消費者教育と金融経済教育の連携を軸とした消費者教育コーディネーターの取組



栃木県生活文化スポーツ部くらし安全安心課消費者行政推進室（栃木県消費生活センター）　阿久澤由紀子

消費者市民社会の構築に関する領域

消費者教育と金融経済教育の連携を軸とした消費者教育コーディネーターの取組

栃木県生活文化スポーツ部くらし安全安心課消費者行政推進室（栃木県消費生活センター）　阿久澤由紀子

栃木県生活文化スポーツ部くらし安全安心課消費者行政推進室（栃木県消費生活センター）では、「消費者教育の推進に関する基本的な方針」に基づき、消費者の自立支援をめざして様々な施策に取り組んでいます。代表的な取組は、ライフステージに応じた消費者教育として、学校や地域、職域等での出前講座の実施です。

こうした出前講座をはじめ、関連団体等との実施の調整や講師を務める担い手の育成など重要な役割を果たしているのが消費者教育コーディネーターです。

その取組の内容や意義、目標達成への課題や工夫などについて、栃木県で消費者教育コーディネーターを務めている阿久澤由紀子氏にお話を伺いました。

消費者教育コーディネーターの役割は消費者教育を「点」から「線」、「面」へと広げること

▶くらし安全安心課の業務内容と、栃木県としての消費者教育の取組について教えてください。

私の所属するくらし安全安心課では、消費生活のほか、交通・生活（防犯等）と３つの安全安心を所管しています。それぞれをテーマにした出前講座やイベント等で３つの担当が連携することも多く、県民の皆様へのさまざまな機会に啓発（教育）を行っています。

本県の消費生活、そのうち消費者教育についてお話をいたしましょう。

消費者教育の取組は、消費者教育・金融経済教育に係る出前講座が中心です。出前講座の対象は、小・中学生、高校生や特別支援学校の児童・生徒、高齢者・障がい者、教員、高齢者・障がい者支援者、そして一般の人など幅広く、いろいろなテーマで開催しています。講師は、職員や指定消費生活相談員だけでなく、消費者団体に委託をして出前講座を実施しています。いろいろな方々が「担い手」になりますので、消費者トラブルの情報等はマメに共有し、最新の正しい知識をもとに実施していただけるよう、いわゆる「丸投げ」状態とならないようにしっかり連携することを心がけています。

▶阿久澤様は現在消費者教育コーディネーターというお立場ですが、どういった経緯でコーディネーターになられたのですか。

私は現在、再任用職員としてくらし安全安心課消費者行政推進室に所属しています。現役の際にも、消費者庁発足（2009年９月）翌年度から４年間勤務し、主に消費者啓発や消費者安全法で努力義務と規定されている市町消費生活センターの設置等を担当していました。

現在のメイン業務は、消費者教育と金融経済教育です。なかでも消費者教育コーディネーターとしての活動は、関係者の方々との繋がりや連携が重要ですので、情報共有やネットワークづくりに努めながら取り組んでいます。

▶消費者教育コーディネーターとしての役割や取組について、具体的に教えてください。

県が実施している出前講座の企画・調整や、関係者との情報共有、消費者団体や教育委員会等、外部との連携をスムーズにすること、さらには担い手の育成などを主に取り組んでいます。重要なのは、消費者教育を散発的なものではなく、関連付けながら広げていくことかと考えています。

⑴　出前講座の調整・実施

出前講座については、実施内容や受講対象者により、まず講師の調整などを行います。

例えば、受講者が高齢者の場合、消費者団体に依頼し、短時間の座学＋寸劇を組み合わせてわかりやすく実施するなど工夫をしています。

また、出前講座を県内で多く実施するため、周知も重要になります。学校や公民館等への周知は４月と12月の２回行っています。年度当初の４月、そして、年末の12月は次年度学校等の行事に消費者教育の出前講座の予定を入れてもらうためです。年度初めには、ほとんどの学校で年間予定が決定していますので、次年度予定に組み入れていただくため12月に通知し出前講座について周知しています。

職域向けの出前講座については、業界団体や商工会議所連合会などが主催する新規採用職員研修で入れていただくようお願いし、若者向け出前講座を30分で実施しています。

出前講座を実施する際に意識していることは、座学で話を聞くだけではなく、クイズ形式や「いりません、お断りします。」と実際声を出してもらうこと等、参加型の講座を心がけています。声を出すことで自分事化することはもちろんですが、人間いざそういう場面に直面するとなかなか声が出ないものなので、しっかり練習をしておくことも大切です。

また、講座に参加してくれた皆さんに、必ず「お友達や家族にも今日学んだことをお伝えください。」とお声がけしています。話すことで学んだことを復習し、また伝えることによって講座の内容が少しでも広がっていけばいいなと思っています。

⑵　情報の共有・発信

消費者教育についての各種情報はウェブサイトでも発信しておりますが、必ずしも最新情報が伝わりきれない場合もあります。消費者庁のコーディネーター会議や研修会等で得た最新の情報を、

いち早く消費者教育の担い手である消費者団体等と情報共有し、学校や地域の皆さんにも伝わるよう心がけています。

　また情報発信の方法の一つとして、メールマガジンを年に数回約250カ所に配信しています。すべての学校等へ最新の情報を伝えるためにメールマガジンで補完することで、消費者教育の空白地帯をつくらないようにしています。

高等学校、特別支援学校（高等部）及び専修学校等の教頭先生・消費者教育担当者 様
消費者教育関係各位
（本メールは、各校及び年度当初に報告いただいた消費者教育担当者へ送付しております。 ）

　本県の消費者行政の推進につきまして、日頃より御協力をいただき厚く御礼申し上げます。
　栃木県をはじめ消費者庁・国民生活センター等の消費者教育に関するホットな情報について、定期的にメールマガジンによりお届けします。
　このメールマガジンでの情報は、貴校の教職員間でぜひ共有していただき、授業はもちろん、学生・生徒への指導等においてご活用いただければ幸いです。
---＜ 目次 ＞----------
1　令和 6 (2024)年度消費生活相談状況（栃木県）
2　18 歳・19 歳の消費生活相談の状況－2024 年度－（国民生活センター（以下「国セン」））
3　体育祭・文化祭の当日になっても届かない？“クラ T”トラブルに注意（国セン）
4　トラブル解決を支援する情報提供「消費者トラブルＦＡＱ」（国セン）

－－
1　令和 6 (2024)年度消費生活相談状況（栃木県）
－－
○　県内の消費生活センター（21 か所）受付相談件数は 16,796 件
○　特徴的な事例
　・ＳＮＳ上の広告やダイレクトメール等がきっかけとなる消費者トラブルが増加
　・電子決済サービスにかかる詐欺的な手口による被害
■令和 6(2024)年度消費生活相談状況について
　https://www.pref.tochigi.lg.jp/c03/life/shouhi/seikatsu/documents/20250618110724.pdf
－－
2　18 歳・19 歳の消費生活相談の状況－2024 年度－（国セン）
－－
○国民生活センターでは、契約者が 18 歳・19 歳の消費生活相談の状況をまとめた。
　・18 歳・19 歳の相談件数は、前年度と比較してやや減少。
　・商品・役務等別でみると、前年度の傾向と大きな変化はなく、引き続き「美（び）」（「脱毛エステ」「医療サービス」など）や「金（かね）」（「他の内職・副業」など）に関する相談が多い。
　・販売購入形態は「通信販売」がダントツ。多く寄せられている相談は、ダイエットサプリなどの健康食品、内職・副業、出会い系サイト・アプリに関するもの。
■18 歳・19 歳の消費生活相談の状況－2024 年度－
　https://www.kokusen.go.jp/pdf/n-20250528_1.pdf
－－
3　体育祭・文化祭の当日になっても届かない？“クラ T”トラブルに注意（国セン）
－－
○　体育祭や文化祭などの学校行事で、クラス全員で着るおそろいのＴシャツ「クラスＴシャツ（クラＴ）」は、オリジナルのデザインを考えて、事業者に必要な枚数を注文し、イベント当日までに届けてもらうという流れが一般的。
○　全国の消費生活センターには「当日までにクラスＴシャツが届かなかった」という相談が寄せられており、さらに最近は「カタログから有名スポーツチームのロゴが入ったデザインを選んで注文したら、税関で没収されてしまった」といったケースも。
■体育祭・文化祭の当日になっても届かない！？“クラＴ”トラブルに注意

メールマガジンより抜粋。特に今知らせたい、気を付けたいことが書かれている

⑶　連携

消費者教育コーディネーターは、教育委員会や学校、消費者団体、事業所など、各関係者の方々との信頼関係を構築し、連携することも重要な役割です。そのため私は「依頼があったら絶対に断らない。」ことを心がけています。一旦お断りしてしまうと次に結びつきません。さらに、本音で話すことを心がけています。上下関係を意識せず、消費者教育を育む仲間として「一緒にやりましょう。」という姿勢が重要かと考えています。

そのほか、消費者団体が地域で講座を実践した際に、受講者から手応えがあったことなど、具体的な事例を共有することも大切です。そのことにより、担い手（消費者団体）のモチベーションもあがると感じています。

また、課内の連携もしています。出前講座の一部を消費者団体に委託して実施していることは前述のとおりですが、演じる「寸劇」の内容について例えば特殊詐欺であれば流行の手口であるよう、くらし安全安心課生活安全担当の警察官と連携し、特殊詐欺の最新の現状を伝える場を設けて寸劇演出の参考にしていただいています。

⑷　担い手（人材）の育成・強化

教員のための消費者教育・金融経済教育セミナー（オンデマンド配信）は、家庭科の教員だけではなく、管理職、生徒指導・進路指導に係る先生、消費者教育・金融経済教育に携わる方（団体）等にも受講していただくよう周知しています。消費者教育・金融経済教育の内容は授業だけでなく、いろいろな指導等の機会にもいきてくると考えていますので、様々な立場の先生方に受講していただきたいと思っています。

また、消費者団体の方々には、総会など多くの会員（担い手）が集まる機会を活用して、スキルアップのための講座等を行っています。こちらで開催する研修にきていただくのではなく、私が出向いて直接消費者団体の方々に伝えることを意識しています。

消費者教育と金融経済教育の連携を軸にあらゆる対象に啓発を広げていく

▶栃木県では消費者教育と金融経済教育の連携に力を入れていると伺いました。

今、私たちはSNSやAIなどが日常化しているデジタル社会、現金を持たなくても買い物ができるキャッシュレス社会の中にいます。そして「人生100年時代」といわれるなど、老後の生活はより長くなっています。

この便利でしかし複雑な、そして老後のお金の心配もある生活の中で、私たち消費者が経済的に自立し、くらしをより良くするためには、消費生活に関する知識に加え、お金に関する判断力＝「金融リテラシー」は欠かすことのできないものです。そのため、県では栃木県金融広報委員会と連携し、特に教育の現場で消費者教育・金融経済教育を実践している担い手向けの事業において、２つの教育の連携に努めています。

▶具体的な事業についてご教示ください。

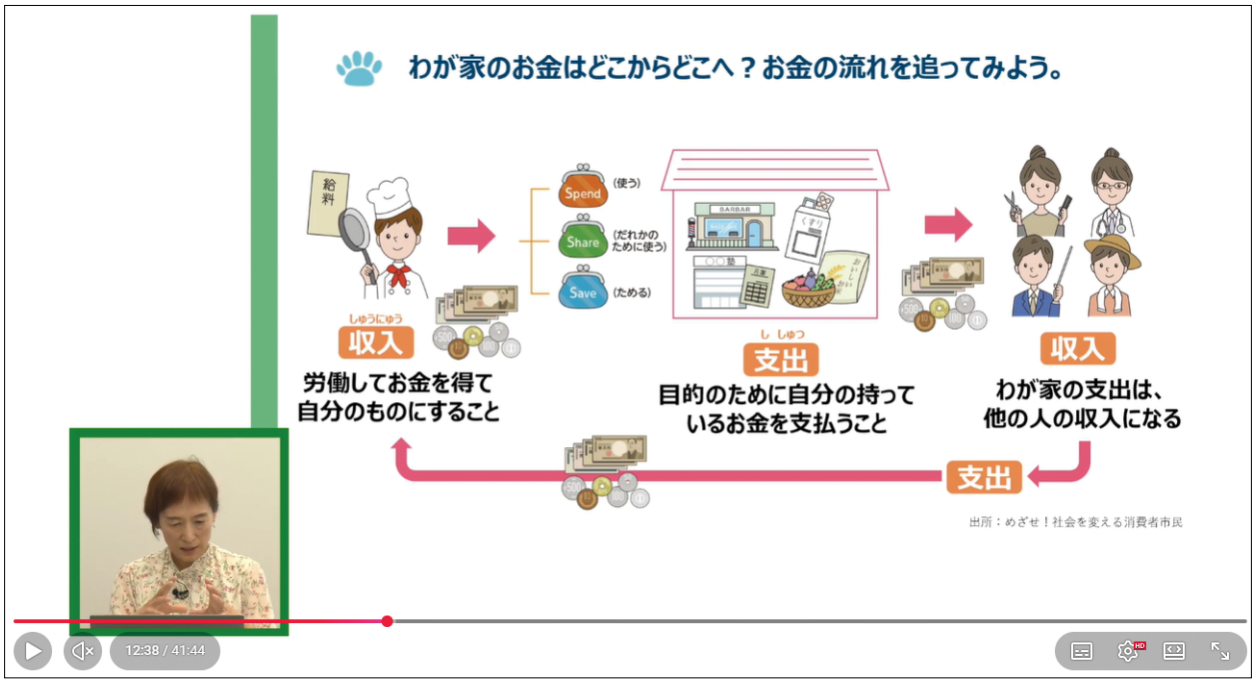
オンデマンド配信による教員向けセミナー（３ヶ月）は、消費者教育と金融経済教育を両方取り上げて開催しています。先生の中には金融経済教育について苦手意識を持たれている方もいらっしゃるとのこと、また、学校現場で消費者教育・金融経済教育を一緒に行うことで時間の節約に繋がる・学びが深まる等のお話を伺いまして、2024年度から消費者教育・金融経済教育を一本化して実施しています。再生回数は、2024年度は４テーマ約1,200回、2025年度は２テーマ約650回と先生方など教育に携わる方々にたくさん見ていただいており、アンケートではとても参考なった等のご意見をいただいています。



消費者団体が実施する出前講座（寸劇）の様子



教員向け消費者教育・金融経済教育セミナーのチラシ



教員向け消費者教育・金融経済教育セミナー動画「消費者教育と金融経済教育の連携　－お金が何とつながってる？－」より抜粋

▶金融経済教育との連携は特徴的な取組かと思われますが、なかでも小学生を対象にした「おこづかいゲーム」は楽しく学べそうですね。

おこづかいゲームはグループに分かれ、サイコロを振って出た目のイベントカードを引き、そこに書かれている内容に合わせて行動し、おこづかい帳も記入していくゲームです。自分で考えて行動し、おこづかい帳に記入しながらお店に行って模擬紙幣でほしい物を購入したり、銀行にお金を出し入れしながらお金を管理することを学び、正しい金銭感覚を身につける内容です。小学校高学年は経済を意識しながらお金を使うことを学ぶ時期でもあり、主に小学５年生の出張授業で実施しています。

以前、おこづかいゲームを授業で実施した学校の先生から、「最近の子どもたちは、おこづかいを電子マネーやQRコード決済などでもらうことが多く、自分で現金を扱う経験がほとんどない。修学旅行ではじめてお金を使うことも珍しくない。」と伺ったことがあります。

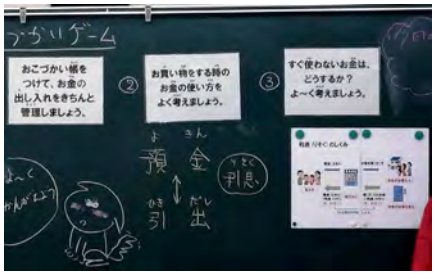
また、おこづかいゲームを体験した小学生からは「銀行の機能やお金の流れ（経済の仕組み）を初めて知った。」と多くの感想をいただいています。

小学校ではおこづかいゲーム等による金融経済教育を通じてお金の使い方や経済を学び、消費者教育との繋がりを作る。消費者教育と金融経済教育の連携には大きな意味があります。

おこづかいゲーム



①ゲーム風景
最初に司会者がゲームの内容を説明する。



②ゲームの目的
3つの目的の説明をする。



③お買い物リスト
ゲームを始める前に
おこづかい帳に記入する。



④お店屋さん
1000円･2000円･3000円
の商品を並べる。



⑤銀行
お金を預けたり、
引き出しすることを体験する。



⑥おこづかい帳
お金の出入を学ぶ。



⑦通帳
使わないお金を預金し、
使うときに引出しをする。



⑧イベントカード（表・裏）
6種類×5 枚　全30枚

栃木県金融広報委員会が制作した「おこづかいゲーム」

消費者の自立支援を目標に「消費者市民社会の形成」を目指す

▶消費者教育を進めていくにあたって、取組の目的やゴール設定などはありますか。

目指すのは「消費者の自立支援」です。合理的な意思決定ができ、被害に遭わないことに加え、より良い市場とより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）をすることです。

また、栃木県では、令和８（2026）年度から５年間の栃木県消費者基本計画（栃木県消費者教育推進計画）【第３期】を策定し、計画の評価指標（KPI）のひとつとして、消費者教育（出前講座等）の受講者数を掲げました。県内各地で消費者教育・金融経済教育の出前講座等が多く実施されるよう内容の充実等を図っていきます。

▶消費者教育を進めていく上で、現状の課題等はありますか。

課題は、消費者団体やくらしの安心サポーターなど担い手の減少や若い世代への消費者教育の実施などです。

その対応のひとつとして、県民の皆様に消費者力を身につけていただくため、「かしこい消費者講座」（オンデマンド配信）を開催（期間限定）し、受講された方のうち地域活動を希望される方には担い手になっていただいています。

また、若い世代を対象にした事業として「とちぎ消費者カレッジ」を開催しています。主に大学生・高校生向けの講座で、講師は弁護士や司法書士、消費生活アドバイザー、消費生活相談員など実例に詳しい専門家になっていただき、「(若者は）被害者だけでなく、加害者にもなり得る。」ことも注意喚起しています。

より多くの学校で実施できるよう周知を図り、空白地帯がなくなるよう努めていきたいと考えています。



「かしこい消費者講座」チラシ



「とちぎ消費者カレッジ」チラシ



「とちぎ消費者カレッジ」講座の様子

▶最後に消費者教育に携わる皆さんへのメッセージをお願いします。

消費者教育コーディネーターの役目は、「点」として実施している様々な消費者教育の施策を連携等によって「線」や「面」へ広げ、地域全体で推進していく役割を担っていくこととだと考えています。そのため、関係者の皆様との信頼関係を築いていくことはとても重要です。

全国の消費者教育コーディネーターの皆さんも、各自治体の特性や実情に応じた効果的な方法やアプローチにより消費者教育の実践をされていることと思います。栃木県の取組はひとつの事例として、参考になれば幸いです。

これからも関係者・団体等の皆さんと情報共有や連携を図りながら、取組をブラッシュアップさせ、「消費者市民社会の形成」に向けて頑張ってまいりましょう。

▶ありがとうございました。

もっと知りたい方はこちら！

栃木県ホームページ「消費者啓発・教育」

https://www.pref.tochigi.lg.jp/kurashi/shouhi/kehatsu/index.html