

消費者教育推進会議

地域における消費者教育の推進に向けた 地域ネットワークの構築・強化に関する分科会

～取りまとめの要点～

1.本分科会の趣旨及び地域ネットワーク構築・強化に関する取組の現状と課題

(取りまとめ第1・第3関係)

◆本分科会の趣旨

- 消費者教育は、全世代を対象として、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を切れ目なく身に付けることを目的として体系的に実施されるべきもの
 - デジタル技術の飛躍など消費者の取引環境の急激な変化により消費者は世代・生活環境等にかかわらず誰もが多様な脆弱性を有する
⇒「消費者力」の育成・強化を図る消費者教育に求められる役割は大きく拡大
 - 消費者教育で取り扱うべき分野は多岐にわたる
- 地域における教育資源を積極的かつ有効に活用するための地域ネットワークの構築・強化に関し、必要な方策を検討

◆各地における取組の現状と課題

把握した事実

- 消費者教育コーディネーターは全都道府県・政令市に配置済み（計342名）。
- 地方公共団体へのアンケート調査によると、
 - 多くの地方公共団体で、実践的な教育を実施する学校を増やすための取組（出前授業、教材提供、教職員向け研修等）、幅広い年齢層に向けた出前講座等を実施。
 - 消費者教育コーディネーターは教育委員会との調整や地域の福祉関係者への講座の周知等に従事。ただし、能動的に新規申込みやニーズ発掘につなげる活動は道半ばという問題意識も存在。
 - 対外的な説明や活動の際に消費者教育コーディネーターと名乗っている地方公共団体は限定的。
- 地方公共団体のヒアリングでは、消費者教育を地域ネットワークの中で継続的に機能する仕組みへ発展させる視点、その推進力がコーディネーター機能である点が見出された。

現状の評価と課題

- 学校現場と消費生活センター等との連携は相当程度進展（成年年齢引下げ等を背景とする国からの繰り返しのメッセージ発信が追い風に）。学校以外のライフステージ・属性に対する取組は、アプローチする対象の絞り込みが難しいことなどから、地方公共団体にとっての取組みづらさやハードルが存在。
- 消費者教育コーディネーターと名乗らずに活動している・本来的な役割を意識した活動にはつながっていない地方公共団体が多く存在。地域の消費者教育に対する潜在的なニーズを可視化するため、消費者教育の必要性について気づきを促すプッシュ型の働き掛けが重要。
- 受講者のニーズを的確に把握し、ニーズを引き出す、オーダーメイド型の講座内容の企画や講師の調整も、コーディネーター機能の重要な要素。
- 消費者教育の推進を本来的な役割としていない主体には、実感に伴う形でその意義を共有し、各主体が自分事として取り組む循環型の連携体制を構築することが望まれる。

2. 今後の取組において重要な視点と各主体の取組の方向性

(取りまとめ第3・第5関係)

◆地域ネットワークの構築・強化を図る際の重要な視点

- 消費者教育の機会を生み出すためには、プッシュ型の働き掛けを通じて地域の教育資源を俯瞰的に整理・発掘し、課題の優先度や解決の方向性を見極めながら、必要な関係主体を連携させ統合していく企画調整機能が必要であること、また、これを担うのが消費者教育コーディネーターであることについて、消費者教育の推進に取り組む主体が共通認識を持つこと
- 地域に存在する教育資源を見出し、つなぐ際には、関係する主体それぞれにとってのメリットを生み出し、それを言語化することで、Win-Winの関係を作り出し、自走する仕組みへと高めていくこと
- 持続的な連携関係を構築するため、具体的な事業の実施を通じて消費者教育の意義と重要性を共有するとともに、小さな成功体験を積み重ね、「連携」から「協働」へと発展させていくこと

◆今後の取組の方向性

国

消費者教育コーディネーターの役割発揮に向け、後方支援となる追い風を作ること。消費者教育の意義や重要性を繰り返し発信・周知し、消費者教育コーディネーターの実務に資する支援を充実させること。

(支援策の具体例)

- ・ 消費者教育コーディネーターの意義・重要性について認知を広げるための活動手引き等の作成・共有、外向けに名乗りやすい肩書とする仕組みの創設
- ・ コーディネート手法についての講習会・相互交流の場の確保
- ・ 個別アドバイスが得られる仕組み作り
- ・ 先進的事例の横展開
- ・ 連携先や担い手、講座テーマ、教材等の情報整理
- ・ 全国版ネットワークの構築・強化と地域への情報提供
- ・ 地方消費者行政強化交付金の活用を通じた取組への支援

地方公共団体

消費者の生活環境・地域の潜在的な教育資源等を最もよく知る立場として、消費生活センターを推進拠点としてコーディネート機能を発揮する体制を整備し、消費者教育の推進に係る全体像を描くこと。

(具体的な取組)

- ・ コーディネート機能を高める工夫を意識し、実践
- ・ 消費者教育推進計画に消費者教育コーディネーターを位置付ける
- ・ 行政職員が消費者教育コーディネーターと伴走して企画立案する体制を明確化
- ・ 消費者安全確保地域協議会が構築した参加団体・関係機関とのつながりを活用
- ・ 都道府県は管内の消費者教育コーディネーターの活動状況を把握し、積極連携
- ・ 多角的な指標を用いて消費者教育コーディネーターの成果を可視化

その他の主体

金融経済教育に取り組む主体（金融機関等）や、消費者安全確保地域協議会の関係者等には、消費者教育の「場」や「担い手」の拡大への積極的な関与を期待。

■「消費者教育コーディネーター」の定義

⇒ 消費者教育の推進に関する基本的な方針（平成25年6月28日閣議決定（令和5年3月28日最終変更））【抜粋】
「消費者教育を担う多様な関係者や場をつなぐため、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担う者」

■消費者教育推進会議「地域連携小委員会」 取りまとめ

➤ 消費者教育コーディネーターには、①消費者教育を広める（魅力的な講座等の企画・立案・説得）、②消費者教育の実施を働き掛ける、③消費者教育の関係者をつなぐ、という役割が期待されることを明示。

■消費者教育推進会議「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」 取りまとめ

➤ 消費者教育を担う多様な関係者による連携体制を構築し、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ことが、コーディネート到達点と指摘。
➤ その上で、地方公共団体（行政）は、域内で実施すべき事業の内容や、そのために消費者教育がどのように関係主体との連携関係を構築していくかについて戦略的に企画・立案するとともに、実現に向けた総合的な調整をすべきと指摘。

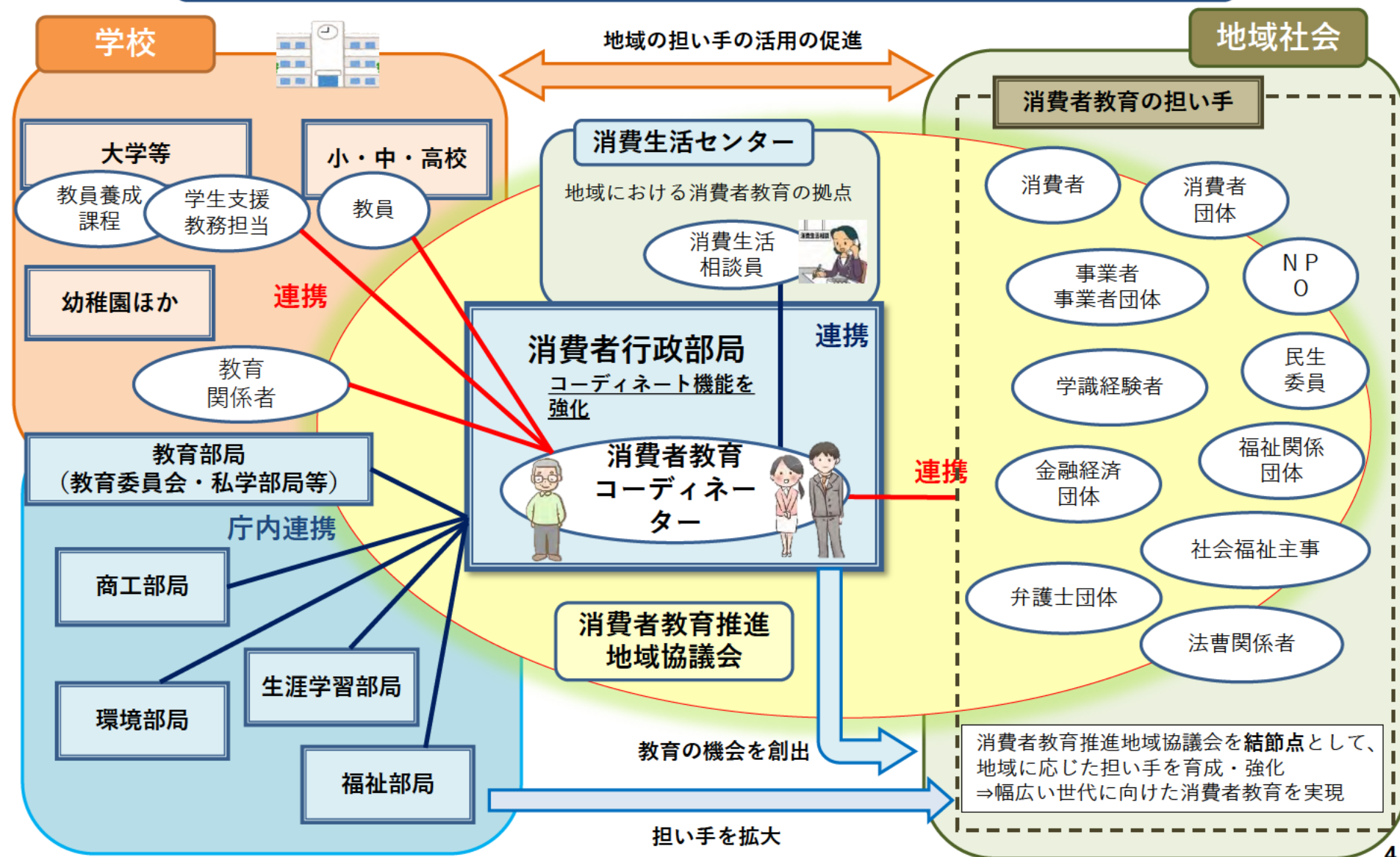
具体的な業務内容

〔各地における育成・配置と消費者教育コーディネーター自身の活動のしやすさに資するよう、本分科会では、抽象的な概念にとどまらない、具体的な業務内容を提示〕

- 基礎自治体では、消費者教育の対象とすべき住民が集まる場所や教育を展開し得る場を把握すること
- 都道府県では、基礎自治体の部局や消費者教育コーディネーターと連携し、各地域の教育資源の把握や実施方針の検討、担い手養成等、広域的な見地からの支援に取り組むこと
- 届きにくい層に効果的にアプローチするための連携先を整理し、関係機関と相乗的に取組を推進すること
- 積極的に消費者教育コーディネーターを名乗り、地域の様々な場において中心的な役割をになっているキーパーソンとの信頼関係を構築するとともに、様々な場面で、消費者教育の意義と重要性を説明して回ること
- 出前講座をツールとしてプッシュ型の働き掛けをして講座を生み出すとともに、魅力的な講座内容・講師の企画を試みること
- 出前講座やイベントの開催、教育教材の作成等に当たって、関係し得る取組を推進している他の部局や組織を巻き込み、アプローチできる場や消費者の拡大と担い手の確保につなげること
- 個別事業等によりできた個人・組織とのつながりを、その場限りにせず、定期的な情報共有等を通じてそのつながりを継続的なものとするとともに、「連携」から「協働」へと発展させていくこと

【参考①】地域における消費者教育の推進体制(イメージ)

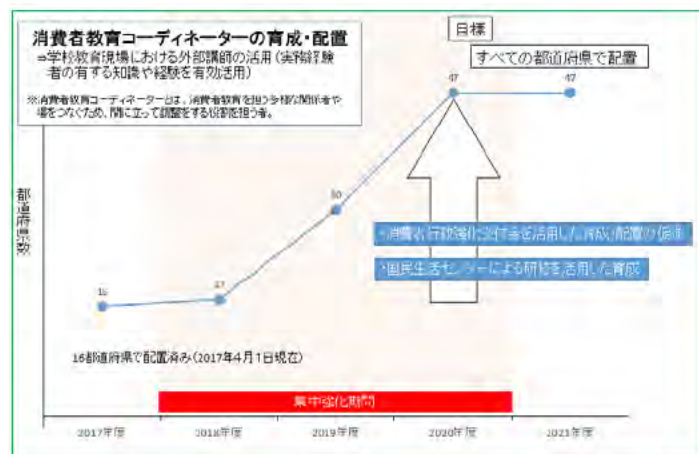
地域ごとに、多様な担い手が連携して、様々な機会を捉えて、消費者教育を実施



○消費者教育コーディネーターの配置状況（推移）

- 令和5年4月に、全都道府県で配置されたことを確認
- 令和7年4月1日時点の配置状況が以下のとおり

※グラフは「若年者への消費者教育の推進に関するアクション
プログラム（平成30年2月20日若年者への消費者教育の推進に
関する4省庁関係局長連絡会議決定）」参考1を引用



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 13/62中核市において配置済

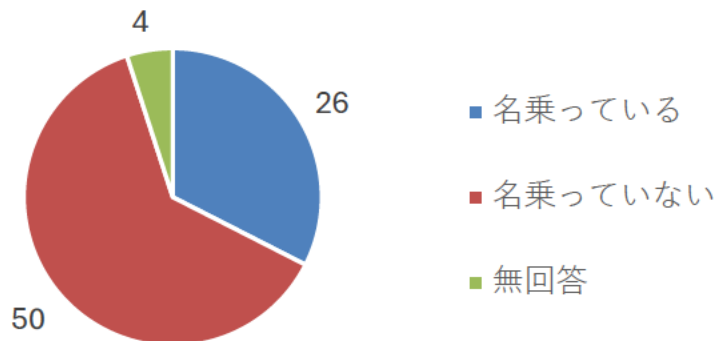
【人数】	都道府県	96人
	政令市	38人
	市区町村	208人
	計	342人

【採用形態】	定数内職員	192人
	定数外職員	134人
	委託先職員	13人
	その他	3人

【本職】	行政職員	195人
（前職を含む）	消費生活相談員	97人
	教員、元教員等	21人
	その他	29人

○対外的な説明・活動において「消費者教育コーディネーター」と名乗っているか

(取りまとめ第3 (2) 関連)



消費者教育コーディネーターを設置している地方公共団体
(47都道府県、20政令市、13中核市) 中、

- ・「名乗っている」地方公共団体が26
- ・「名乗っていない」地方公共団体が50
- ・ 無回答が4