

令和5年11月14日(火)

消費者庁「新未来ビジョンフォーラム」

消費者教育の現状と未来



SUSTAINABLE
DEVELOPMENT GOALS

世界を変えるための17の目標

法政大学大学院政策創造研究科准教授
公益財団法人消費者教育支援センター

理事・首席主任研究員

柿野 成美

自己紹介

柿野 成美（かきの しげみ）

法政大学大学院政策創造研究科准教授
公益財団法人消費者教育支援センター理事
首席主任研究員

愛知県新城市出身
平成10年より消費者教育支援センター勤務
同センター専務理事を経て、令和4年4月より現職
博士（政策学）

昭和女子大学大学院非常勤講師（消費者教育）
明治大学大学院兼任講師（コンシューマー・リテラシー）
ファイナンシャル・プランナー（CFP®認定者）

消費者庁消費者教育推進委員会委員
文部科学省消費者教育推進委員会委員
東京都消費生活対策審議会委員
（一社）日本エシカル推進協議会理事
（一財）日本産業協会評議員 他

【所属学会】

日本消費者教育学会 常任理事
日本消費者政策学会 理事
日本環境教育学会 会員
日本経営倫理学会 会員



公益財団法人 消費者教育支援センターとは？

1988年国民生活審議会報告書「消費者教育の推進について」を青少年の消費者教育の普及推進を目的として、平成2年に文部省と経済企画庁（現文部科学省、消費者庁）の共管法人として設立した団体です。

全国各地で
消費者教育推進の
お手伝いをさせて
いただいています



消費者教育に関する調査研究・教材作成

児童・生徒、学校の教員や行政機関等を対象にアンケートやヒアリングを行っています。また、クイズやマンガ、ロールプレイ、ゲーム等の手法を活用した服読本、教材、教員の指導者向けの手引書等を開発しています。



消費者教育に関する情報収集・提供

機関誌『消費者教育研究 NICEニュースレター』を年6回隔月で発行し、最近の話題・情報を提供しています。ホームページでは、シンポジウム等のイベント案内や、出版物等の情報を掲載しています。



セミナー等の企画・運営、講師派遣

消費者教育に関するテーマを取り上げ、シンポジウムや研究会、講座を開催しています。また、教員や行政職員、消費者リーダー等を対象に、消費者教育や消費者問題に関する講座の企画・運営および講師の派遣を行っています。



消費者教育教材資料の表彰

1年に1回、企業・業界団体、行政及び消費者団体・NPO等が作成した学校向けの教材を対象に、教材資料表彰を実施し、学校で活用できる教材の作成・普及を支援しています。

消費者教育の推進に関する法律

目的（第1条）

- ・ 消費者教育の総合的・一体的な推進
- ・ 国民の消費生活の安定・向上に寄与

定義（第2条）

消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育及びこれに準ずる啓発活動

（消費者が主体的に**消費者市民社会**の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む）

自立した消費者とは？

- 被害に遭わない消費者、
- 合理的意思決定のできる消費者、
- 社会の一員として、よりよい市場とよりよい社会の発展のために積極的関与する消費者の育成（消費者市民社会の形成に参画）

（出典）「消費者教育の推進に関する基本的な方針（基本方針）」概要
（平成25年6月28日閣議決定、平成30年3月20日変更）

「消費者市民社会」 （第2条第2項）

「消費者市民社会とは、消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会をいう。」

- 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）→ SDGsの達成にも不可欠
- ・消費者のせい弱性への対応、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知見も踏まえ、まずは消費者が自身を知ることの促す観点も重要
- ・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（霊感商法）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	(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・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	(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ト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

消費者教育コーディネーターの配置・育成

- ・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

国による連携・協働の働きかけ

- ・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

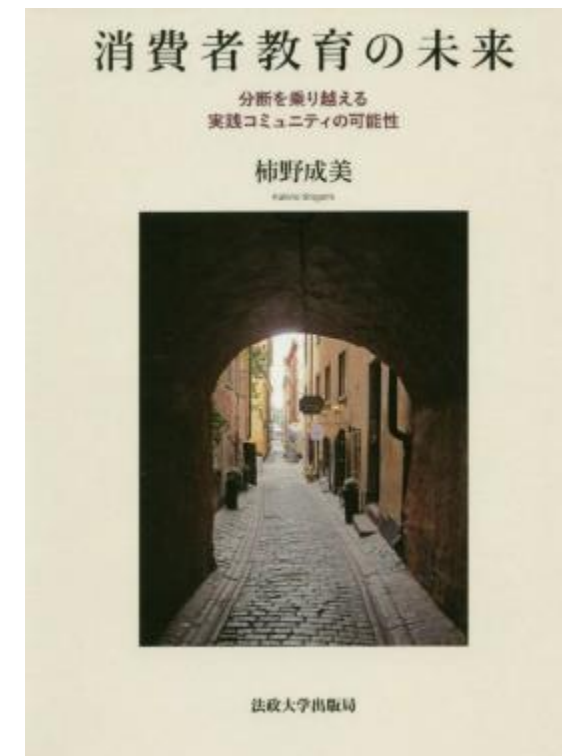
V 今後の消費者教育の計画的な推進

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。

地方自治体における 学校消費者教育推進上の最大の課題は 何か？



柿野成美『消費者教育の未来—分断を乗り越える
実践コミュニティの可能性—』法政大学出版局 2019

学校における消費者教育

①教科

家庭科、社会科（公民科）、特別な教科道徳

②総合的な学習（探求）の時間

SDGs等のテーマ設定において

③教科横断的

あらゆる教科の中に「消費者の視点」を取り入れることが可能であり、より実践的な学びにつながる

④その他

ホームルーム、生徒指導、課外活動など

文部科学省作成の
教員向け冊子





生きる力 学びの、その先へ

文部科学省

子供の未来を築く意志と情熱を
新しい学習指導要領

新たに取り組むこと、これからも重視することは？

下記のほかに、「体験活動」「キャリア教育」「起業に関する教育」「金融教育」「防災・安全教育」「国土に関する教育」なども充実します。

プログラミング教育

コンピュータがプログラムによって動き、社会で活用されていることを体験し、学習します。

外国語教育

「聞くこと」「話すこと」に加えて、「読むこと」「書くこと」の力を育みます。

道徳教育

自分ごととして「考え、議論する」授業などを通じて道徳性を育みます。

言語能力の育成

国語を要として全ての教科等で子供たちの言葉の力を育みます。

理数教育

観察、実験などにより問題を科学的に解決する学習活動や、データを分析し、課題を解決するための統計教育を充実します。

伝統や文化に関する教育

我が国や郷土が育んできた日本の伝統や文化を学びます。

主権者教育

社会の中で自立し、他者と連携・協働して社会に参画する力を育みます。

消費者教育

自立した消費者を育むため、買物の仕組みや消費者の役割などについて学習します。

特別支援教育

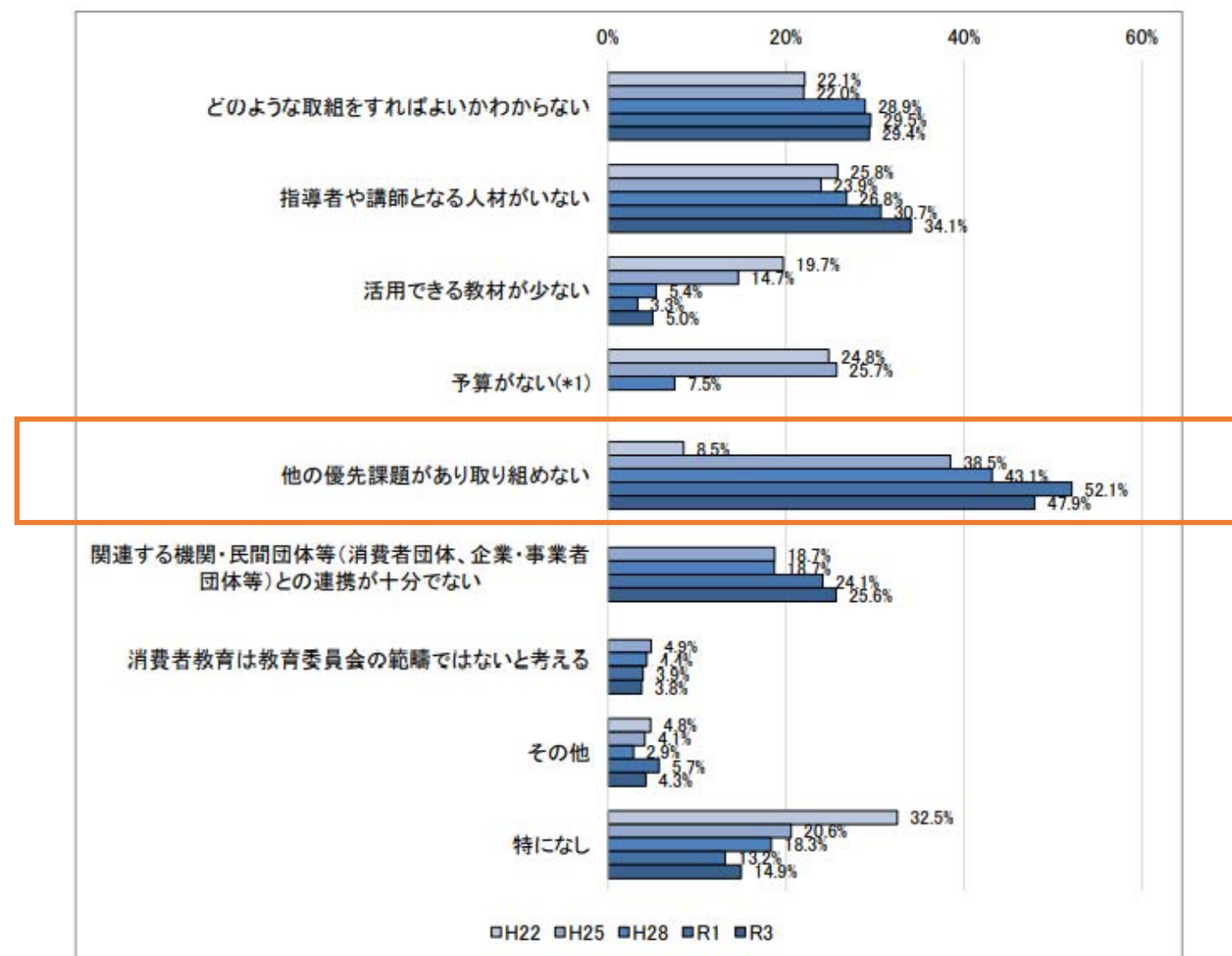
全ての学校で障害に応じた指導を行い、一人一人の能力や可能性を最大限に伸ばします。

https://www.mext.go.jp/a_menu/shotou/new-cs/1413516.htm

他の優先課題があり、消費者教育に取り組めない 教育委員会

(4)消費者教育の推進における課題

貴自治体において、消費者教育を推進するにあたって、課題と考えていることについて教えてください。(複数選択)



(*1)H28 までの質問項目

図 52 消費者教育の推進における課題

(出典) 文部科学省総合教育政策局「令和3年度 消費者教育に関する取組状況調査」

各自治体の教育振興基本計画に消費者教育が位置付けられているのは1割に過ぎない

(1)教育振興基本計画における消費者教育に関する記載の有無

貴自治体の教育振興基本計画（教育基本法第17条2項に基づき定めるよう努めるものとされているもの）の中に、消費者教育に関する記載はありますか。（単一選択）

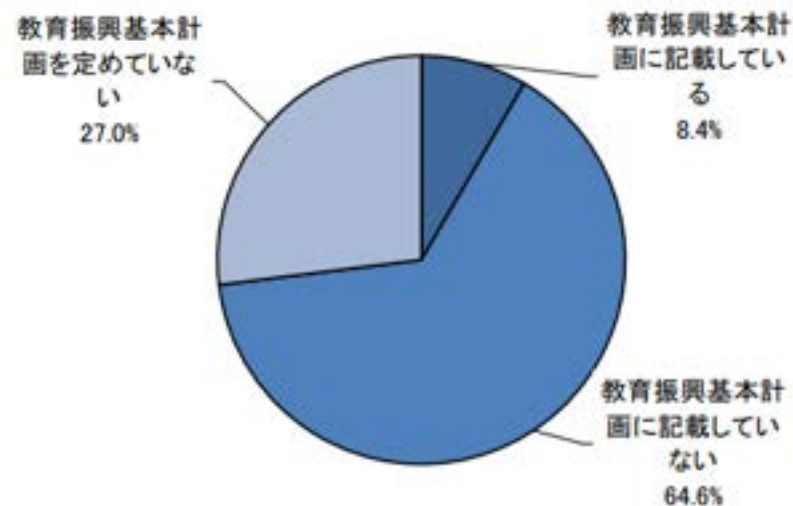


図 1-1 教育振興基本計画における消費者教育に関する記載の有無

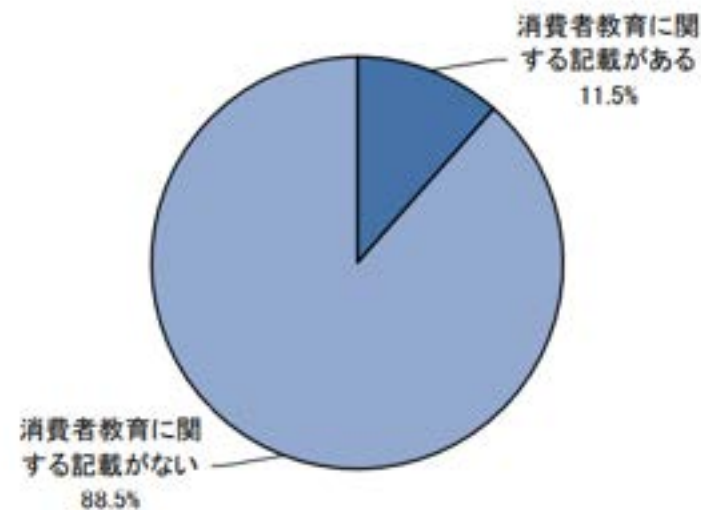


図 1-2 消費者教育に関する記載の有無（教育振興基本計画を定めている自治体）

（出典）文部科学省総合教育政策局「令和3年度 消費者教育に関する取組状況調査」

教員の法定研修は十分な実施状況にない

(8)消費者教育に関する内容を扱う研修の実施内容

消費者教育に関する内容を扱っている研修の実施内容について伺います。(複数選択)

①消費者教育を扱う研修の区分

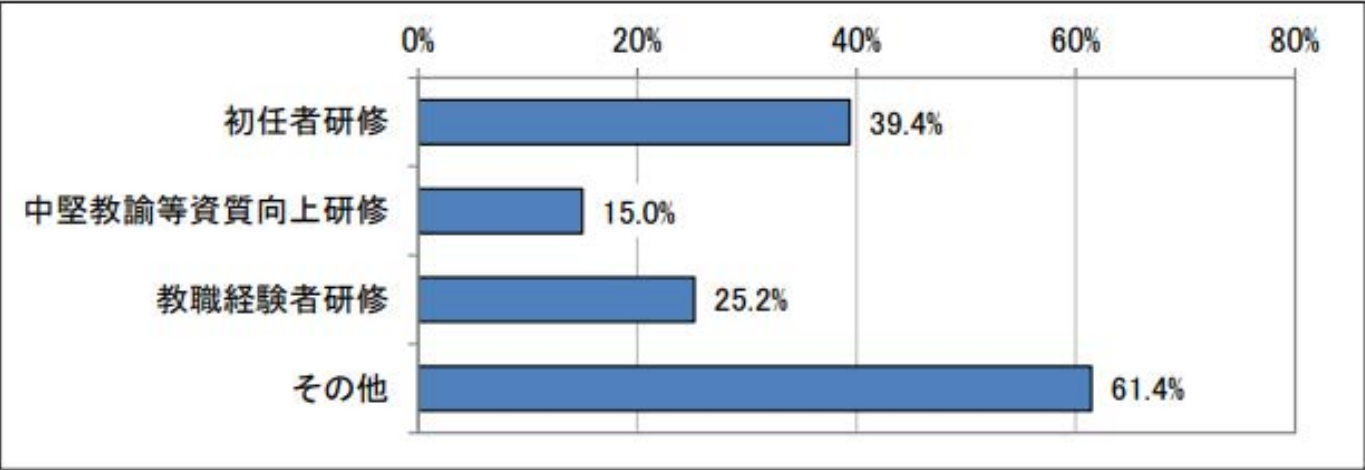


図 38 消費者教育を扱う研修の区分

	初任者研修	中堅教諭等資質向上研修	教職経験者研修	その他
都道府県	41.0%	23.1%	28.2%	69.2%
政令指定都市	9.1%	9.1%	18.2%	81.8%
市	42.1%	12.3%	22.8%	57.9%
区	16.7%	16.7%	16.7%	66.7%
町	54.5%	0.0%	27.3%	36.4%
村	66.7%	33.3%	66.7%	33.3%

図 39 消費者教育を扱う研修の区分 (クロス集計)

	初任者研修	中堅教諭等資質向上研修	教職経験者研修	その他
都道府県	100.0%	87.0%	84.8%	76.1%
政令指定都市	78.9%	78.9%	84.2%	78.9%
市	79.6%	48.4%	40.1%	56.7%
区	90.9%	90.9%	45.5%	45.5%
町	70.7%	27.4%	19.7%	61.1%
村	48.1%	11.1%	22.2%	66.7%

図 33 教職員研修の区分 (クロス集計)

(出典) 文部科学省総合教育政策局「令和3年度 消費者教育に関する取組状況調査」

推進法制定後も 消費者行政と教育委員会の連携を困難とする自治体が多い

表 1-4 啓発や消費者教育を実施するうえでの課題（センター属性別）

	啓発や消費者教育に必要な知識やノウハウが不足している	子どもの発達段階に応じた内容とするのが難しい	講師の養成や適任の講師を探すのが難しい	活用できる教材が少ない	人手や講座等の準備時間が足りない	学校や教育委員会等の関係機関との連携が難しい	多くの子どもや若者に必要な情報を届けるのが難しい	講座等の参加者が少ない	予算が足りない	その他	実施するうえでの課題がある（計）	特になし	無回答
該当者数 N=545 (100.0)	231 (42.4)	252 (46.2)	160 (29.4)	200 (36.7)	194 (35.6)	361 (66.2)	275 (50.5)	118 (21.7)	167 (30.6)	31 (5.7)	528 (96.9)	16 (2.9)	1 (0.2)
センター属性別													
都道府県立 N=43 (100.0)	19 (44.2)	20 (46.5)	21 (48.8)	16 (37.2)	20 (46.5)	35 (81.4)	34 (79.1)	15 (34.9)	16 (37.2)	4 (9.3)	43 (100.0)	0 (—)	0 (—)
政令市立 N=20 (100.0)	9 (45.0)	11 (55.0)	11 (55.0)	10 (50.0)	8 (40.0)	15 (75.0)	14 (70.0)	10 (50.0)	10 (50.0)	1 (5.0)	20 (100.0)	0 (—)	0 (—)
市立 N=416 (100.0)	175 (42.1)	191 (45.9)	108 (26.0)	152 (36.5)	142 (34.1)	275 (66.1)	196 (47.1)	83 (20.0)	127 (30.5)	25 (6.0)	402 (96.6)	13 (3.1)	1 (0.2)
東京特別区立 N=21 (100.0)	9 (42.9)	11 (52.4)	9 (42.9)	11 (52.4)	8 (38.1)	16 (76.2)	12 (57.1)	4 (19.0)	2 (9.5)	0 (—)	20 (95.2)	1 (4.8)	0 (—)
町立・村立 N=41 (100.0)	16 (39.0)	16 (39.0)	9 (22.0)	9 (22.0)	14 (34.1)	16 (39.0)	16 (39.0)	6 (14.6)	10 (24.4)	1 (2.4)	39 (95.1)	2 (4.9)	0 (—)
広域連合等 N=4 (100.0)	3 (75.0)	3 (75.0)	2 (50.0)	2 (50.0)	2 (50.0)	4 (100.0)	3 (75.0)	0 (—)	2 (50.0)	0 (—)	4 (100.0)	0 (—)	0 (—)

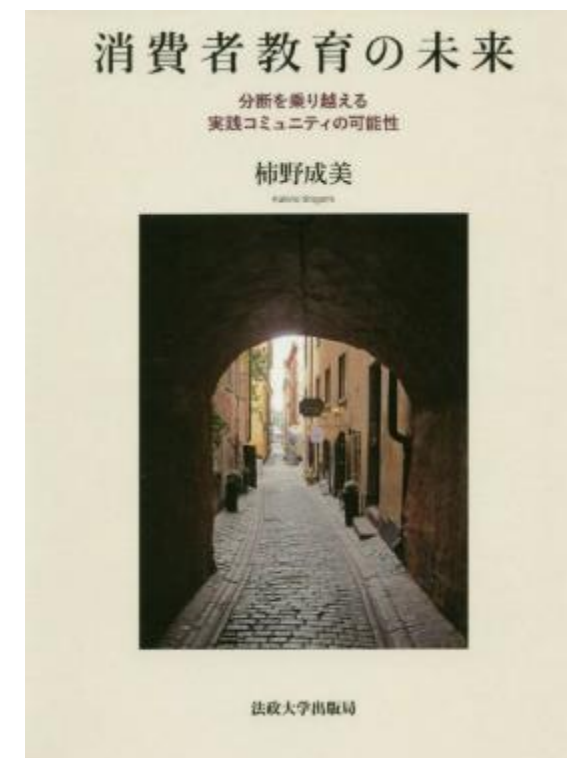
（複数回答）

（出典）国民生活センター「成年年齢引下げに向けた消費生活センターの対応に関する現況調査 報告書」

調査時期：2018年9月～10月 調査対象：全国の消費生活センター 770箇所 有効求人倍率：86.0%

地方自治体における
学校消費者教育推進上の最大の課題は

教育行政と消費者行政の分断



柿野成美『消費者教育の未来—分断を乗り越える
実践コミュニティの可能性—』法政大学出版局 2019

消費者教育コーディネーター

（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。

（出典）「消費者教育の推進に関する基本的な方針（基本方針）」概要

（平成25年6月28日閣議決定、平成30年3月20日変更、令和5年3月28日）

- 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）→SDGsの達成にも不可欠
- ・消費者のせい弱性への対応、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知見も踏まえ、先ずは消費者が自身を知ることの促す観点も重要
- ・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（霊感商法）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	(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・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	(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ト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

消費者教育コーディネーターの配置・育成

国による連携・協働の働きかけ

- ・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

教育委員会・学校をつなぐ 消費者教育コーディネーターの配置状況は？

「地方自治体における学校消費者教育の充実に向けた連携・協働に関する調査」令和4年10月
科学研究費補助金(JSPS KAKENHI Grant Number JP21K13498 研究代表者 柿野成美)

調査目的: 全国の消費生活センターを対象に、学校消費者教育の充実に向けた連携・協働の現状や課題等を把握し、今後の政策提言の基礎資料とする。また、消費者教育コーディネーター本人を対象とした調査も同時に実施し、当事者の声から今後の在り方を検討する基礎資料とする。

調査概要:

(1) 調査対象 全国の消費生活センター821 か所(ただし一部相談窓口も含む) ※回答は消費者教育・啓発を担当する消費生活センターの行政職員に依頼。※窓口を広域で設置している場合は、原則設置窓口の所在地の自治体が回答。参加自治体が個々に回答意向がある場合は、参加自治体すべてに調査票を再送。

(2) 調査方法 郵送配付、郵送返送 (3) 調査時期 令和4年2月 (4) 有効回収数(率) 572(69.7%) (5) 調査実施機関: 一般社団法人新情報センター

報告書URL: <http://www.consumer-education.jp/information/2022/10/20221031.html>

つながりをつくる 現職教員・教員OBの配置の広がり

例)

徳島県（高等学校公民科、家庭科現職教員 2名）

山梨県（小学校現職教員 1名）

沖縄県（高等学校公民科現職教員 1名）

東京都（中学校校長、高等学校校長OB 2名）

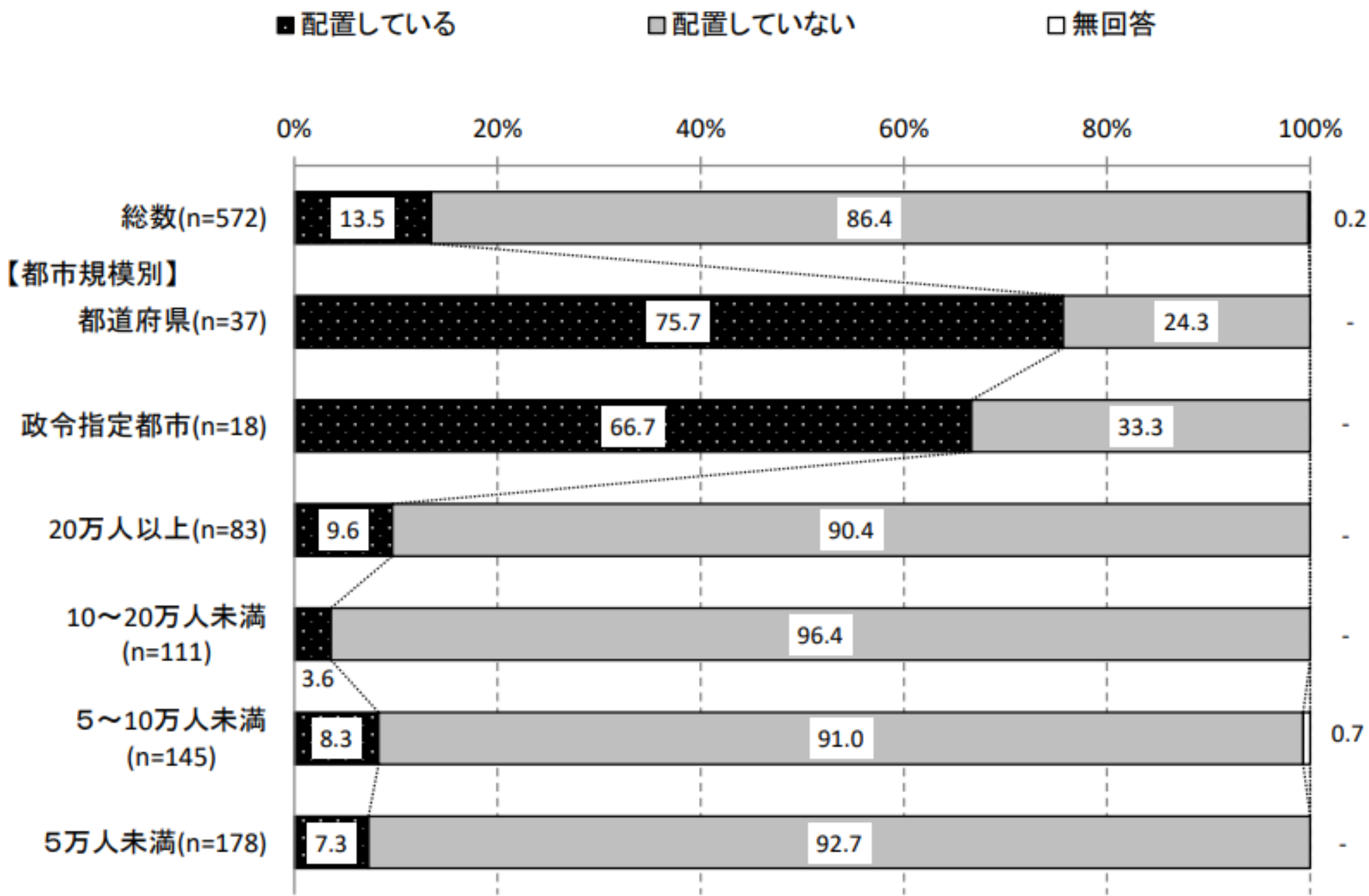
宮崎県（小学校校長OB：家庭科 1名）

島根県（高等学校家庭科教頭OB：家庭科 1名）

浜松市（小学校校長OB：家庭科、市役所職員OB 2名）

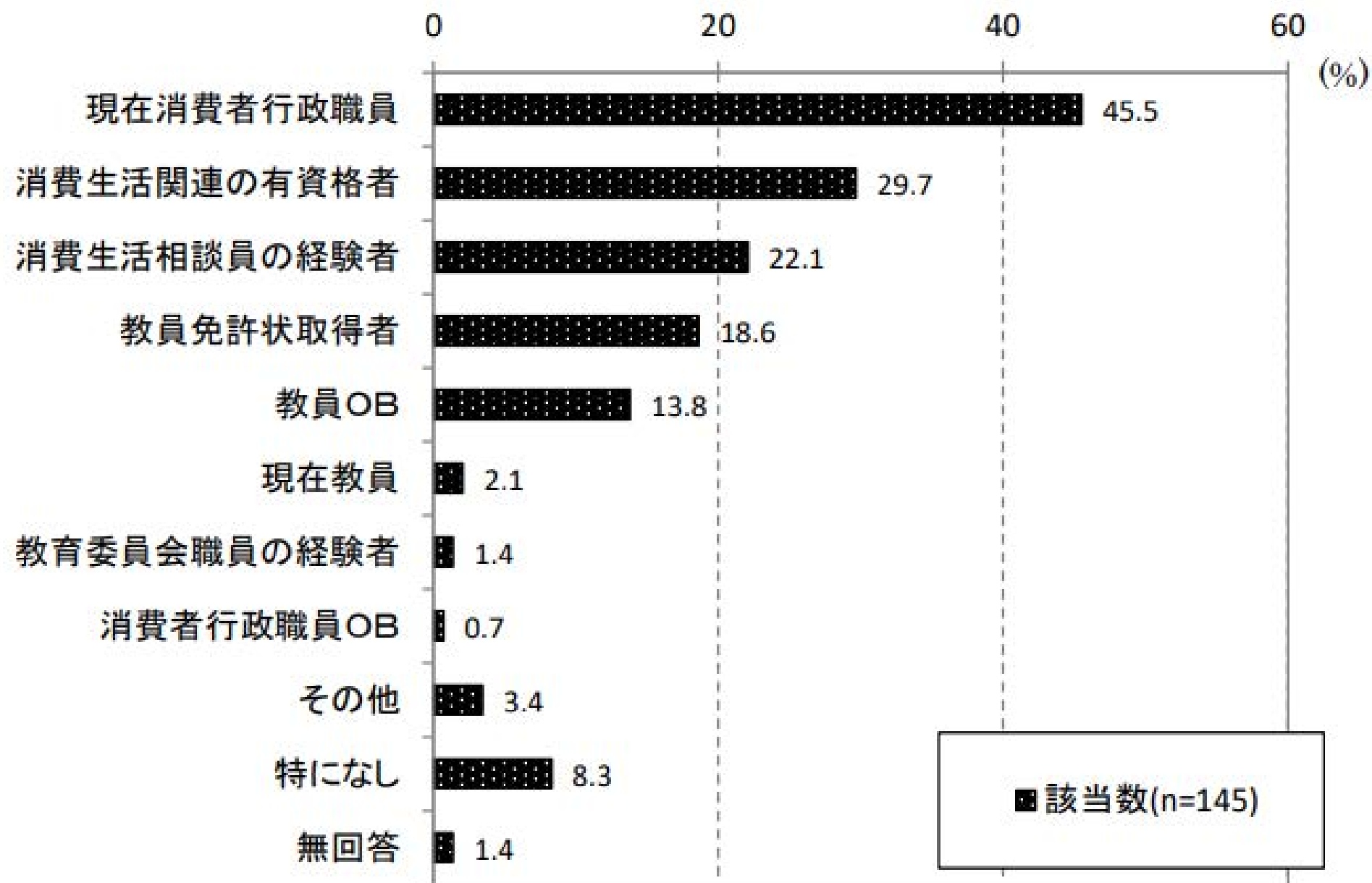
名古屋市（小学校校長OB、中学校校長OB 2名） 等

消費者教育コーディネーターの配置状況



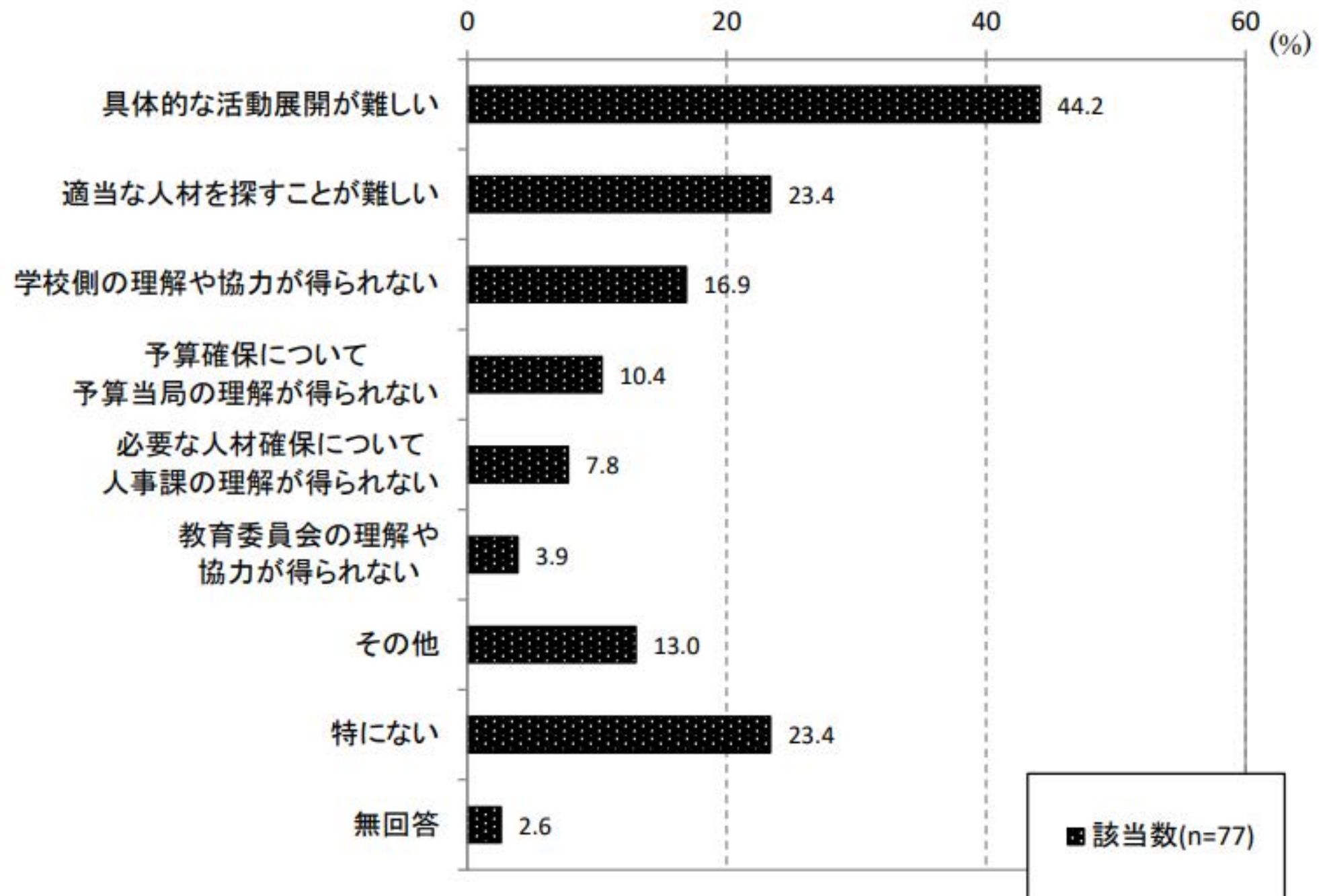
(出典) 「地方自治体における学校消費者教育の充実に向けた連携・協働に関する調査」 令和4年10月

消費者教育コーディネーターの経歴(MA)



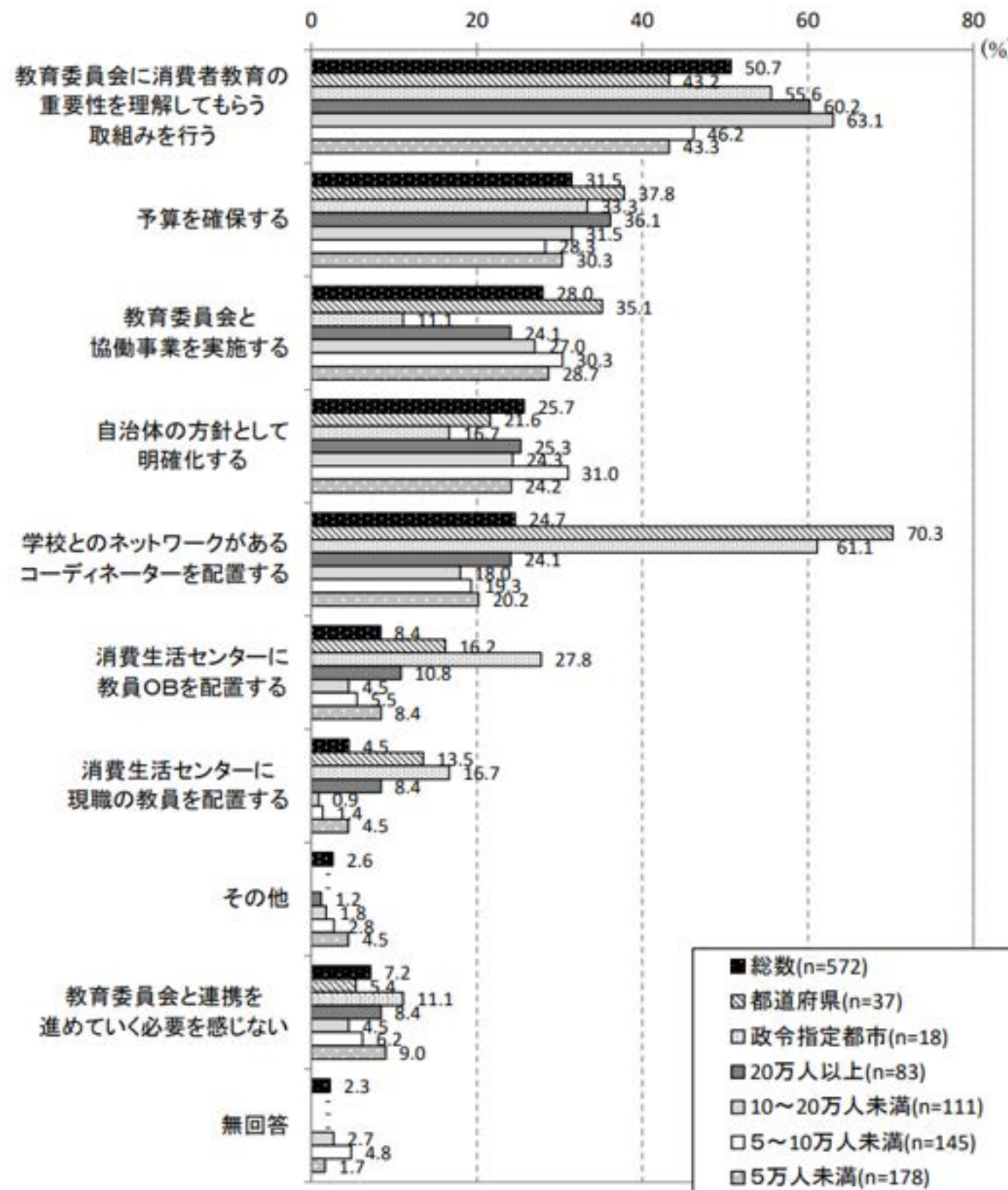
(出典) 「地方自治体における学校消費者教育の充実に向けた連携・協働に関する調査」 令和4年10月

学校との連携における消費者教育コーディネーターの配置や活動の課題 (MA)



(出典) 「地方自治体における学校消費者教育の充実に向けた連携・協働に関する調査」 令和4年10月

教育委員会や学校との連携を進めていくために 必要な取組（MA）



「消費者教育の未来」



- 目指す姿

誰もが学校教育を通じて、消費者教育を受ける権利を享受し、自立した消費者市民となることで、公正で持続可能な社会を実現。



- そのためには・・・

教育委員会の理解が深まり、学校現場での授業実践が充実したものになる必要。

- 具体的には・・・

例：教育振興基本計画への位置づけと具体的施策の実施、教育行政と消費者行政をつなぐコーディネーターの配置、各学校に消費者教育主任の設置、地元企業や地域人材との協働が必要。

教育委員会との連携・協働
の具体例を紹介します。

ぜひ、ご参加ください！



The poster features a light pink background with white line art illustrations of people fishing, a boat, and various food items like rice, fish, and a bowl of food. A large white circle in the center contains the main text and logos.

文部科学省
【主催】文部科学省
【共催】近江八幡市・近江八幡市教育委員会

2023
令和5年度

消費者教育フェスタ in 近江八幡

ここまではできる！
地域連携による消費者教育
～ 近江八幡8年の軌跡と未来～
これからも広げる！

令和6年
2024 2/1 木 13:00
16:30 受付 12:30～

滋賀県立男女共同参画センター（G-NETしが）
定員：150名 《オンライン配信あり・要申込》

基調講演
消費者教育と非認知能力
中山芳一（岡山大学准教授）

参加費
無料

申込フォームよりお申込みください

会場：1/22 月 締切

オンライン配信：1/26 金 《先着順》

令和5年度 消費者教育フェスタ 近江八幡



【後援】消費者庁、滋賀県、滋賀県教育委員会、
全国高等学校長協会家庭部会、全国公民科・社会科教育研究会、
全国小学校家庭科教育研究会、全日本中学校技術・家庭科研究会、
全国小学校社会科研究協議会、全国中学校社会科教育研究会、
ESD活動支援センター、日本消費者教育学会

【企画・運営】公益財団法人消費者教育支援センター

消費者教育は、消費者行政と教育委員会、学校、市民、事業者、団体等様々な主体の連携協働が重要です。近江八幡市ではこの8年間、多くの主体に関わっていただき消費者教育をすすめてきました。本フェスタでは、消費者教育において重視される非認知能力についてお話を聞くとともに、近江八幡市やそのほかの消費者教育の取組を共有し、これからの連携・協働を考えます。

13:00 開催地挨拶・主催者挨拶
文部科学省・消費者庁の取組

13:15 <基調講演>
消費者教育と非認知能力
中山芳一（岡山大学准教授）

14:05 事業の紹介動画

14:08 <事例報告>
近江八幡市で取り組む消費者教育
池田あゆみ（近江八幡市消費生活センター）

14:20 <事例報告>
いつもやってることやん消費者教育
モデル校の実践
犬丸直也（近江八幡市立武佐小学校教諭・消費者教育推進リーダー）

14:50 <交流タイム>
展示・ミニワークショップ
※交流タイムはオンライン配信はありません

15:35 <パネルディスカッション>
未来から考える
これからの消費者教育の連携・協働のかたち
コーディネーター 梶野成美
（法政大学大学院准教授・消費者教育支援センター首席主任研究員）
パネリスト 池田あゆみ（近江八幡市消費生活センター）
森茂次（近江八幡市教育委員会教育副次長）
村井孝一郎（近江八幡市立武佐小学校校長）
SDGs こども特派員協力事業者
SDGs こども見守り隊実施代表者

16:25 閉会の挨拶
上村協子
（文部科学省消費者教育推進委員会委員長・現代生活学研究所所長）

16:30 閉会

プログラム



参加者と
実施団体等の交流！



基調講演
中山芳一
（岡山大学准教授）

1976年生まれ。岡山大学教育学部卒業後、1999年当時は岡山県内の学童保育所で唯一の男性指導員。9年間の現場経験を経て、岡山大学大学院教育学研究科修士課程を修了。以降は、中国学園大学非常勤研究員を勤めた後、2010年に現職へ。学外での主な役職としては、岡山県生涯学習審議会及び岡山県子ども子育て会議会長などがある。

展示・ミニワークショップ

ー 近江八幡の実践紹介 ー

- ① 親子体験型プログラム “SDGs こども特派員”
- ② “SDGs こども見守り隊”
- ③ 消費者教育モデル校 近江八幡市立武佐小学校
- ④ これも消費者教育ワークショップ

ー 行政及び全国で活動する団体の実践紹介 ー



会場アクセス

滋賀県立男女共同参画センター（G-NET しが）

JR 近江八幡駅南口より 約 500m（徒歩7分）
〒523-0891 近江八幡市鷹飼町 80-4
TEL：0748-37-3751



問い合わせ先

文部科学省総合教育政策局
男女共同参画共生社会学習・安全課消費者教育推進係
TEL：03-5253-4111（内線 2260）
申込問い合わせ先：
公益財団法人消費者教育支援センター（委託事業者）
TEL：03-5466-7341 メール：festa2023@consumer-education.jp

