

第 6 期消費者教育推進会議における 取組と課題について

消費者庁消費者教育推進課

第5期消費者教育推進会議における審議等の概要と第6期推進会議における課題

第5期消費者教育推進会議(令和3年10月～令和5年9月)における審議等の概要

1. 消費者教育の推進に関する基本的な方針の変更

- 消費者の多様化や社会情勢の変化等を踏まえ、計4回の推進会議において議論
- 新たな基本方針では、**基本的視点**を定めるとともに、**消費者教育コーディネーターの機能強化**を図ること、今後**KPI**の検討・設定を進めること等を規定

- ①消費者による自ら及び相互に「学ぶ」「考える」「行動する」ことの促進
- ②多様な消費者の特性を踏まえたきめ細やかな対応
- ③デジタル化への対応
- ④消費者市民社会の一員としての行動の促進

- 新たな方針を踏まえ、関係省庁間において連携を強化するとともに、地方公共団体や関係団体等と緊密に連携して取組を進める必要

2. 「消費者力」育成・強化ワーキングチーム

- 「灵感商法等の悪質商法への対策検討会」等の指摘を踏まえワーキングチームを立ち上げ
- 被害未然防止のため、今求められる「消費者力」と、効果的な教材のあり方や普及の方策等について整理



3. その他

- 成年年齢引下げに対応した消費者教育の取組を報告
- より適切な消費者教育に関するKPIの設定に向けて議論するとともに、消費生活意識調査の結果を報告

第6期消費者教育推進会議における課題等

- 新たな基本方針の基本的視点を踏まえ、以下の事項についての議論を行う

1. デジタル化に対応した消費者教育の推進

技術革新に伴う消費者のせい弱性等を踏まえつつ、教材開発・活用、担い手の育成、情報提供等の推進

2. 地域における体系的な消費者教育推進のための更なる体制整備

コーディネーターの育成促進、多様な消費者へのきめ細やかな対応、地域社会や企業との連携等による更なる体制整備

3. 「消費者市民社会」の構築に向けた消費者教育

消費者市民社会の理解促進や、エシカル消費の普及啓発等の効果的な手法や担い手への支援方策等

4. 「消費者力」の育成・強化に向けた方策

「消費者力」の育成・強化のための新たな教材をより実践的な教材とし、効果的な普及・活用促進を図る方策等

第6期消費者教育推進会議でのこれまでの審議内容

開催日	審議内容
(第36回) 令和5年11月29日	<ul style="list-style-type: none"> ・ 今期の消費者教育推進会議の進め方について ・ 国等における消費者教育の取組について（報告） ・ 「消費者力」の育成・強化について（報告）
(第37回) 令和6年2月27日	<p>【テーマ】デジタル化に対応した消費者教育の推進について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 国等における消費者教育の取組（報告） ・ 関係団体等における消費者教育の取組（報告） ・ 「消費者力」の育成・強化について（報告）
(第38回) 令和6年7月30日	<p>【テーマ】地域における体系的な消費者教育の推進について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 国における消費者教育の取組（報告） ・ 地方公共団体における消費者教育の取組（報告） ・ 関係団体における消費者教育の取組（報告） ・ 「消費者力」の育成・強化について（報告）
(第39回) 令和6年10月30日	<p>【テーマ】消費者市民社会の形成とエシカル消費の推進について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 消費者市民社会の形成とエシカル消費の推進について ・ 「消費者力」の育成・強化について（報告）
(第40回) 令和7年3月26日	<ul style="list-style-type: none"> ・ 消費者を起点とする持続可能な社会の形成に向けた課題と取組について ・ 地域における体系的な消費者教育の推進について ・ 「消費者力」の育成・強化のための体験型教材の導入・普及について

第36回消費者教育推進会議における説明内容（主なもの）

【消費者教育の取組の現状】

（消費者庁）

- ライフステージに応じた場を活用し、学校、地域社会における取組は一定程度進捗。職域での取組推進が課題。
- 消費者教育コーディネーターは、都道府県・政令市で配置済み。消費者教育コーディネーター会議を開催し情報共有。
- 消費者教育ポータルサイトによる教材、講師、注意喚起チラシ等の情報提供。

（金融庁）

- 全国的に金融経済教育の機会が拡大していない。事業主に課している継続投資教育、長期積立分散投資といったリスク抑制効果の認識が不十分。投資被害事案対策等、政府・関係団体の取組・連携強化が必要。
- 機構の取組として、①認定アドバイザーによる相談環境づくり、②教育の抜本的拡大、③教育の質の向上（体系的なアドバイザー養成プログラム、分野横断的な知識習得機会の確保）、④教材・コンテンツの充実、⑤個別相談事業の実施、⑥KPIの設定によるPDCAを推進。

（法務省）

- 法教育で、私法の基本的な考え方を理解し、消費者契約の適正化を目指す消費者教育と連携して推進。
- 中高校生向けの法教育教材を作成・周知。

（文部科学省）

- 学習指導要領の改訂で消費者教育の充実を図っている。
- 教員養成、教員研修が必要であり、消費者教育研修プログラムを更新。
- 大学の入学ガイダンスでの啓発や周知を実施。学生が主体となる取組が課題。実践例の収集・発信をしている。
- 消費者教育フェスタで、関係者の情報共有・ネットワークを図っている。
- 消費者教育アドバイザーの派遣を推進、消費者教育コーディネーターとの連携を推進。

（国民生活センター）

- 相談情報と注意喚起をSNSでスピード感を持って情報発信。
- 若者向けにスマホ対応、大学生協との連携、啓発動画等の作成、講師の育成（研修）を推進。

第36回消費者教育推進会議 取組報告① 【消費者教育の取組の現状】

消費者教育の現状

- ライフステージに応じた場を活用して消費者教育を実施してきたところ、学校、地域社会における取組は一定程度進捗。今後の課題は、職域における従業員に対する教育の実施。
- 消費者教育ポータルサイトによる教材、講師、注意喚起チラシ等の効果的な教育の実施を促進。

学校 学習指導要領に基づく実践的な教育の推進

- ✓ 新学習指導要領において消費者教育の内容を充実
小学校(2020年度～)、中学校(2021年度～)、高等学校(2022年度～) 及び特別支援学校
- ✓ 高等学校等における「社会への扉」等を活用した実践的な消費者教育の実施
- ✓ 地方公共団体による出前講座等の実施 (2024年4月時点) 対学生：7,259

地域社会 消費生活センターを地域住民に消費者教育を提供する場として拠点化

- ・ 計画策定、協議会設置が進み、消費生活センター等を拠点に、地域の消費者教育は一定程度進捗
- ✓ 消費者教育推進計画：47都道府県・19政令市 (2024年4月時点)
- ✓ 消費者教育推進地域協議会：47都道府県・19政令市 (2024年4月時点)
- ✓ 消費者教育コーディネーターの配置：47都道府県、20政令市、12中核市 (2024年4月時点)
- ✓ 地方公共団体による出前講座等の実施 (2024年4月時点) 対社会人：3,159、対高齢者：8,087
Eシカル消費：4,712、高齢者等の見守り：8,121、消費者被害防止：20,112
- コーディネーターや担い手の育成、関係者の連携・相互の学びを促進

職域 事業者の形態、事業分野等に応じた従業員に対する教育を実施

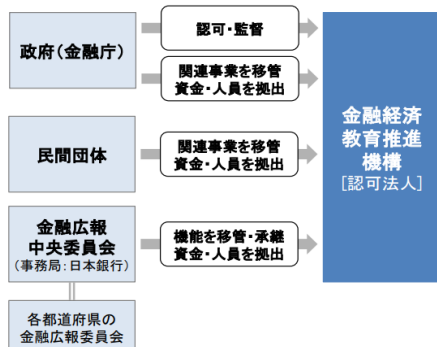
- ・ 従業員向け消費者教育研修プログラムを作成し、講師派遣を実施
新人・若年者向け (2023年度～)、壮年・退職期向け (2024年度～)
- 継続的学びに向け、職域の取組を強化

(第40回配布資料の内容に更新)

金融経済教育推進機構の概要

- 新たな認可法人となる「金融経済教育推進機構」を2024年春に設立、同年夏に本格稼働させられるよう準備を進めている。

イメージ



(注) 新たな経営陣の下で決定される事項ではあるが、想定される機構のイメージとしては、役員員数が約70名、年間の予算規模は約20億円であり、うち9割以上は民間からの拠出金。

機構における取組み

① 顧客の立場に立ったアドバイザーの普及・支援

中立的立場にある機構において、特定の金融事業者・金融商品に偏らないアドバイスをを行うアドバイザーを認定・支援し、顧客が気軽に相談できる環境を整備。

② 金融経済教育活動の重複排除・抜本的拡大

官民一体で設立する新組織によって、官民の様々な主体による活動の重複を解消。それぞれが蓄積してきたノウハウを集結させ、企業の雇用者向けセミナーや学校の授業への講師派遣事業を全国において拡大。

③ 金融経済教育の質の向上

機構において、認定アドバイザー向け養成プログラムを提供。官民の各団体が有するノウハウを集結し、分野横断的な教育を行えるよう、アドバイザーの知識習得の機会を担保。

④ 教材・コンテンツの充実

官民の各団体が有するノウハウを集結し、幅広い分野を横断的に網羅した教材を開発・周知。例えば金融トラブル分野における最新事例を網羅できるよう、タイムリーな更新を行い、教育効果を向上。

⑤ 個人の悩みに寄り添ったアドバイスの提供

機構において、認定アドバイザーによる「家計管理」「ライフプラン」「資産形成」等に関する個別相談を実施し、個々の状況に応じたアドバイスが得られる環境を整備。

⑥ 調査・統計を踏まえた戦略的な教育の展開

教育活動の目標やKPIを設定するほか、金融経済教育を受けた方の意識や行動変容の状況を含む実態調査を実施。PDCAサイクルの中で、戦略的な教育のあり方を継続的に追求。

(消費者庁)

- ライフステージに応じた場を活用し、学校、地域社会における取組は一定程度進捗。職域での取組推進が課題。
- 消費者教育コーディネーターは、都道府県・政令市で配置済み。消費者教育コーディネーター会議を開催し情報共有。
- 消費者教育ポータルサイトによる教材、講師、注意喚起チラシ等の情報提供。

(金融庁)

- 全国的に金融経済教育の機会が拡大していない。事業主に課している継続投資教育、長期積立分散投資といったリスク抑制効果の認識が不十分。投資被害事案対策等、政府・関係団体の取組・連携強化が必要。
- 機構の取組として、①認定アドバイザーによる相談環境づくり、②教育の抜本的拡大、③教育の質の向上(体系的なアドバイザー養成プログラム、分野横断的な知識習得機会の確保)、④教材・コンテンツの充実、⑤個別相談事業の実施、⑥KPIの設定によるPDCAを推進。



消費者教育の推進に関する文部科学省の施策について

文部科学省では、「消費者教育の推進に関する法律」及び「消費者教育の推進に関する基本的な方針」等に基づき、消費者庁をはじめとする関係省庁と連携しながら学校教育、社会教育を通じて消費者教育の充実に努めているところ。

小学校・中学校・高等学校	大学等
学習指導要領の充実 中央教育審議会答申（H28.12.21）を踏まえ、関連する各教科等（社会科、公民科、家庭科、技術・家庭科等）において、引き続き消費者教育に関する内容を規定するとともに、現行の規定に加え、内容を更に充実 ○小学校学習指導要領の改訂（平成29年3月31日公示）【主な充実部分】 （社会科） ・販売の仕事が消費者の多様な願いを踏まえ売り上げを高めるよう、工夫して行われていることを理解すること （家庭科） ・買物の仕組みや消費者の役割がわかり、物や金銭の大切さと計画的な使い方について理解すること ・物や金銭の使い方と買い物の仕方について、消費者の役割が分かること ○中学校学習指導要領の改訂（平成29年3月31日公示）【主な充実部分】 （社会科（公民的分野）） ・個人や企業の経済活動における役割と責任について多面的・多角的に考察し、表現すること （技術・家庭科（家庭分野）） ・購入方法や支払い方法の特徴が分かり、計画的な金銭管理の必要性について理解すること ・クレジットカードなどの三者間契約についても扱うこと ○高等学校学習指導要領の改訂（平成30年3月30日公示）【主な充実部分】 （公民科（公共）） ・多様な契約及び消費者の権利と責任 （家庭科（家庭基礎）） ・契約の重要性、消費者保護の仕組みについて理解すること ・責任ある消費について考察し、工夫すること	○学生に対する消費者教育等の実施 ・各大学の自主的・自律的な判断による消費者教育に関する授業科目等の開設等 ・ガイダンスや学生相談等において消費者トラブルやその対処方法について啓発 ○消費者被害防止に関する通知 ・消費者庁や国民生活センター等が把握する消費者トラブル事例等について、各大学等に通知 ○各種会議等での普及・啓発 ・消費者基本計画等を踏まえ、消費者教育の推進等の積極的な取組について、学生支援、教務の担当者が集まる会議で周知等を実施 ○取組の普及・啓発 ・消費者教育に関する取組状況調査を実施し、先進事例を普及・啓発
生涯学習・社会教育 ○連携・協働による消費者教育推進のための実証的調査研究 ・多様な主体の連携・協働体制による消費者教育推進のための実践モデルを作成 ○消費者教育アドバイザーの派遣 ・全国の社会教育等における消費者教育の先駆的実践者を、文部科学省が委嘱し、地方自治体等の求めに応じて派遣 ○消費者教育フェスタによる普及・啓発 ・文部科学省、モデル事業実践者等からの成果報告及び地域課題の共有や人的交流が行われる場として開催 ○大学等及び社会教育における消費者教育の指針の見直し ・社会の変化に対応した指針の見直しを実施 等 ○指導者用啓発資料の活用・促進 ・文部科学省で作成した指導者用啓発資料について、学校の授業や地域の活動での活用を促進	

【文部科学省作成】
指導者用啓発資料
「これならできる！消費者教育
自立した消費者を育成するための
主体的な学び ヒント＆事例集」



【消費者庁作成】
消費者教育教材
「社会への贈り物」

（法務省）

- 法教育で、私法の基本的な考え方を理解し、消費者契約の適正化を目指す消費者教育と連携して推進。
- 中高校生向けの法教育教材を作成・周知。

（文部科学省）

- 学習指導要領の改訂で消費者教育の充実を図っている。
- 教員養成、教員研修が必要であり、消費者教育研修プログラムを更新。
- 大学の入学ガイダンスでの啓発や周知を実施。学生が主体となる取組が課題。実践例の収集・発信をしている。
- 消費者教育フェスタで、関係者の情報共有・ネットワークを図っている。
- 消費者教育アドバイザーの派遣を推進、消費者教育コーディネーターとの連携を推進。

第36回消費者教育推進会議 取組報告③

地方消費者行政等の支援のための啓発用資料

○「見守り新鮮情報」(毎月2〜3回程度発行)

→高齢者・障がい者本人や見守る方を対象としたメールマガジン「見守り新鮮情報」を作成・配信。主な利用者は消費者トラブルに興味のある個人、行政関連、福祉関連、高齢者のいる家族、ボランティアの方々。広報誌や啓発資料に活用されたり、出前講座やセミナー等でもよく利用されています。

○「子ども・若者サポート情報」(毎月1回程度発行※)

→子育て世帯や若者向けにはメールマガジン「子ども・若者サポート情報」を作成・配信しています。

(※)2023年度から「子どもサポート情報」から「子ども・若者サポート情報」に名称変更



教育研修 2023年度 研修実施計画 (令和5年9月末現在)

受講名・受講対象	回数	開催方法		備考
		集合研修	オンライン研修	
消費者行政職員研修 (10回)	① 管理職講座 ② 職員講座 ③ 基礎力強化研修 行政職員向け1 ④ 基礎力強化研修 行政職員向け2 ⑤ P I O - N E Tデータ活用 ⑥ 消費者行政職員研修支援コース	2 相模原事務所 1 相模原事務所 3 - 2 - 1 相模原事務所 1 地方都市	リアルタイム配信 - リアルタイム配信 リアルタイム配信 - -	講師派遣
消費生活相談員研修 (78回)	⑦ 消費生活相談員基礎講座 ⑧ 基礎力強化研修 相談員向け1 ⑨ 基礎力強化研修 相談員向け2 ⑩ 専門・事例講座 ⑪ " (1泊2日コース) ⑫ P I O - N E Tセミナー ⑬ 専門講座地域コース ⑭ 専門講座地域コース オンデマンド配信コース ⑮ 相談関連業務研修支援コース	1 相模原事務所 3 - 2 - 15 相模原事務所 16 相模原・徳島県内 2 相模原事務所 16 地方都市 3 - 20 地方都市	- リアルタイム配信 リアルタイム配信 オンデマンド配信 オンデマンド配信 - リアルタイム配信 オンデマンド配信 -	講師派遣
消費者教育推進のための研修 (16回)	⑯ 消費者教育に携わる講師養成講座(基礎コース) ⑰ " (高校生対象) ⑱ " (高齢者・見守り関係者対象) ⑲ " (特別支援学校の生徒等対象) ⑳ " (生涯の生活設計) ㉑ 消費者教育学生セミナー ㉒ 徳島オリジナル講座(S D G s 消費者教育講座) ㉓ 教員を対象にした消費者教育講座(地域コース) ㉔ 消費者教育コーディネーター講座(地域コース) ㉕ 消費者教育推進研修支援コース	2 相模原事務所 2 相模原事務所 1 相模原事務所 1 相模原事務所 1 相模原事務所 1 - 1 徳島県内 2 地方都市 2 地方都市 3 地方都市	リアルタイム配信 リアルタイム配信 - - リアルタイム配信 - - - -	講師派遣
消費生活サポーター研修 (9回)	⑯ 地域の見守りネットワーク推進のための講座(地域で取り組む人向け) ㉗ 地域の見守りネットワーク推進のための講座(行政職員向け)(地域コース) ㉘ 消費生活サポーター研修支援コース	2 東京事務所 2 地方都市 5 地方都市	リアルタイム配信 - -	講師派遣
消費者リーダー研修 (2回)	㉙ 全国消費者フォーラム	2 東京都内	リアルタイム配信	
企業職員研修 (2回)	㉚ 企業職員セミナー	2 東京事務所	リアルタイム配信	
遠隔研修(D-Learning) (29回)	㉛ 消費生活相談員・消費者行政職員	29 -	遠隔研修	

合計 146回
相模原研修施設での研修31回

第36回消費者教育推進会議における御意見（主なもの）

【消費者教育の取組の課題】

（今期で扱うテーマに関して）

- デジタルのトラブルでは加害者にもなりやすい。未成年、高齢者、障害者の特性に応じた「消費者力」の底上げが必要。
消費者にとって本当に必要な「選ぶ力」「見極める力」の育成が、デジタル化社会の進展に伴う消費者トラブルの被害防止やエシカル消費の推進につながる。
- エシカル消費の特設サイトや啓発資料の活用・普及のための取組が必要。

（金融経済教育、関連する教育との連携）

- 金融教育関連の内容（FX、暗号資産等）を相談員が教えるのは難しい。
- 限られた時間や発達段階に応じて、法教育や主権者教育等とつないでいくことが必要。
- 市町村では、消費者教育コーディネーターやアドバイザーの認知・浸透がされていない。
- 地域の実情に応じた効果的な出前講座、特に金融と情報関連の講座が必要。

（消費者力関連）

- SNSやネットで意図せず加害者となるケースもある。加害者とならないための消費者教育も重要。
- 「消費者力」の具体化・定義づけは引き続きの課題。
- 認知機能の低下した方への支援として、成年後見や権利擁護の視点で、動画等でわかりやすい説明があるとよい。

（学校教育）

- 教員養成段階での消費者教育の充実、フェスタや消費者教育アドバイザーの周知は必要。
- 全校での指導のため、年間指導計画の見直しが必要。
- 家庭科と社会科・公民科での金融関連の扱いについて、連携が必要。

第36回消費者教育推進会議における御意見（主なもの）

【消費者教育の取組の課題】

（消費者教育教材関連）

- 教材作成が進んでいるが、教材が普及することや効果的な授業の実施につなげることには、難しさがある。学校で活用してもらうためには、どの教科で使うかなど使用する場面を特定した教材作成が重要。
- ウェブサイトや啓発資料などは数多く作成されている一方で、学校教育等の現場でそうした教材が活用されるようにつなげるための取組が必要。

（地域における消費者教育）

- コーディネーター会議の実施により、各地が抱える課題が明らかになりつつある。地域のコーディネーターや担い手にどのような支援が必要か考えていくことが重要。

（職域、従業員向け研修）

- 職域はB to Eという情報を普及させたり教育するルートであり、事業者の活用を図るべき。
- 福利厚生教育の位置づけだと導入が進まない。カスハラ対策を含め、従業員を守る観点や企業の教育課題に直結する形での導入・アプローチが効果的。