

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

令和元年 7 月

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

目次

第1	はじめに	- 1 -
第2	地域における消費者教育の充実に向けた連携と消費者教育コーディネーターの役割....	- 2 -
1	消費者教育コーディネーターの定義	- 2 -
2	消費者教育を担う多様な関係者や場をつなぐ必要性.....	- 5 -
3	消費者教育コーディネーターの必要性和具体的な役割	- 6 -
第3	地域における消費者教育コーディネーターの配置と活用について	- 6 -
1	本分科会において実施したヒアリングの概要（具体的な活用事例）	- 6 -
2	消費者教育コーディネーター配置のケースの提示	- 10 -
第4	今後の消費者教育コーディネーターの活用の在り方.....	- 11 -
第5	地方公共団体におけるコーディネート機能の強化に関する提言	- 14 -
第6	おわりに	- 15 -

【別紙1】 地域における多様な主体の連携による消費者教育の取組の例

（平成30年度全国消費者フォーラムにおいて報告された事例から抜粋）

【別紙2】 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 委員名簿

【別紙3】 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 開催状況

【参考資料1】 都道府県及び政令市において配置する消費者教育コーディネーターの現状について

【参考資料2】 消費者教育・啓発・広報事業等一覧（消費者教育コーディネーター設置都道府県・政令市）

【参考資料3】 都道府県及び政令市における消費者教育推進地域協議会の設置状況及び概要

【参考資料4】 消費生活センター等の他機関との連携により実施している大学等における講義・ゼミでの消費者教育の事例

【参考資料5】 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について（趣旨紙）

第1 はじめに

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（以下「本分科会」という。）は、平成31年1月、消費者教育推進会議の下に、消費者の特性に配慮した体系的な消費者教育の推進に関し、その実現に向けた検討を行うことを目的に設けられた。

この「消費者の特性に配慮した体系的な消費者教育の推進」は、平成30年3月に、消費者教育の推進に関する法律（平成24年法律第61号。以下「消費者教育推進法」という。）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」（平成25年6月閣議決定。以下「基本方針」という。）を変更するに当たり、重点的に取り組むことが求められる喫緊の具体的な課題として掲げられた「当面の重点事項」の一つである。

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、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。このことは消費者教育推進法において、基本理念として明示されており（消費者教育推進法第3条第3項）、各地で消費者教育の取組が進められてきた。しかし、地域における消費者教育の充実度には、いまなお格差がみられることから、今後は、特定の地域における先進的な取組を手掛かりに、全国で普遍的に広げていくための仕組み（方法）の充実・強化が求められるとの認識から、基本方針の変更に当たって、これを当面の重点事項として掲げたものである¹。

このように、全国どの地域においても、多様な主体による連携・協働体制を構築し、その体制の下で効果的な実践の場の創出を実現するための方策として、基本方針には、「消費生活センターの拠点化」、「消費者教育コーディネーターの育成・配置」、「消費者教育推進地域協議会の実効的な活用」などが課題として挙げられており、あらゆる方向性からの複層的な取組が必要であることが見てとれる。

そこで、第24回消費者教育推進会議（平成31年1月21日開催）では、事務局である消費者庁から、地域における消費者教育の推進状況や、その基礎となっている連携体制を概観するための資料が提示された²。委員からは、比較的初期から消費者教

¹ 基本方針の変更に向け、変更案について消費者教育推進会議における意見聴取が行われた際も、同会議委員から、変更後の基本方針に基づく取組の進め方について、以下のような意見が寄せられている（第22回消費者教育推進会議（平成30年2月28日開催））。

- ・消費者教育の推進に関する法律の施行から約5年が経過し、その間、消費者教育の場は充実をみせている。しかし、今後は、意欲ある取組が「点」として存在するのではなく、その事例についての情報が全国に展開され、「面」として消費者教育が進むことが重要である。
- ・今後は、全国において、教育委員会や学校と消費者行政部局との連携を推進することや、地域ごとの消費者教育の充実度の格差を埋めることが必要である。

² 参考資料1から4までを参照。消費者教育コーディネーターを配置している都道府県及び政令市における、消費者教育コーディネーターの活動内容や、消費者教育関連事業の実施状況を示し

育コーディネーターとして先駆的に活動している例はある³ものの、それが広がっていないのは、消費者教育コーディネーターの定義や位置付け、役割がまだまだ明確になっていないからではないか等の指摘がなされた。

これを踏まえ、本分科会においては、まずは「多様な関係者や場をつなぐ」ための調整を行うものとして期待されている消費者教育コーディネーターを取り上げ、検討を行うこととした。

第2 地域における消費者教育の充実に向けた連携と消費者教育コーディネーターの役割

1 消費者教育コーディネーターの定義

「消費者教育コーディネーター」については、基本方針において、その定義が示されており、具体的には、「消費者教育を担う多様な関係者や場をつなぐため…間に立って調整をする役割を担う者」とされている。また、第二期消費者教育推進会議取りまとめ（平成29年6月）では、引き続き検討を行っていく必要のある事項として消費者教育コーディネーターの育成を挙げるとともに、「コーディネーターは、地域において消費者教育を担う様々な人材（行政職員、消費生活相談員、教育関係者、福祉関係者、消費者団体、事業者等）が有機的に活動できるようにそれらの人材をつないだり、調整したりする役割を担うものである。」としている。

これは、消費者教育コーディネーターという職に就いた者が果たすことが期待されている機能を示したものであり、消費者教育コーディネーターを務めるに当たって予め備えていることが望まれる資質⁴や要件を示したのではない。

すなわち、「消費者教育を担う多様な関係者や場をつなぐ」という目標を達成するために連携・協働すべき「多様な主体」や「多様な関係者」、また、積極的に活用すべき担い手などの「地域の教育資源」や、充実すべき「多様な消費者教育の機会」は、地域により異なり、網羅的な定義を設けることはできないことから、あえて詳細な規定をせず、「間に立って調整をする」という役割のみを示したもの

ているほか、消費者教育推進地域協議会の概要などを取りまとめている。いずれも、会議終了後、消費者庁ウェブサイトに掲載することにより、公表・情報提供を行っている。

³ 第一期消費者教育推進会議第7回地域連携促進小委員会（平成26年12月16日開催）では、消費者教育コーディネーターを置いた地域の先駆的な活動として、岡山県の例をヒアリングしている。

⁴ 「資質」について、地域連携推進小委員会取りまとめ（平成27年3月）においては、①消費者教育を広める、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、の三点を掲げているが、これらは「資質」というよりも、当該取りまとめにもあるとおり「コーディネーターの主な実務」として提示されたものである。

https://www.caa.go.jp/policies/council/cepc/meeting_materials_1/pdf/150723_torimatome.pdf (164 ページ参照)

である。

他方で、近年、成年年齢引下げを見据え、学校における消費者教育の充実に向けて、消費者教育コーディネーターの育成・配置が重要であることについての認識が高まっていることを踏まえ⁵、「多様な関係者や場をつなぐ」とは具体的にどのような業務か、その業務をどのような人物に担わせればよいのか、つまり、消費者教育を担う多様な関係者や場をつなぐための調整ができる資質を有する者とは誰か、という点について、検討課題とされることが多い。

この点について、消費者教育推進会議の下で開催した「若年者の消費者教育分科会」の取りまとめ(平成30年6月)においては、以下のとおり考えが示された。

若年者の消費者教育分科会 取りまとめ

第4 教員による消費者教育の指導力向上に係る提言及び方策について

(省略)

【教員による消費者教育の指導力向上に係る具体的な方策】

1～3 (省略)

4 提言3⁶に係る方策

消費者教育コーディネーター(以下「コーディネーター」という。)の育成と活用を推進するために、コーディネーターの役割、求められる人材、身分及び業務遂行のための環境整備に係る方策について概要を述べる。

(1) コーディネーターの役割、求められる人材及び身分

コーディネーターの役割は、教育現場等と外部人材をつなぐための調整を行う点にある⁷。具体的には、

- ア 教職課程を有する大学の需要に応じた外部人材の紹介及びその調整
- イ 免許状更新講習を開設する大学や教員研修を実施する都道府県教育委員会等の需要に応じた外部人材の紹介及びその調整
- ウ 高等学校及び中学校の教育現場における外部人材の紹介及びその調整並びに消費者教育に係る授業案(学習指導案)の作成支援

⁵ 「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(2018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)において、「2018年度から2020年度の3年間を集中強化期間」として推進する取組として、「実務経験者の学校教育現場での活用」が掲げられ、その実現のため、消費者教育コーディネーターを育成し、都道府県等への配置を促進することとされた。また、これらの重要性については、国会においても度々指摘されているところである(平成30年3月23日参議院・文教科学委員会、平成30年5月17日衆議院・消費者問題に関する特別委員会など)。

⁶ 外部人材等の活用及び育成

⁷ この取りまとめにおいては、「コーディネーターの活動領域は学校に限定されるものではなく地域における消費者教育の推進にも重要な役割を果たすと考えられるが、本報告書においては、学校における消費者教育に関連するコーディネーターの活動を中心に記載する。」と付言されている。

エ 外部人材の探索及び人材バンクへの情報提供
などを行うことが求められる。

以上の役割を担うコーディネーターに適した人材としては、消費者教育の内容を理解するとともに、講座等の実施主体である大学や教育委員会と連携し、高等学校及び中学校の教育の実情にも精通していることが必要である。

短期的には、消費者教育に関心がある元教員、消費生活相談員や教育行政機関での従事経験を有する公務員（元公務員）が想定される。長期的には、同一の地方公共団体内で、消費者行政部局と教育委員会との人事交流を行うなどして、行政組織内にコーディネーターを活用できる者を育成するとともに、専門職としてのコーディネーターを育成することが期待される。

これらの者が中心になり、消費生活相談員、弁護士及び司法書士等の法曹、消費者団体等での活動経験を有する者、企業人などの外部人材を紹介及びその調整を行い教育現場等を支援する体制を整備することが望ましいと考えられる。

この「若年者の消費者教育分科会」の取りまとめは、学校における消費者教育に関連するコーディネーターの活動を中心に記載したものである。まず、消費者教育コーディネーターに期待される役割の一つである「学校教育現場と外部人材をつなぐための調整を行うこと」の具体的内容を示した上で、典型的にその役割を担うことができると想定される人材として、元教員や行政経験者など、一定の知識・経験を有する者を例示している。

一方で、この取りまとめにおいても付言されているとおり、消費者教育コーディネーターの活動領域は学校に限定されるものではなく、地域における消費者教育の推進にも重要な役割を果たすことが求められている。むしろ、学校に身を置く世代以外の層、つまり、一般的には消費者教育の機会の確保が難しいライフステージにある消費者に対しても、生涯を通じた切れ目のない消費者教育の機会が提供されるためには、この領域において消費者教育コーディネーターが調整機能を発揮することへの期待が高い。

しかし、「若年者の消費者教育分科会」における提言のように、地域という活動領域における消費者教育コーディネーターについても、その役割の具体的内容と、それを担うことができると想定される人材の例を示すことは、難しい。

学校教育における消費者教育は、児童生徒の発達の段階に応じて、学習指導要領に基づいて実施されており、これらの担い手は、主に教員であることが明らかである。一方で、地域における消費者教育については、教育の受け手が幅広く、対象に応じた方法や内容の工夫が必要であることや、消費者教育の場や担い手も多様であることから、どの地域でも妥当し得るような具体的業務を設定すること

は難しい⁸。

したがって、消費者教育コーディネーターに求められる役割については、体系的な消費者教育の推進のために「多様な関係者や場をつなぐ」という機能を担うことが求められる趣旨を出発点に、具体的事例における成果などを参考にしつつ導き出す必要がある。

2 消費者教育を担う多様な関係者や場をつなぐ必要性

消費者教育コーディネーターが実現することが期待されている「多様な関係者や場をつなぐ」ということが、地域における消費者教育の充実に当たり、なぜ必要とされるのかを、改めて概観する。

消費者教育推進法及び基本方針にも示されているとおり、誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で、幼児期から高齢期までの各段階に応じた消費者教育を受ける機会が提供される必要がある。特に、社会人、高齢者等の、学校に身を置いておらず、体系的な消費者教育の機会の確保が難しいライフステージにある消費者に対しても、生涯を通じた切れ目のない消費者教育の機会が提供されることが重要である。

しかし、消費者を取り巻く環境の中には、「消費者教育を実施すべき（実施し得る）場」や、「誰が担い手となるべき（なり得る）か」が、必ずしも明確化されていない。また、消費者の特性は「年齢」だけではなく、社会経験の多寡や障害の有無など様々であって、あらゆる消費者に対して一律に効果的な手法を見いだすことは容易ではない。

それでもなお、体系的な消費者教育を実現するためには、地域ごとに、様々な機会を捉えて消費者教育を実施する必要がある。そのためには、消費者行政に携わる人だけではなく、消費者教育の担い手となり得る多様な主体（行政機関の内部でも消費者行政以外の福祉、生涯学習、環境、商工業等の部局、さらには地域における地域包括支援センター、公民館、老人会、町内会、PTA、NPO、消費者団体、事業者、事業者団体など）が、連携・協働することが必要である。

実際に、地域における多様な主体が連携することにより、消費者教育の実践の場を創出した事例⁹をみると、消費者教育を担う多様な関係者や場がつながるこ

⁸ ただし、学校教育における学習指導要領に当たるものはないものの、地域における消費者教育の内容は、日々寄せられる消費生活相談の情報から抽出されることが有効であるといえ、一般的には消費者教育コーディネーターが消費生活相談情報を把握するといった業務はどの地域でも妥当し得る。

⁹ 例えば、平成31年2月に、独立行政法人国民生活センターの主催により開催された、「平成30年度全国消費者フォーラム」の第3分科会「地域における多様な主体の連携による消費者教育の取組み」において紹介された事例など。詳細については、本取りまとめ別紙を参照。

とにより、幅広い世代に向けた消費者教育が実現できるということが改めて確認できる。

なお、消費生活に関する知識を有し、自らが消費者教育の担い手となり得る者と、消費者教育の実践の場をつなぐ手段や情報を有する者とは、必ずしも一致しない場合がある。また、担い手となり得る多様な主体の中には自らが担い手になり得ることを認識していない場合もある。このような自覚のない消費者教育の担い手とも連携することにより、多様な取組を実施することが可能となる。

3 消費者教育コーディネーターの必要性と具体的な役割

このように、多様な主体が連携・協働する体制の構築は、自然発生的に行い得るものではなく、これらを意図的かつ戦略的に結び付ける、コーディネートする役割を担う者が必要¹⁰、という考えに基づき、既に基本方針において消費者教育コーディネーターの育成・配置の必要性が指摘されている。

消費者教育コーディネーターに求められる役割とは、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である。これこそが、「多様な関係者や場をつなぐ」というコーディネートの到達点である。

また、消費者教育コーディネーターが「つなぐ」ことを期待されている「多様な関係者」とは、消費者教育に従来から関わってきた者以外も含む幅広い主体であることからすると、消費者問題の構造や、体系的な消費者教育の意義や消費者教育により身に付けるべき力、また、消費者教育を受ける対象に応じて実施すべき消費者教育の内容の具体的なイメージ等を理解している者が、消費者教育コーディネーターとして、能動的に連携体制の構築に取り組む必要がある。

第3 地域における消費者教育コーディネーターの配置と活用について

1 本分科会において実施したヒアリングの概要（具体的な活用事例）

前記第2の3を踏まえ、各地域において消費者教育コーディネーターを一つの役職として位置付け、育成・配置につなげるために、既に先進的な地域において、コーディネート業務を担うことを期待されて配置されている消費者教育コーディネーターの具体的な業務の内容が示されることは有益である。

¹⁰ 例えば、本取りまとめ別紙で取り上げた事例1及び2においては、消費者教育の実施を依頼した海南市社会福祉協議会の家計相談事業担当者や、京都府山城広域振興局の商工労働観光室において消費者教育を担当している消費生活相談員が、実施すべき消費者教育の具体的なイメージを描いた上で、その実現のために連携することが必要な主体（県金融広報委員会と学童保育所、大学生と幼稚園など）に働き掛け、協働によりそれらを実現している。そのほかにも多数の実践例はあり、そのような情報を各地で共有する意義は高い。

そこで、本分科会では、「消費者教育コーディネーター」を配置している都道府県に対するヒアリングを実施し、

- ・ 当該「消費者教育コーディネーター」が担っている業務
- ・ 「消費者教育コーディネーター」が業務に当たることにより、どのような地域における連携体制が構築され、その体制の下にどのような消費者教育の場が生み出されているか

を把握することとした。

さらに、本分科会では、消費者教育の支援を専門的に行っている公益財団法人消費者教育支援センターに対して、消費者教育コーディネーターの在り方や具体例等についてのヒアリングも行った。

ヒアリングに当たっては、第 24 回消費者教育推進会議において事務局から提示した資料を基に¹¹、各地方公共団体において配置している消費者教育コーディネーターの元職（職歴）や採用の経緯、また、当該地方公共団体で実施している教育・啓発事業の中で消費者教育コーディネーターがどのような役割を担っているかといった特色を比較・考慮した上で、ヒアリング対象として山形県、島根県、大阪府を選定した¹²。

その結果は、以下のとおりである。

	山形県	島根県	大阪府
消費者教育 コーディネーターの名称、採用形	<ul style="list-style-type: none"> ・「消費者教育推進員」という名称で配置。 ・県内4の消費生活センターに各1名ずつ配置 	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者教育担当職員（※）がコーディネート業務を担当。 ※一般行政職正規職員。消 	<ul style="list-style-type: none"> ・公益財団法人関西消費者協会¹³啓発グループが、大阪府から業務委託¹⁴を受けて、コーディネート業務を

¹¹ 参考資料1を参照。この資料は、平成30年度地方消費者行政現況調査で、消費者教育コーディネーターの設置有りと回答した19府県及び13政令市を対象に、消費者庁において調査を実施し、作成したもの。同会議終了後、消費者庁ウェブサイトに掲載することにより、公表・情報提供を行っている。

¹² なお、今回はヒアリング対象とはしていないが、先に示した比較的初期から消費者教育コーディネーターを置いた岡山県においては、消費者教育コーディネーターを非常勤職員として配置しつつ活動を続けており、その活動実績を踏まえ、第二次消費者教育推進計画においては、消費者教育コーディネーターの役割を明示している。

「消費者教育コーディネーターは、消費者教育推進の要として、関係する人や情報・資源などを結び付け、多様な主体の連携・協働を促進することにより、地域の消費者教育をより良い方向に牽引する役割を担っています。」（第二次消費者教育推進計画から抜粋）

¹³ 以下「関消協」という。

¹⁴ 委託契約書の中では、「講師派遣啓発業務総合企画調整担当スタッフの配置」と記載し、啓発業務の総合企画、進捗管理、相談グループとの情報共有など、効果的な啓発の推進のための調整等を行う啓発業務総合企画調整担当スタッフを配置することとしている。

<p>態、元職等</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 非常勤嘱託職員（任期 3 年、再任による継続不可） ・ 【採用方法】 公募により採用。 募集時、資格や経験は不問としている。 ・ 【元職等】 元小学校教員（教頭）、元会社員、元地方公共団体理事職員、新卒者 	<p>費者教育担当通算 4 年。消費生活相談員、消費生活アドバイザー資格を保有。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 当該行政職員とは別に、消費生活相談員の中に高校家庭科教員経験者がおり、各学校での消費者教育の実施（実施に向けた働き掛けも含む）に関与。 	<p>担当。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 関消協啓発グループメンバーは、元高校家庭科教員や、消費生活アドバイザー、消費生活コンサルタント、消費生活専門相談員などの消費生活関連資格保有者等の計 8 名。 ・ プロポーザル方式で、3 年ごとの委託。 ・ 関消協は、消費生活相談業務も、府から受託している。
<p>業務内容 （各府県からの説明を基に記載）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 消費者教育を広める <ul style="list-style-type: none"> ・ 出前講座の実施（講師は、県センターの講座：相談員、その他センターの講座：推進員自身） ・ イベント・チラシ作成 ・ 消費生活サポーターの養成（現在 94 名を委嘱） ○ 消費者教育の実施を働き掛ける <ul style="list-style-type: none"> ・ 学校、公民館、老人会、町内会、PTA、消費者グループ等へ、出前講座開催について働き掛け ・ 対象者のニーズに合致した講座となるよう連絡・調整 ○ 消費者教育の関係者をつなぐ <ul style="list-style-type: none"> ・ 消費者教育の主体となり得る団体（消費者団体、企業、サポーター同士など）をつなぐ（具体的には研修の実 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 行政（正規）職員、嘱託職員、相談員が分担して消費者教育に関する業務を行っている。 ○ 行政職員の役割は、消費者教育の条件整備（消費者教育の提供体制を作る） ○ 嘱託職員・相談員の役割は、直接的な教育・啓発の実施。 ※外部連携調整については、それぞれの立場で実施（元職の人脈を活用するなど）。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 府として実施している啓発事業は、①若者向け教育・啓発、②高齢者被害対策・強化、③消費者行政強化事業、④啓発事業、⑤大阪市との府市連携啓発事業。 ○ そのうち、消費者行政部局の役割は、予算要求、関係機関（教育庁、福祉関係部署）との調整、説明、周知。 ○ 関消協は、大阪府からの委託の際の仕様書にのっとり、企画・実施するのが基本。具体的な役割は、市町村の教育委員会や学校、社協、老人クラブ連合会などに、研修・講座の募集や周知などの働き掛け。

	施など)		
地域における消費者教育の実施に当たっての連携主体(教育の担い手を含む)、連携のための仕組み等	<p>○消費生活サポーター</p> <ul style="list-style-type: none"> ・年に1回研修を実施し、受講者に委嘱。現在、94名が委嘱を受けている。 ・県センター主催の出前講座(休日・夜間に実施するもの)の講師を務める(平日日中の講座は相談員が講師となる)。 <p>○(消費者教育)リーダー</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者被害防止に携わる団体(警察、社協、包括、老人クラブ、消費者団体など)の構成員向けの研修会を年1回実施。 ・消費者教育の担い手としての資質を高め、リーダーを養成(=消費者被害防止に関連のある団体からの担い手の発掘)。 <p>○学校</p> <ul style="list-style-type: none"> ・学校教育現場との連携のため、推進員が直接学校を訪問して、出前講座の実施について働き掛け。 <p>○消費生活に関連する教育の担い手</p> <ul style="list-style-type: none"> ・財務事務所、税務署、金融 	<p>○消費者教育推進連絡会議</p> <ul style="list-style-type: none"> ・平成8年に設置して以降、継続実施していたが、平成23年度から平成27年度までの5年間、途絶⇒平成28年度から復活。 ・構成組織に、複数の消費者教育関係教科研究会¹⁵や教育行政部局¹⁶が含まれており、教育委員会と消費者行政部門が年に1度、企画のための会議を実施。 <p>○島根大学との連携</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県の消費生活審議会の委員・委員長を経験した教授との人間関係から実現 ・大学院法務研究科との連携消費者リーダー育成講座の実施を委託 ・消費者団体のネットワーク化(教育機能の強化)に関して協力 ・教育学部との連携教育学部消費者教育研究会の立上げ ・消費者教育実践研究・教材製作を委託 <p>○消費者団体との連携</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者団体ネットワーク 	<p>○関消協スタッフ自身が講師として出向くのではなく、様々な担い手の活躍により消費者教育を広げることを重視。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・府内・他県での講座を見学するなどし、協会内で情報共有。 ・スタッフの所属する団体や、横のつながりにより、担い手としての活動を要請されることもある。逆に、大阪府の事業として受けられない講座の要望を、他の団体に相談・依頼することもある。 ・消費者フェアや、センター内セミナールームで例会を実施している団体への働き掛けを恒常的に実施。 <p>○消費のサポーター養成講座の実施</p> <p>○見守り者向け講座の実施</p> <p>○なお、関消協に委託せず府で実施している事業として、大学生の消費者教育リーダー養成がある。</p>

¹⁵ 島根県小学校家庭科研究会、島根県中学校技術・家庭科研究会、島根県社会科教育研究会、島根県高等学校家庭科研究会、島根県高等学校地歴・公民科研究会

¹⁶ 島根県教育庁学校企画課、教育指導課、社会教育課、島根県教育センター

	<p>広報中央委員会などによる講座に推進員が参加し、情報共有とブラッシュアップを図っている。</p> <p>○センター相互</p> <ul style="list-style-type: none"> 各センターが実施する出前講座に、他センター所属の推進員が参加し、情報共有とブラッシュアップを図っている。 	<p>化¹⁷</p> <ul style="list-style-type: none"> 消費者団体教育機能強化事業（消費者市民社会づくりのための教育事業を消費者団体に委託） <p>※いずれも交付金事業</p>	
--	--	--	--

2 消費者教育コーディネーター配置のケースの提示

上記のヒアリング結果を踏まえ、消費者教育コーディネーター配置のケースとして、以下の3類型を示すことができると考える。

- ① 行政職員がコーディネート業務を担うケース
 - 島根県の例のとおり、消費者行政担当者がコーディネート業務を担うことにより、行政部局が事務局を務める消費者教育推進地域協議会を活用した多様な主体による連携体制の構築や、教育部局との連携による学校における教育の充実を、行政が負う任務として組織的に推進することが可能となる。
 - また、地方公共団体の実施する担い手育成のための事業などを活用した新たな連携主体の発掘についても、期待することができる。
 - 一方で、行政職員には定期的な人事異動が予定されており、それでも業務を途切れずに継続させていくためには、専任のコーディネート業務を担う人材の協力を得ることが必要である。

- ② 調整機能に特化して取り組む専任の消費者教育コーディネーターを配置するケース
 - 山形県の例のとおり、調整機能に特化して取り組む専任の消費者教育コーディネーターを配置する場合、機動的な調整業務の実施が可能となり、また、担い手の効果的な活用も期待される。

¹⁷ 島根県消費者ネットワーク（仮称）を消費者・事業者・行政の協力を図る目的で立ち上げ（令和元年5月）、県内の消費者団体や消費者支援団体等に参加を呼び掛け、地域の消費者問題解決力向上に向けた活動を始動している。

- 人材の確保について困難さはあるものの、一定の職務経験や背景を有することは不可欠な要素ではなく、行政職員による総合的な調整の下であれば、多様な主体に、コーディネート業務を行い得る可能性が見いだされるのではないかと考えられる。例えば、山形県においては、公募により採用した新卒者を消費者教育コーディネーターとしたことで、消費生活サポーターの委嘱を受けて、地域の消費者教育の担い手となる若者の新規確保や、学生向け講座の充実につながっており、消費者教育コーディネーターの個性次第で、「ステージに応じた教育の充実・担い手の発掘」が可能になるという意義を発見したとのことである。
 - 一方で、継続的な人材の確保に当たっては、消費者教育コーディネーターの活動の中で得た連携を基に後任者の確保を実現した例¹⁸などを参考に、構築した連携関係を発展させていく方法についても検討が必要である。
- ③ 消費者教育についての実績等を有する組織に消費者教育コーディネート業務を委託するケース
- 調整機能に特化して取り組む専任の消費者教育コーディネーターを配置する場合において、組織としてその業務を担うという大阪府にみられる方式¹⁹をとることも有効である。その他、消費者教育コーディネーターの活動支援を行うといった事例も見受けられた²⁰。
 - 組織として消費者教育の推進に携わることで、組織内で、将来にわたってコーディネート業務を担い得る専門性を備えた人材を育成することが可能となる。
 - 一方で、大阪府の例において、委託元である大阪府との連携が基礎にあり、組織としての業務の実施、特に様々な主体との連携・協働に当たっては、行政（職員）による総合的な調整の下で実行されているということが、重要な要素であると考えられる。

第4 今後の消費者教育コーディネーターの活用の在り方

消費者教育推進法の施行以降、全国各地で、基本方針に掲げられた「消費者教育コ

¹⁸ 都道府県ではないが指定都市の例として、浜松市においては、平成27年から学校と消費生活センターをつなぐ消費者教育コーディネーターを務めた元国語科教員（管理職経験者）が、小中学校家庭科研究会や教育委員会、校長会と連携して消費者教育教材を作成した際の関わりをきっかけに、元家庭科教員を後任の消費者教育コーディネーターとして確保している。

¹⁹ 組織的な配置の例としては、他に青森県の例がある。

²⁰ 消費者教育についての実績等を有する組織が活動支援を行った例としては、都道府県ではないが、公益財団法人消費者教育支援センターが近江八幡市に対して行った例がある。

ーディネーターの育成・配置」に向けた取組が進められてきた。消費者教育コーディネーターの名称とその存在意義についての認識が、消費者教育に携わる者の中で定着しつつあることは、こういった取組の成果である。本分科会における議論に当たり実施した、全国での取組状況についての調査やヒアリングの内容及び結果、また、それを基に前記第3の2において示した3つのケースについては、この取りまとめにおいて示すことで、全国各地で更なる取組の展開を目指す際の参考となることを期待したい。

なお、ここで示した都道府県以外で、専門的な知見等を有した消費者教育コーディネーターが先進的な取組を実施している地域の例はある。しかし、消費者教育コーディネーターを置きさえすれば、常に同様な取組が実現可能とまでは言い難いと考えられることに加え、かかる専門的な知見を有する人材を、地域で確保することは必ずしも容易ではない。

消費者教育コーディネーターの配置は、体系的な消費者教育の推進に向けた連携体制の構築という目的を実現するための方法の一つであることは、先述のとおりである。また、ヒアリングを行った事例からも、一定の背景や属性を有する個別の「人」を配置することではなく、配置した人材を活用することによるコーディネート機能の強化が、地域における体系的な消費者教育の推進にとって重要であることが、改めて見てとれるところである。

そこで、地域における消費者教育の推進のための体制全体の在り方について、本来どのようにあるべきかという点に視座を戻し、その中で消費者教育コーディネーターが担うべき役割を示すと、以下のとおりである。

- 地方公共団体（行政）は、域内において、一定の質及び量の教育の機会を消費者一人一人に対して届けるために実現すべき消費者教育について、消費者教育推進地域協議会を通じて多様な主体の意見を聴き策定する消費者教育推進計画等を踏まえ、「在るべき姿」を見据えた戦略的な全体方針を企画・立案するとともに、その実行に向けた総合的な調整（消費者教育コーディネーターとの役割分担に関する検討を含む。）を行う。
- 消費者教育コーディネーターは、地方公共団体（行政）による企画・立案と総合的な調整の下、具体的な消費者教育に関する施策を、効果的かつ機動的に実現するため、多様な関係者や場をつなぐ専任のコーディネート業務を担う者である。その理解の下、地方公共団体（行政）は、こうした業務を担うに当たり必要とされる消費者教育に関する専門性を期待することのできる人材（人材とは、個人だけでなく消費者教育等に携わる団体・組織へ委嘱することも考えられる）を、消費者教育コーディネーターとして行政組織内に配置することが望ましい。

【行政と消費者教育コーディネーターとの関係性】

消費者教育コーディネーターが担っている業務を把握するために実施したヒアリングの結果、地域の特性による多少の差異はあるものの、いずれの地域においても、消費者教育コーディネーターのみが「多様な関係者と場をつなぐ」調整に当たっているのではなく、行政が調整機能を担っていることが確認された。また、消費者教育コーディネーターが様々な主体との連携・協働を試みるに当たっては、行政による全体方針の確認と環境作りが不可欠であるということが指摘された。さらに、本来、関係機関との緊密な連携の下に、消費者教育推進に関して施策を策定し、実施することは、地方公共団体の責務である（消費者教育推進法第5条）。

したがって、地方公共団体（行政）においては、域内で実施すべき消費者教育事業の内容（対象者（ライフステージ）、特に取り扱う対象領域など）、また、それを実現するためにはどのような主体との連携が必要であるか、さらには、その連携を実現するために消費者教育コーディネーターにどのような役割を担わせるべきかについて、戦略的に企画・立案するとともに、事業の実現に向けた総合的な調整を行うべきである。

【消費者教育コーディネーターに期待される専門性】

一方で、行政職員の中には、人事異動により消費者行政部局に初めて配属された者など、消費者教育、また、消費者政策に従事した経験の浅い者も存在し得る。行政職員としての本来的な業務である他部署・他機関との調整業務を果たすには、消費者教育に関する専門性を有する者を、専任のコーディネート業務を担う人材、すなわち消費者教育コーディネーターとして行政組織内に配置し、行政職員による調整を補完することが必要である。

この「消費者教育に関する専門性」とは、当該人材の役割が、行政の方針を理解し、多様な関係者と場をつなぐことによる実践の場を創出できることであることからすると、先述のとおり、消費者問題の構造や、体系的な消費者教育の意義や消費者教育により身に付けるべき力、また、消費者教育を受ける対象に応じて実施すべき消費者教育の内容の具体的なイメージ等を理解していること、ということができる。

なお、専任のコーディネート業務を担う消費者教育コーディネーターは、消費者教育という専門的な分野において活動をする者であるため、教員経験者など、教育に関する経験や人的なつながりといった一種の「専門性」を有する者が望ましいのではないかと思われる。確かに、そのような経験やつながりを有する場合、行政職員との役割分担において、一定程度独立した業務遂行を期待することができるという利点はあると考えられる。

しかしながら、こういった専門性は、行政による総合調整の下で消費者教育コーディネーターとして業務に当たる中で、経験を積み重ねながら形成していくことが期待

できるものであり、また、行政による総合調整の下で業務に当たる以上は、前職などの経験や人的なつながりは不可欠とまではいえないと考えられる。

第5 地方公共団体におけるコーディネート機能の強化に関する提言

前記第4で示した今後の消費者教育コーディネーターの活用の在り方の実現、特に、地方公共団体（行政）と消費者教育コーディネーターとの関係性を踏まえたコーディネート機能の強化を目指すため、本分科会は、国が以下の取組を行うことを提言する。

1. 地方公共団体（行政）による企画・立案と総合的な調整を確保するための「コーディネート機能強化」の支援

- ・ 先述のとおり、地方公共団体（行政）においては、域内で実施すべき消費者教育事業の内容（対象者（ライフステージ）、特に取り扱う対象領域など）、また、それを実現するためにはどのような主体との連携が必要であるか、さらには、その連携を実現するために消費者教育コーディネーターにどのような役割を担わせるべきかについて、戦略的に企画・立案するとともに、事業の実現に向けた総合的な調整を行うことが求められる。後述する、各消費者教育コーディネーターの個性に依存することなく、地域のコーディネート機能を強化するためには、地方公共団体（行政）がこの役割を果たすことが非常に重要である。
- ・ そのため、行政に求められるこれらの役割を、実際に業務に当たる行政職員が理解し、各地域の特性に応じた消費者教育の実現に取り組むことができるよう、国において、独立行政法人国民生活センターの実施する研修等の機会を活用し、全国の行政職員（消費者教育担当）を対象とする「コーディネート機能強化」の支援を実施すべきである。
- ・ 今後地方公共団体が、コーディネート機能強化を目指して消費者教育コーディネーターの配置に取り組む際の参考となるよう、各地で構築されている消費者教育の推進体制や、その体制の下での消費者教育コーディネーターの活用状況について、国は、事例の収集に取り組むべきである。また、収集した事例については、消費者教育推進会議の意見を聴くなどにより、地方公共団体への効果的な情報提供の方法について検討を進める必要がある。

2. 消費者教育コーディネーター相互の情報交換等の機会の創出

- ・ 消費者教育コーディネーター（専任のコーディネート業務を担う人材・組織）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、実践の場を創出することを任務とする。その具体的業務について、どの地域でも妥当し得るような一般的な内容を示すことが難しいことは、先述のとおりであり、具体的な消費者教育の内容の提案や、需要に応じた担い手の紹介といった実際の業務を通じて、資質を高めていくことが求められる。

- ・ 一方で、消費者教育推進法が施行されてからこれまで、各地域における独自の工夫が積み重ねられる中で、各消費者教育コーディネーターの個性に依存した手法をとらざるを得ない場合が多かったことは否めないところであるが、一定レベルにおける平準化を図ることこそ、本取りまとめが、地域における消費者教育推進体制の全体の在り方を捉え直し、その中での消費者教育コーディネーターの役割を定義し直した趣旨であるといえる。
- ・ そこで、国は、全国における取組が、実際にコーディネート業務に当たる者の間で共有され、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を目的に、全国の消費者教育コーディネーターの出席を募り、「消費者教育コーディネーター会議」を開催するとともに、同会議で収集された情報の発信に取り組むべきである。開催方法については、消費者教育コーディネーター相互の意見交換が効率的に行われるよう、ブロックごとに会議を開催するなど、その方法については検討が必要である。

3. 消費者教育コーディネーターによるコーディネート機能発揮に当たり必要な環境・条件の整備

- ・ 地域において消費者教育コーディネーターがコーディネート業務を展開するに当たっては、実際に連携先となり得る主体の発掘や、消費者教育の担い手の育成・確保が必要となる。この点については、地域における消費者教育の在り方を戦略的に企画・立案し、総合的な調整を行う地方公共団体（行政）に期待される部分もあるものの、一方で、地域ごとの独自の試行錯誤にとどめず、全国で普遍的に取組が進められる環境を整備することも、今後は求められる。
- ・ そこで、国としては、消費者教育推進地域協議会の実効性確保と地域における結節点としての機能強化や、地域の実情に応じた消費者教育推進計画の策定・PDCAサイクルの確立に係る方策の検討、また、人材バンクの構築を含む、効果的な連携方法の類型に関する提案を行うべきである。

第6 おわりに

本分科会では、地域における多様な主体が連携・協働することによる体系的な消費者教育の推進について検討するに当たり、そのための方策の一つである消費者教育コーディネーターを取り上げ、検討を行った。その結果、地域における消費者教育の推進のための体制全体の在り方と、その中で消費者教育コーディネーターが担うべき役割を示すとともに、その実現に向け、国として取り組むべき施策を提言するに至ったものである。

これらの議論を取りまとめる過程では、消費者教育コーディネーターの機能を発揮するために検討・実施すべき取組に加え、地域における体系的な消費者教育の推進という最終目標に向けて、引き続き検討すべき課題も明らかになったところである。

地域における消費者教育の推進に当たっての、消費者教育推進計画の策定・P D C Aサイクルの確立と消費者教育推進地域協議会の実効性確保など、前記第5において提言として述べた点を始めとする課題²¹について、引き続き、消費者教育推進会議において検討を行うこととしたい。また、充実した検討が行われるよう、国においては、前記第5において提言したコーディネート機能強化の支援及び消費者教育コーディネーター会議を実施することによる全国からの課題の抽出や、必要な調査等の施策が速やかに行われることを期待する。

²¹ 本取りまとめは、主に都道府県を視野に入れたものとなっているが、都道府県と市町村との関係や規模の小さな市町村での取組などについても検討は必要である。

【別紙1】

地域における多様な主体の連携による消費者教育の取組の例

(平成30年度全国消費者フォーラムにおいて報告された事例から抜粋)

1. 和歌山県金融広報委員会による金銭教育イベント講座

和歌山県の海南市社会福祉協議会が主催する子供向け啓発講座「やりくりの達人になろう」²²は、同協議会の家計相談支援事業の担当者が、業務を通じ、子供たちの金銭教育が必要であると考え、和歌山県金融広報委員会に依頼したことにより実現したものである。この講座は、自立した消費生活を営む上で必要な家計管理能力を身に付けることを目的とするものであって、このような金融リテラシーは、消費者教育の重要な要素である。

また、この事例は、同協議会が実践の場を提供し、講座内容については、和歌山県金融広報委員会が専門性を生かして構成するという形で、両者が連携して消費者教育を実施した事例である。このような連携により消費者教育を実施したことの意義は、単に、同協議会によって実践の場が提供されたというだけでなく、同協議会が日頃から業務としている家計相談支援事業の中で得られた気づきを基にするとともに、金融リテラシーを身に付けるための教育について知見や、手法がある金融広報委員会が講座を手掛けることで、対象者である子供たちにとって必要な教育を的確に実施することができたという点にある。また、この講座の対象は小学生であり、学校において、消費者教育に関する内容を学ぶ世代ではあるが、こういった学外での教育の機会が充実することは、より一人一人の特性に応じた、実践的な教育を受ける機会となることが期待される場所である。

2. 京都府山城広域振興局と同志社大学学生の連携による消費者教育

京都府山城広域振興局商工労働観光室の消費生活相談窓口においては、当該地域における幼稚園、保育園、小学校などへの消費者教育のニーズが高まってきていることや、効果的な授業とするためには地域に適した教材を作成することが必要との問題意識から、幼稚園・保育園向けの啓発資材作成などに取り組んでいる。平成30年度には、この実施に当たり、柔軟な活動と発想力を期待して、同窓口の消費生活相談員が中心となって、管内市町村産業祭でボランティア活動をしていた大学生に声を掛け、大学生が所属していた同志社大学のボランティア団体の協力を得て、各種取組を実施²³している。

²² 平成30年8月1日に、海南保健福祉センターにおいて、学童保育所に通う小学生を対象に実施。参加者は、小学1年生から5年生までの52人。

²³ 平成30年度においては、山城広域振興局管内12市町村のうち6か所でリレー講座を実施したうち、4か所で、大学生に、ブース運営についての参加・協力を得ている。同大学生は、主に、

これは、消費者行政部局が、大学生という行政外の主体に「担い手」として参画してもらうという形で連携したことにより実現した消費者教育の例といえる。

平成 30 年度の講座では、参加人数が前年度に比べて 46%増加し 437 名となるなど、大学生が担い手に加わったことの成果が表れている。また、啓発資材の作成に当たり、社会状況の変化に敏感な大学生の発想を生かすことで、学習者の関心を高めることに資するという側面もあったものと考えられる。

加えて、この事例においては、大学生は消費者教育の担い手であるものの、取組の中で消費生活に関する事項を自ら学び、どのように伝えるかを考えることによって、大学生自身が学びを得ることにもつながり、ひいては、大学生自身にとっても消費者教育を受ける場になったものといえる。

地域の特産品などを題材にした「やましろエシカルすごろく」や、環境教育につながる工作などを担当。また、幼稚園・保育園対象の啓発資材作成に当たっては、府立木津高校における授業での活動とも連携し、食品ロスやお金に関する勉強をテーマに取り上げた啓発資材を作成し、管内保育園での実践も行っている。

【別紙2】

地域における消費者教育の充実にに向けた連携に関する分科会 委員名簿

- ◎ 東 珠 実 相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
- 柿 沼 ト ミ 子 全国地域婦人団体連絡協議会理事
- 齊 藤 秀 樹 公益財団法人全国老人クラブ連合会常務理事
- 坂 倉 忠 夫 公益社団法人消費者関連専門家会議専務理事
- 中 村 新 造 弁護士
- 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・相談員協会理事
- 萩 原 康 秋 相模原市市民局消費生活総合センター所長

以上8名(五十音順、敬称略)
◎ は 座 長
令和元年7月26日現在

【別紙 3】

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開催状況

日 程	審 議 事 項 等
平成 31 年 2 月 28 日	(第 1 回) ・ 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今後の進め方 ・ 地方公共団体での取組状況の説明 (消費者教育推進会議委員 萩原康秋) (山形県 危機管理・くらし安心局 くらし安心課 笹原由之) ・ 審 議
3 月 20 日	(第 2 回) ・ 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今後の進め方 ・ 地方公共団体での取組状況の説明 (島根県 環境生活部環境生活総務課 消費とくらしの安全室 福頼尚志) (大阪府 消費生活センター 五味桂子) (公益財団法人関西消費者協会 松原由加) ・ 審 議
令和元年 5 月 15 日	(第 3 回) ・ 消費者教育コーディネーターの在り方について (公益財団法人消費者教育支援センター 柿野成美) ・ 取りまとめに向けた審議
7 月 8 日	(第 4 回) ・ 取りまとめ (案) の審議・決定

(敬称略)