等若者向け消費生活出前講座	新入社員等に契約、トラブル事例等消費者知識を知ってもらい、被害防止とともに自立した消費者を育てる。	12
新潟県		消費者志向経営セミナー	環境問題への貢献や地域社会の活性化など、消費者と事業者とが「消費者志向経営」について、広く県民と事業者にも周知する。	184
石川県	奥能登広域圏事務組合	商工会議所職員向け講座	消費生活センターの役割及びトラブル対処について学ぶ	10
山梨県		事業者向け消費者志向・景品表示法研修会	県内事業者を対象に、消費者志向経営への理解と運営を促進する。	48
静岡県		事業者向け消費者関連法規啓発出前講座	事業者の法令遵守の意識向上を図ることにより、消費者被害の未然防止を目指す	36
滋賀県	大津市	事業主向け消費者教育推進講座	若年従業員の消費者被害防止	67
	甲賀市	新入社員研修	新入社員に消費生活のトラブル事例を説明	16
愛媛県		コンプライアンス講習会	事業者の法令に対する知識を深め、自主的な取り組みを推進するため、講習会を実施。	110
	愛南町	事業者向け出前講座	事業者に障がい者や高齢者への消費者トラブルやその対処法を学び、被害防止を図る。	20

(備考)「令和5年度地方消費者行政の現況調査」より作成。

地域サポーターの配置状況

- ・ 都道府県：26/47都道府県において配置（36団体、登録人数計5,099人）
- ・ 政令市：13/20政令市において配置（15団体、登録人数計1,559人）
- ・ 市区町村：136市区町村において配置（144団体、登録人数計2,871人）

26都道府県

青森県	岐阜県
岩手県	三重県
宮城県	京都府
山形県	大阪府
栃木県	兵庫県
埼玉県	奈良県
千葉県	和歌山県
新潟県	鳥取県
富山県	島根県
石川県	岡山県
福井県	山口県
山梨県	徳島県
長野県	高知県

13政令市

仙台市
さいたま市
横浜市
川崎市
新潟市
静岡市
京都市
大阪市
堺市
神戸市
広島市
福岡市
熊本市

136市区町村

北海道	2	神奈川県	1	大阪府	2	福岡県	24
青森県	1	新潟県	3	兵庫県	7	佐賀県	2
岩手県	2	富山県	2	奈良県	2	長崎県	0
宮城県	0	石川県	3	和歌山県	1	熊本県	1
秋田県	1	福井県	5	鳥取県	0	大分県	0
山形県	1	山梨県	3	島根県	0	宮崎県	1
福島県	1	長野県	10	岡山県	0	鹿児島県	1
茨城県	5	岐阜県	1	広島県	1	沖縄県	0
栃木県	2	静岡県	3	山口県	5		
群馬県	1	愛知県	0	徳島県	3		
埼玉県	20	三重県	3	香川県	1		
千葉県	3	滋賀県	3	愛媛県	0		
東京都	9	京都府	0	高知県	0		

地域サポーターの取組例

自治体	名称	主な活動	登録人数
札幌市	消費生活サポーター	<ul style="list-style-type: none"> みまもり通信を活用して、地域の方に情報提供を行う 所属する団体などにおいて、ミニ講座を開催する 	340
岩手県	消費生活サポーター	<ul style="list-style-type: none"> 県が発信する情報による地域住民への被害防止の啓発活動 消費生活に関する地域の情報を県へ情報提供すること 	314
栃木県	くらしの安心サポーター	<ul style="list-style-type: none"> 消費生活に関する知識を生かした啓発活動 高齢者及び障害者等が悪質事業者の被害に遭わないよう又は被害の早期発見のための見守り 	310
埼玉県	消費者被害防止サポーター	<ul style="list-style-type: none"> 消費者被害防止のための地域での見守り活動 地域でサポーター同士が集まり、グループを結成。啓発活動や啓発品の作成を行う。 	1038
千葉県	消費者教育担い手人材	<ul style="list-style-type: none"> 消費生活に関する情報の啓発活動 消費者からの消費生活に関する相談へのアドバイス等、各自で実施。 	575
	消費生活地域サポーター	<ul style="list-style-type: none"> 消費生活に関する啓発及び広報用資料等の配布活動。 その他地域の消費者に対する啓発又は広報に資する活動。 	298
横浜市	消費生活推進員	<ul style="list-style-type: none"> 消費者被害未然防止等に関する啓発講座等を開催すること。 パネル展示や情報誌の発行などの広報活動等を行うこと。 	993
新潟県	消費生活サポーター	<ul style="list-style-type: none"> 消費生活・金融に関する情報の提供、啓発講座の講師等 	238
長野県	消費生活サポーター	<ul style="list-style-type: none"> 地域・職域における消費者への啓発、消費者教育の実施 地域における消費者被害の未然防止、早期発見、拡大防止のための見守り活動 	302
兵庫県	くらしの安全・安心推進員	<ul style="list-style-type: none"> 消費生活に関する啓発を行うこと。 消費者被害を未然に防止するための見守りを行うこと。 	225
和歌山県	消費生活サポーター	<ul style="list-style-type: none"> 地域における啓発活動の担い手として、消費生活情報の伝達を行い、地域で見守り活動を行う 	269
鳥取県	地域消費生活サポーター	<ul style="list-style-type: none"> 地域住民への消費生活相談窓口の紹介 地域での啓発活動 	219
徳島県	くらしのサポーター（個人）	<ul style="list-style-type: none"> 消費者情報センターが提供する情報を周囲の人に伝えること 消費生活に関する講座において講師として活動すること 	661
高知県	高知県くらしのサポーター	<ul style="list-style-type: none"> 県の主催する啓発活動への参加（啓発グッズの配布など） 地域住民への情報提供及び県への地域情報の提供 	216
福岡市	消費生活サポーター	<ul style="list-style-type: none"> 地域で悪質商法の手口や対処法などの情報を伝達する 消費生活センターへの相談仲介を行う 	699

（備考）「令和5年度地方消費者行政の現況調査」より作成。登録人数が200人を超える例。

消費者教育コーディネーターの現状と課題

- 消費者教育コーディネーターは、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役割を果たす。
- 配置状況：47都道府県、18/20政令市に配置済み（令和5年4月現在）

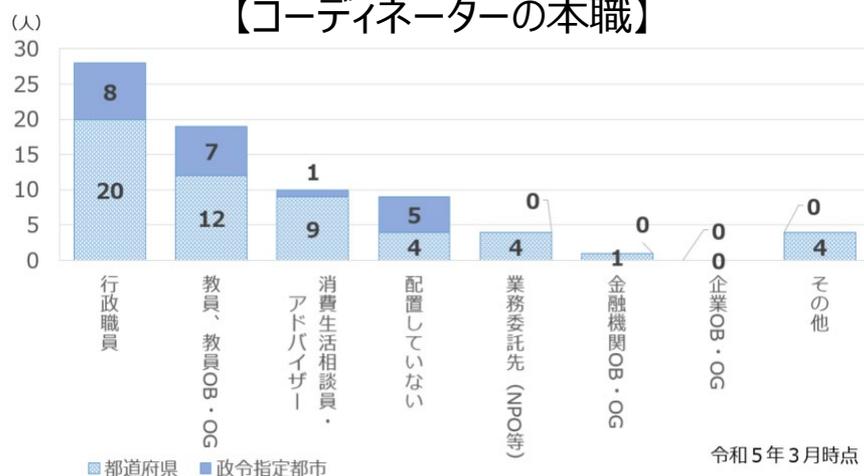
【工夫している取組】

- ・ 校長会や教員の研究会に出前講座の活用を呼びかけ
- ・ 講師派遣依頼に対応すべく、多様な機関と連携し、講師の確保・選定に努めている
- ・ 弁護士と消費生活相談員とのコラボ授業を実施
- ・ 県内で消費者教育を支援している団体をリストにして、最新の支援メニューの情報を高等学校等に毎年提供
- ・ 市町と連携し、毎年200回以上の消費者教育講座の開催を計画

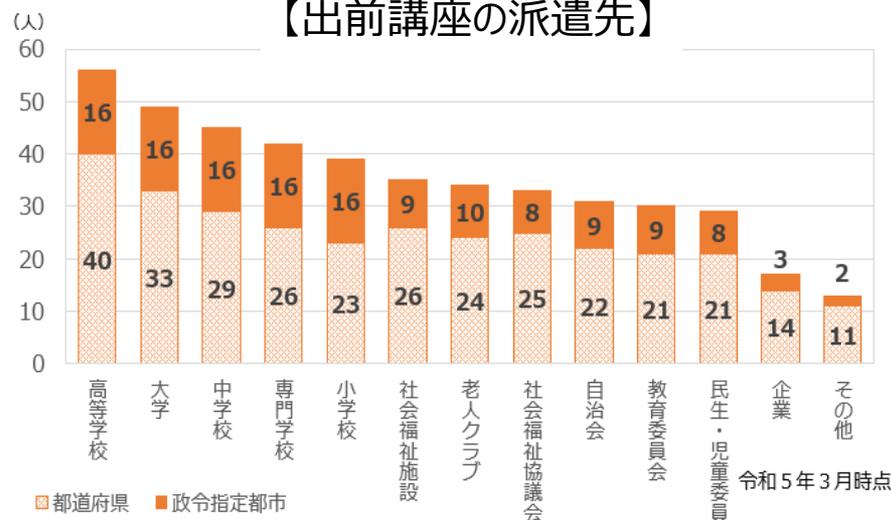
【主な課題】

- ・ 連携先や学校の担当者変更、コーディネーターの代替わりにより、連携先との関係維持が難しい
- ・ 関係機関や連携先、連携の仕方のノウハウがない
- ・ 私立学校、若年層、職域、PTAへの消費者教育
- ・ 新規層への啓発（リピーターが多い）
- ・ 学校現場での消費者教育の必要性の認識共有
- ・ コーディネーターの専任配置にかかる財源、人手が不足
- ・ コーディネーターが困ったときに相談できる窓口

【コーディネーターの本職】



【出前講座の派遣先】



（備考）令和5年度 消費者教育コーディネーター会議資料（事例報告等）から作成

消費者教育コーディネーター会議（令和6年5月13日開催）

○消費者庁における消費者教育の取組及び「消費者力」新教材の活用、消費者教育コーディネーターに期待される役割・活動、デジタル化に対応した消費者教育の取組をテーマにオンラインで開催。103の地方公共団体、約180名が参加。

【消費者庁における消費者教育の取組及び「消費者力」新教材の活用】（消費者庁消費者教育推進課）

消費者教育の目的や消費者教育の現状、消費者教育コーディネーターの配置状況、各対象者向けの消費者教育教材の紹介、「消費者力」育成・強化に係るVR動画等を活用した体験型新教材について紹介。

（参加者の声）

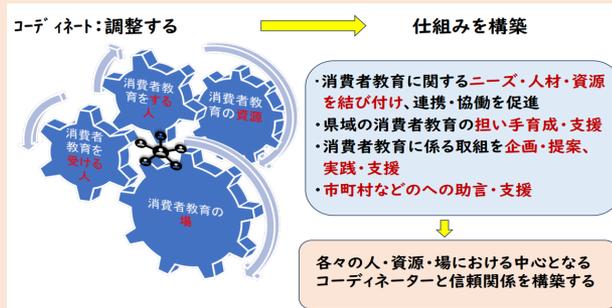
- ・どんな教材があるか知るきっかけになった。
- ・今年度から消費生活センターに所属しており、消費者教育の目的や目指すべき方針が分かった。



【消費者教育コーディネーターに期待される役割と活動ー地域の特性・立場を踏まえー】

（岡山県消費生活センター消費者教育コーディネーター 矢吹香月様）

消費者教育の基本や、地域の特性に応じた消費者教育をコーディネートの実践事例について講義。



（参加者の声）

- ・講師の実体験に基づいた内容が参考になった。今後の連携の参考になった。
- ・コーディネーターの定義と役割を知ることができた。
- ・今年度から消費生活センターに所属しており、消費者教育の目的や目指すべき方針が分かった。

【デジタル化に対応した消費者教育の取組】 （一般社団法人ECネットワーク理事 原田 由里様）

消費者相談の事例と対応、消費者啓発のポイント・課題・あり方や、デジタル化における消費者啓発について講義。

デジタル化における消費者啓発

- ・プライバシーに配慮したAIの活用
- ・アプリの開発 啓発はパーソナルへ
- ・啓発側も情報発信から情報取得・分析へ
- ・事業者や団体との技術連携

自立した消費者を目指し、その手助けをする
もちろん救済される権利も併せ持つ



（参加者の声）

- ・最新の消費者トラブル事例を交えた説明で参考になった。
- ・自分自身がアップデートしていく必要性を強く感じた。
- ・消費者が加害者になりうるということを改めて認識した。
- ・必要な時に正確な情報を得られる場所の必要性、感情に訴える啓発の大切さについて知る事ができた。

高齢者・障害者、孤独孤立しがちな方等の見守り (地域における被害防止)

見守りネットワーク (消費者安全確保地域協議会)



高齢者・障害者、孤独孤立しがちな方等の 見守り、啓発活動

見守りネットワークの充実・強化により、
消費者被害を早期発見、未然防止

- 地域の関係者（行政、団体、事業者、ボランティア）の連携強化による、効果的な見守り（→消費生活センターにつなぐ）
- 地域における積極的な啓発活動、注意喚起

(※) 法定の「消費者安全確保地域協議会」とすることで、
個人情報の共有も可能（本人の同意が取れない場合
でも消費生活センターにつなぐことができる）

「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」 相談先・周囲への働きかけ

- テキスト教材「訪問販売（点検商法）」や「相談先・周囲への働きかけ」のページでは、異変に気づくポイントや「気づきのチェックポイント」、相談対応や相談先について掲載。

訪問販売（点検商法）での気づき・声かけの例

点検商法 | 解説 | 訪問販売(点検商法)によるトラブルに遭う前に！異変に「気づく」ポイント

「悪質業者の手口だ」と気づくには

例えば、事例の主人公が「これは悪質業者の手口だ」と気づくためには、以下のポイントに注意する必要があります。

<p>1</p> <p>飛び込みで突然訪問してくる</p>  <p>事業者が飛び込みで訪問してきた、勧誘される場合には、よく注意する必要があります。</p>	<p>2</p> <p>無料で点検しようとする</p>  <p>本来費用がかかるはずの作業については、無償で対応してくれる場合には、何かしら理由があるのではないかと、一度考える必要があります。</p>	<p>3</p> <p>スマホで見せられた画像（二セモノ）</p>  <p>消費者の不安をあおる手口です。画像は加工されたものかもしれない、という認識を持つことが大切です。</p>
--	--	--

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」

24

点検商法 | 対策 |

ご家族や見守りの方へ

高齢者の消費者トラブルに周囲が気づくために

👉 日ごろの「声かけ」で気づく

「最近どうですか？」や「どうされましたか？」など、日常的なさりげない声かけが、トラブルに気づききっかけになります。

もし被害に遭っている様子が見られたり、本人から相談されたりしたときには「一緒に考えてみましょう」「相談してみよう」と、寄り添うことが大切です。

「何これ！なんで契約しちゃったの！」
「どうして気づかなかったの！」などと頭から否定したり、問い詰めたりするような態度は避けましょう。



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」

38

相談先・周囲への働きかけ

周囲の人が「消費者トラブル」に遭いそうになったら

相談先・周囲への働きかけ

周囲の人の様子の変化 「気づきのチェックポイント」

宅配便・郵送物から



- 未開封の段ボール箱がある
- 未払いの請求督促状が届く
- 郵便受けを確認していない

経済状況から



- お金に困っている様子がみられる
- 羽振りのいい話が多くなった
- 急に節約やアルバイトを始めた

電話・SNSから



- 頻繁に電話がかかってくる
- スマートフォンを気にしている
- 電話を切れずに困っている
- スマートフォンに勧誘の通知が次々届く

その他

- 見慣れない商品や同じような商品がある
- 怪しい投資やビジネスに関心をもち始めた
- 占いや祈禱に高額を払っている

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」

7

周囲の人が「消費者トラブル」に遭いそうになったら

相談先・周囲への働きかけ

ポイント

このように対応しよう！



1 声かけで情報収集

信頼関係を築きながら、当事者から情報を集めましょう。

2 共感の姿勢で対応

トラブルに巻き込まれたことを非難するのではなく共感の姿勢で対応しましょう。

3 関係機関に相談

自分たちで無理に解決しようとせず、公的機関に相談してみましょう。

詳しくは以降のページを確認してみましょう。

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」

12

K P I の検討・設定について

- 基本方針においてKPIの設定・検討を進めることとされたことを踏まえ、国の消費者基本計画工程表において適切な指標を検討中。
- 地方公共団体における消費者教育推進計画においても、地域の特性を踏まえたKPIの設定を検討いただきたい。

<地方公共団体の評価指標例>

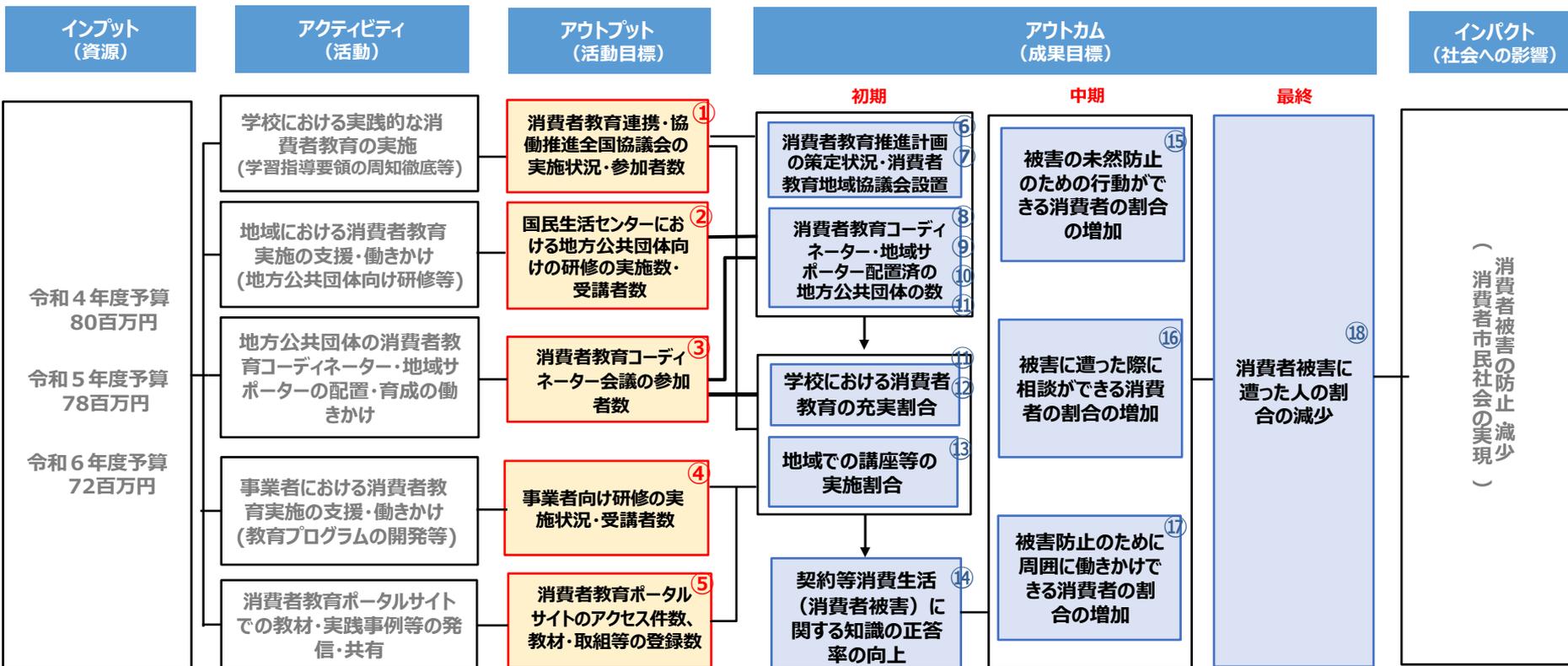
	地方公共団体	指標	目標値
総合的な評価	千葉県	消費者教育学習の機会が提供されていると思う県民の割合	30%
	石川県	消費者教育を「受けたことがある」県民の割合	25%
SDGs (消費者市民社会) 関連	北海道	消費生活モニターのうち、「エシカル消費」の言葉及び内容を知っていると回答した人数の割合	50%
	徳島県	エシカル消費の実践意欲度（今後、エシカル消費につながる活動をしたいと答えた割合）	80%
	鯖江市	商品・サービスを選択する際に、地域・社会・環境のことを意識する消費者の割合	70%
消費者被害防止 関連	兵庫県	・過去3年間に消費者トラブルに遭ったことのある人の割合 ・消費者トラブルで既に支払いをしている人の割合	4.0% 15.0%
	鹿児島県	・若年者の消費生活センターの認知度 ・消費者ホットラインの認知度	75% 80%
	相模原市	クーリング・オフ制度の認知度（制度も内容も知っている人の割合）	65%
多様な消費者（担い手の育成）	京都府	消費者ボランティア（大学生）による情報の発信・拡散数	200件
	岡山市	担い手登録者数（高齢者・障害のある人及びその支援者等への消費者教育の担い手育成）	100名

（備考）令和4年10月28日第33回消費者教育推進会議資料2より抜粋（一部更新）。

消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進及び地域における消費教育推進のための体制の整備

現状・課題

- ・ 成年年齢引下げやデジタル化の進展等により、幅広い世代において消費者被害増加のリスクがある。
- ・ 消費者被害の防止・減少のため、ライフステージに応じた、社会人も含めた切れ目のない消費者教育の推進が必要。



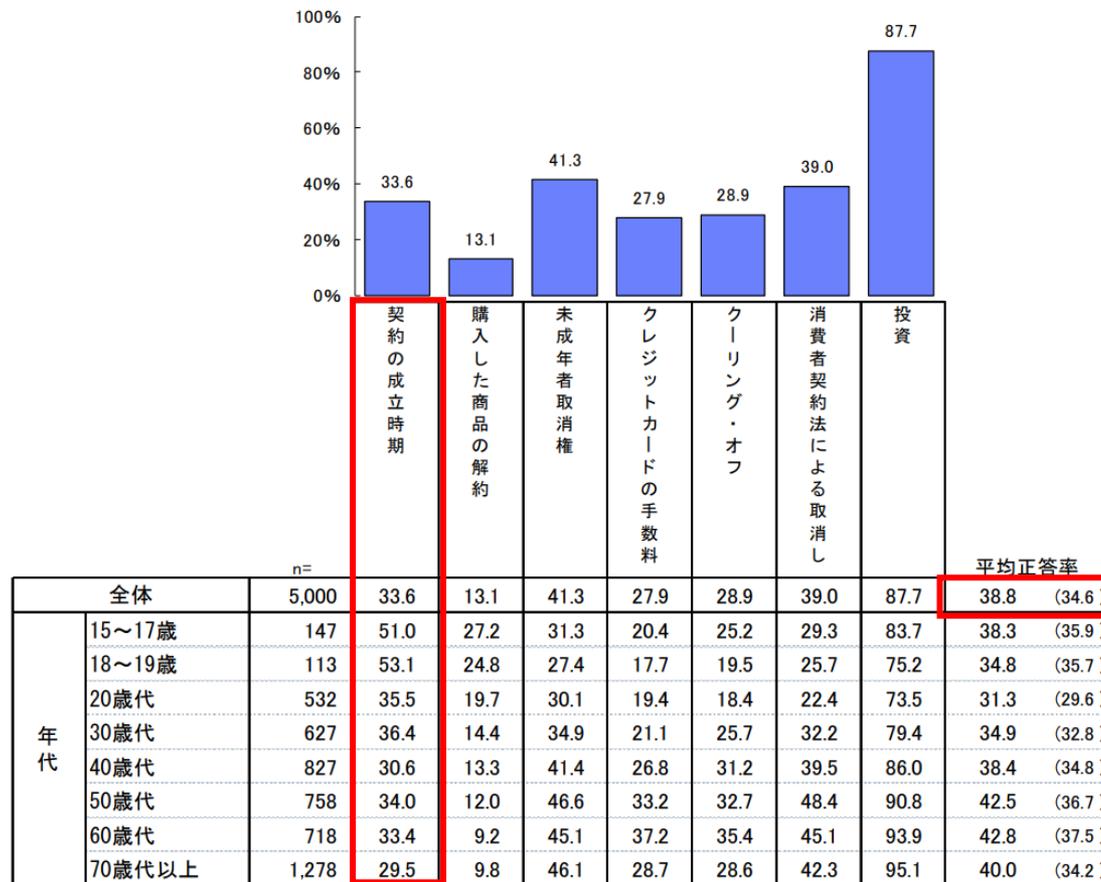
KPI

- ①参加者数【1回あたり300人以上/R7年度】 ②研修の満足度【5段階中平均4以上/R6年度】 ③参加者数【150人以上/R6年度】
- ④実施状況・受講者数【受講者数の増加】 ⑤ポータルサイトのアクセス件数【500,000以上/R6年度】
- ⑥策定状況【指定都市・中核市で50%以上/R6年度】 ⑦設置状況【指定都市・中核市で50%以上/R6年度】
- ⑧消費者教育コーディネーター配置済みの地方公共団体数【47都道府県/R6年度】 ⑨消費者教育コーディネーター配置済みの地方公共団体数【指定都市及び中核市で50%以上/令和6年度】 ⑩地域サポーター配置済みの地方公共団体数【増加】
- ⑪「学校における消費者教育の充実」を挙げている割【50%以上/R6年度】 ⑫大学等における消費者関連の取組割合【65%以上/R6年度】
- ⑬消費者教育関連事業(講座等)の実施割合【55%以上/R6年度】 ⑭知識の正答率【40%以上/R6年度】
- ⑮未然防止のための行動ができる消費者の割合【50%以上/R7年度】 ⑯相談できる消費者の割合【75%以上/R7年度】
- ⑰周囲に働きかけができる消費者の割合【27%以上/R7年度】 ⑱被害にあった人の割合【15%以下/R8年度】

消費者の意識・取組状況

- 「消費生活に関する知識」の正誤問題について、完全正答率の全設問の平均は**38.8%**
- 「契約の成立時期」については全体では**33.6%**だったところ、15～17歳は**51.0%**、18～19歳は**53.1%**と全体より高い結果であった。全設問の正答率の平均を年代別に見ると、20歳代が31.3%と最も低かった。

【消費生活に関する知識－設問ごとの正答率－】

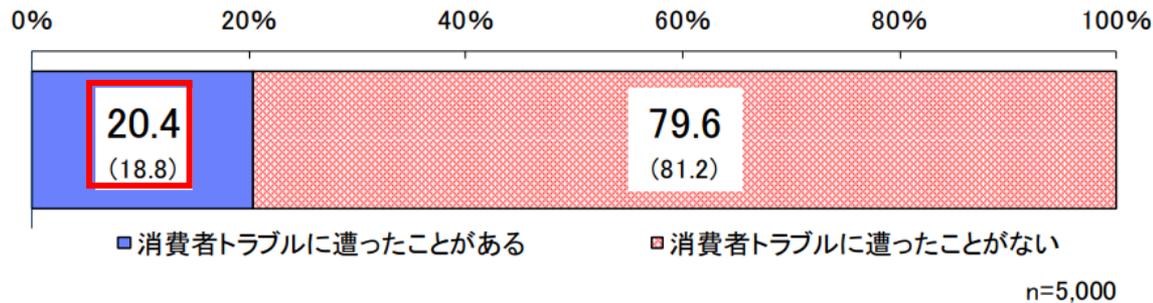


(出所) 消費者庁「令和5年度第4回消費生活意識調査」令和5年12月実施

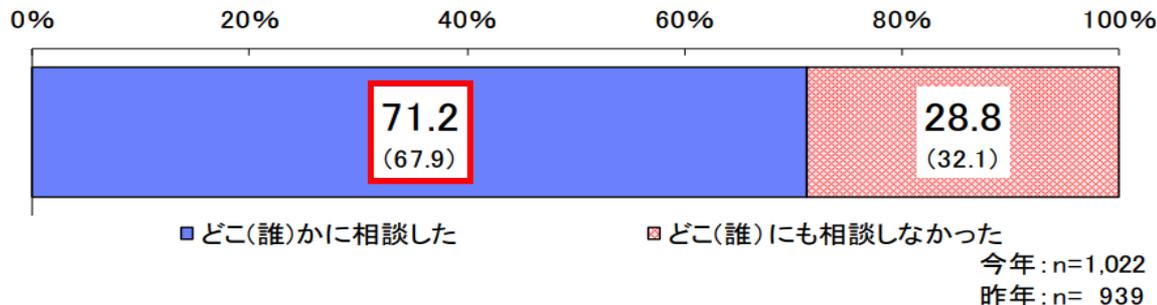
消費者の意識・取組状況

- 過去1年間に実際に消費者トラブルに遭ったことがあると回答した人は**20.4%**(1,022人)
- 具体的なトラブルの内容として、「商品の機能・品質やサービスの質が期待より大きく劣っていた」と回答した人の割合が39.4%と最も高くなった。次いで「表示・広告と実際の商品・サービスの内容が大きく違っていた」と回答した割合が23.2%。「けが、病気をするなど、安全性や衛生面に問題があった」が19.8%
- 消費者トラブルに遭ったと回答した人(1,022人)のうち、どこ(誰)かに相談した人は**71.2%**
- 相談先は、「地方自治体の消費生活センター・相談窓口」と回答した人の割合が30.4%と最も高く、次いで「国民生活センター」が27.3%、「商品・サービスの勧誘や販売を行う販売店や代理店等」が26.5%

【過去1年間に消費者トラブルに遭った人の割合】



【消費者トラブルに遭った際に相談した人の割合】



(出所) 消費者庁「令和5年度第4回消費生活意識調査」令和5年12月実施

消費者の意識・取組状況

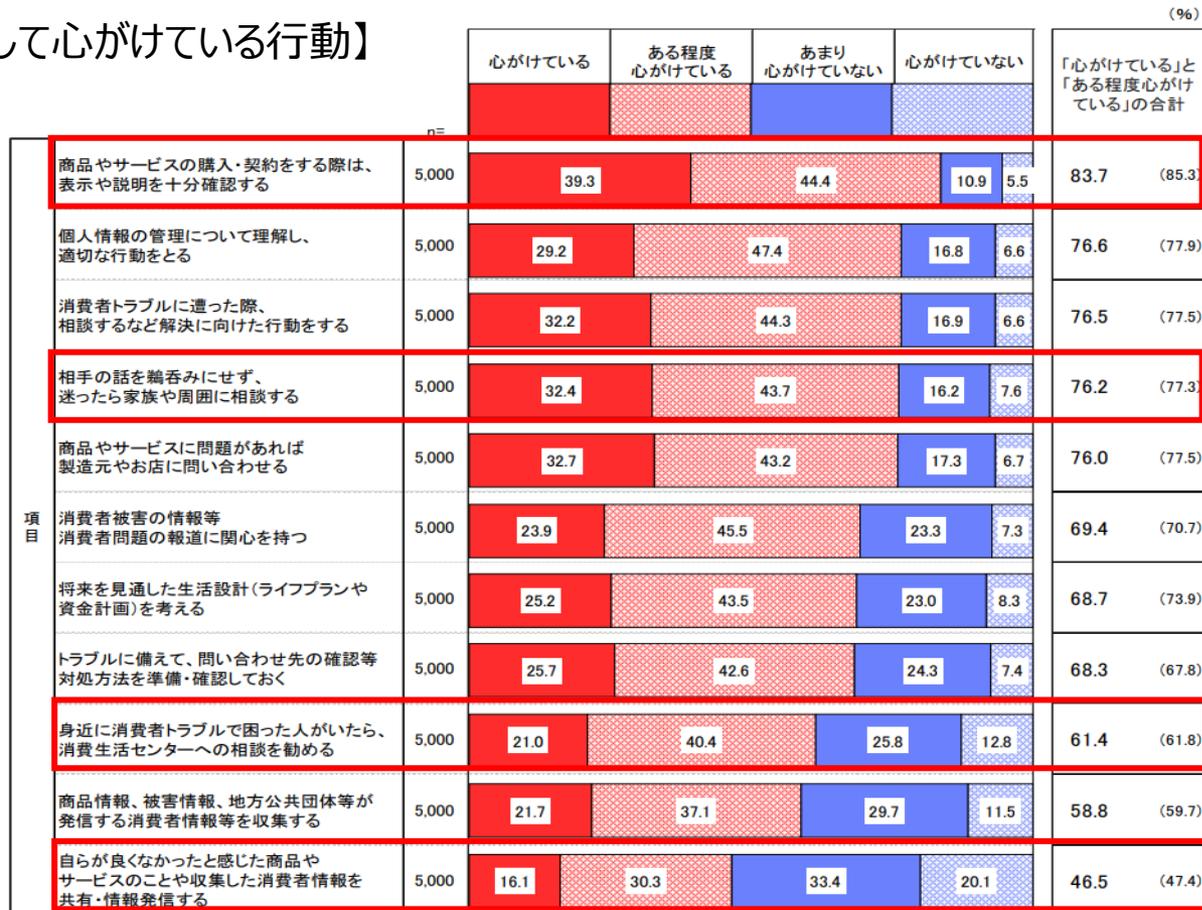
○被害の未然防止のための行動ができる消費者の割合**46.6%**

(「商品やサービスの購入・契約をする際は、表示や説明を十分確認する」、「相手の話を鵜呑みにせず、迷ったら家族や周囲に相談する」の少なくともいずれか一方を「心がけている」と回答した人の割合より)

○被害防止のために周囲に働きかけできる消費者の割合**24.1%**

(「自らが良くなかったと感じた商品やサービスのことや収集した消費者情報を共有・情報発信する」、「身近に消費者トラブルで困った人がいたら、消費生活センターへの相談を勧める」の少なくともいずれか一方を「心がけている」と回答した人の割合より)

【消費者として心がけている行動】



(出所) 消費者庁「令和5年度第4回消費生活意識調査」令和5年12月実施

消費者教育ポータルサイトでの教材・取組等の周知

学校や地域等において消費者教育を実践するために役立つ教材、取組事例、講師派遣を行う団体、注意喚起チラシ等の情報を収集し、提供する消費者庁のウェブサイト。 地方公共団体や関係団体等が作成した教材等も登録・発信できます。

消費者教育ポータルサイト



楽しみながらデジタル社会を学ぶ —メルカリの消費者教育—



検索で用いたスライド

【1.キャッシュレス決済の便利なところ(利用者の視点)】



書店を訪問したグループの発表



教材を探す

登録されている消費者教育に関する教材を検索できます。

取組事例を見る

教材を利用した消費者教育実践事例や、消費者教育コーディネーター等の各種取組事例をご紹介します。

講師を探す (団体情報バンク)

職員等を講師として派遣する活動をしている団体をご紹介します。学校や地域の団体、サークル等で学習会や研修会への講師を探す際に活用できます。

注意喚起チラシを探す

国や地方公共団体、各種団体が発行している注意喚起用のチラシをご紹介します。

東京弁護士会	弁護士	<p>①消費者被害とは何か、なぜ起きるのか、消費者被害の実態について学びます。</p> <p>②被害者にならないようにするだけでなく、加害者側にならないための心構えを学びます。</p> <p>③特に成年年齢下げに伴い若年者の消費者被害の増加が懸念されるため、若年者の消費者被害の実態や対策について学びます。</p> <p>④消費者被害のない社会をつくるために消費者ひとりひとりができることを考えます。</p>	<p>実際に身近で発生している様々な消費者被害(不当請求、マルチ商法、キャッシュレス、インターネットを利用した最新の消費者被害等)を題材とします。</p> <p>「消費者市民社会」の理念に従い、単に被害を防止するのみではなく、被害者を作らず、加害者にならない社会を、消費者ひとりひとり対どのように構築していくのかという観点から授業を行います。</p> <p>具体的には、典型的な悪質商法や近年増加している最新消費者被害の実例を紹介するほか、被害者・加害者にならないための予防方法や心構え、消費者市民社会の理念と私たち消費者一人一人ができること、といった教材をご用意に取り上げます。そのほか、弁護士の仕事や弁護士に対する質問などにも適宜お答えしています。</p>	03-3581-2206 ogasawaray@to ben.or.jp	詳細
--------	-----	--	--	--	----



<https://www.kportal.caa.go.jp>

「若者を狙った投資勧誘に注意!」

見守り新鮮情報 第445号 (障がいのある方も気を付けて! SNSで副業トラブル)

見抜く力 断る勇気を! 【若年者向け】啓発チラシ 「気を付けて!悪質商法」