

第6期の消費者教育推進会議においては、社会的課題に対応した消費者教育の推進を図るため、デジタル化に対応した消費者教育の推進、地域における体系的な消費者教育の推進、消費者市民社会の形成とエシカル消費の推進、「消費者力」の育成・強化等をテーマに議論を行った。これを踏まえ、第7期においては、以下の論点について議論を深めていく。

## （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

公正で持続可能な社会の実現のために、消費者に対して消費者市民社会の理念の理解促進を図るとともに、その実現手段としてのエシカル消費やグリーン志向消費の一層の普及・啓発の推進を通じ、具体的な実践につなげる。

## （2）あらゆるライフステージにおける消費者教育の充実・強化

学校、地域、職域等のライフステージに応じた様々な教育の場を活用した効果的な取組の推進は、引き続き課題であり、とりわけ第6期で課題となった「職域」における消費者教育には更なる充実が求められるため、その推進に向けた方策を検討する。また、年齢や障害の有無といった特性に応じた教育・啓発の方策について検討する。

## （3）デジタル化等に対応した「消費者力」の育成・強化

デジタル化の進展を始めとした消費者を取り巻く急速な環境変化に対応して、消費者被害を未然に防止できる自立した消費者を育成するため、また、加害者とならない消費者を育成するためには、「消費者力」の底上げが必要。デジタルリテラシーや金融リテラシー等の向上の観点も含め、「消費者力」の概念を深化させ、その強化に向けた取組の方策を検討する。

## （4）消費者教育コーディネーターを中心とする地域ネットワークの強化

（2）の実現のためには、消費者教育の場の創出や担い手の発掘・確保を担う「消費者教育コーディネーター」の役割が発揮され、ネットワーク構築が進むことが重要である。これまで進められてきた育成・配置の取組を踏まえ、特に金融、情報（ICTやAI）、エシカル消費やグリーン志向消費等の専門分野や教育分野で活躍する人材の発掘・確保の方策、地域や職域等で活動する若手を含む担い手の育成とその活動の場を広げるための方策、消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）をはじめとした既存の地域ネットワークとの連携強化等を検討する。

## （5）消費者教育教材・コンテンツの活用・普及に向けた方策

国や自治体、企業や民間団体等が作成する各種消費者教育教材やコンテンツが数多く作られてきている現状は評価できる。一方で、そうした教材が教育現場に届いていない・活用されていないという課題や、どういう場面でどの教材を使うと効果的な教育が実施できるか分からないという課題があることから、消費者教育ポータルサイトや各種メディア、研修等での周知を含め、教材・コンテンツの活用・普及を促進するための方策を検討する。