資料３

第７期消費者教育推進会議検討スケジュール（案）

日　程	審議事項等
令和７年 12 月４日	（第 43 回） ・会長選出等 ・今期の消費者教育推進会議の検討スケジュール（案） ・消費者教育の取組の現状と課題（報告） ・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（仮称）について
令和８年 ７月 24 日	（第 44 回）地域ネットワークの構築・強化に関する方策について ・地域ネットワークの構築・強化に関する分科会の取りまとめ（報告）
令和８年 11 月４日	（第 45 回）消費者教育コンテンツのアクセス改善について ・消費者教育教材・コンテンツへのアクセス改善に向けた方策
令和９年 ２～３月（P）	（第 46 回）消費者教育コンテンツのアクセス改善について ・消費者教育教材・コンテンツへのアクセス改善に向けた方策② ・令和８年度事業の報告（消費者力、職域等）
令和９年 ６月（P）	（第 47 回）第７期会議における課題 ・第７期推進会議での課題 ・第８期で検討すべき課題の整理
令和９年９月 （P）	（第 48 回）第７期推進会議取りまとめ

（別紙）

第６期消費者教育推進会議における審議の概要等及び今後の消費者教育推進会議における検討課題について（抜粋）

１．第６期推進会議における議論

（略）

２．今後取り組むべき課題及び次期推進会議における検討事項

第６期の推進会議においては、基本方針も踏まえ、消費者を起点として社会課題に対応するという意識の高まりや急速なデジタル化の進展といった社会情勢の変化に対応しつつ、消費者教育の取組の体系的な推進を図るための方策について、議論を行った。この議論を踏まえ、消費者庁においては、第７期以降も関係省庁と連携し、以下の取組を進めることが期待される。

（１） 消費者市民としての行動の実践につながる取組の充実

消費者市民社会の実現に向けては、消費者教育によって学びを得た消費者が、その「学び」を、エシカル消費やグリーン志向消費といった実現手段により「実践」につなげていくことが重要であり、そのための環境づくり・後押しに取り組むこと。

（２） 職域における消費者教育の更なる推進

職域における消費者教育は、体系的な取組がされにくい世代の消費者に対する消費者教育として非常に意義深く、また、地域ネットワークの 強化に資する取組である。しかしながら、現状は、更なる充実が求められる状況であることから、まずは、事業者にとってのメリットが実感できる形での取組事例の創出を図ること。

（３） 「消費者力」の育成・強化

デジタル化の進展等を始めとした消費者を取り巻く環境の急速な変化の中にあって、消費者は、大量の情報に対する批判的思考力を持ち、 適切なリテラシーやモラルを身につけるとともに、公正で健全な市場への参加者という自覚に基づく行動を選択することが求められている。こうした状況を受けて、「消費者力」の重要性が顕在化していることを踏まえ、その概念の深化・拡充を図り、「消費者力」の底上げを図るための取組を実施すること。

その上で、第７期推進会議においては、第６期推進会議において検討課題とされた以下の論点について議論を深めていくことが期待される。

（１） 地域ネットワークの構築・強化に関する方策

地域における教育資源を積極的かつ有効に活用することを通じ、あらゆるライフステージの多様な消費者への消費者教育の機会の創出・充実に向けて、地域ネットワークの構築・強化に関する方策について検討すること。具体的には、各地域において、消費者教育コーディネーターが十分に役割を発揮し、金融、情報、エシカル消費（グリーン志向消費を含む）等の様々な領域を視野に、「場」の創出や「担い手」の育成・活用を行い得る団体や既存ネットワーク等との連携関係

を強化することができるよう、現状の把握や課題の抽出、対応策の検証等を行う。

（２） 消費者教育教材・コンテンツへのアクセス改善に向けた方策

現状、国や地方自治体、事業者や民間団体等が作成した実用的な教材が教育現場において十分に共有･活用されていないという課題がある。消費者教育の場の創出をし得る団体等や担い手（担い手になり得る他領域の人材も含む。）が教材にアクセスし、適切な教材・コンテンツを選択・活用することが容易になれば、教育の機会の創出や内容の更なる充実につながるものと考えられることから、教材・コンテンツ（取組事例や成功事例の情報）へのアクセス改善を図るための方策を検討する。