

本日御議論いただきたい事項等

消費者庁

本日御議論いただきたい事項

(1) 各地の取組の現状等の把握・評価

本分科会におけるヒアリング・意見交換を通じ、消費者教育コーディネーターの本来的役割に照らし、各地のこれまでの取組や現状をどのように受け止めているか。また、どこに難しさがあるか。

(2) 消費者教育コーディネーターに求められる役割の深掘り

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、抽象的な概念ではなく、具体的な業務内容（イメージ）を示すことで、各地での取り組みやすさにつながると思われるところ、どのように表現するとよいか。

(3) 現状の課題を踏まえた今後の取組の方向性

消費者教育コーディネーターが期待される役割を発揮することなどを通じ、消費生活センターを拠点として消費者教育推進のための地域ネットワークの構築・強化を図るため、今後、どのような取組が必要か。

ヒアリングから見えてきた現状とその背景

本分科会におけるこれまでの議論を踏まえ、事務局において整理したものが以下のとおり。以下同じ。

- 成年年齢引下げといった社会全体の動きを背景に、都道府県と高等学校等の連携は相当程度進んだ。その背景には、学校現場と消費生活センター等との連携が重要というメッセージが、分かりやすく国レベルから示され、地域の取組への追い風になったことが存在している。他方で、基礎自治体と小中学校との連携は道半ば。
- 学校以外のライフステージ・属性の消費者に対する教育の取組は、自治体にとってハードル感が全く異なる上、成果を実感として感じにくい領域。
- 消費者教育コーディネーターを配置していても、そもそも「消費者教育コーディネーター」と名乗っていない、コーディネート業務には手が付けられていないなど、本来的な役割を発揮するに至っていない場合も見受けられる。
- 基礎自治体レベルであっても、問題意識を持ち、周囲に働き掛けをすることで、既存の資源を発掘・活用した連携の形を生み出すことができている例もある。
- 自治体によっては、消費者教育コーディネーターの主たる業務が関係機関との調整や新規連携先の開拓ではないとしても、消費生活部局・消費生活センター全体としてコーディネート機能を発揮している例がある。
- 消費者教育コーディネーターとなった人材の属人的な経験に依存しない形で、継続性を持って活動を展開できることが必要であるものの、自治体にとっては困難さがある。

消費者教育コーディネーターに求められる 役割・具体的な業務内容

- 基礎自治体においては、消費者教育の対象とすべき住民が集まる場所や教育を展開し得る場を把握すること。
- 積極的に消費者教育コーディネーターを名乗り、地域の様々な場において中心的な役割を担っている人との信頼関係を築くとともに、様々な場面で、消費者教育の意義と重要性を説明して回ること。
- 都道府県においては、基礎自治体の消費生活部局や消費者教育コーディネーターと連携し、各地域の教育資源の把握や実施方針の検討、担い手養成等、広域的な見地からの支援に取り組むこと。
- 出前講座をツールとしてプッシュ型の働き掛けをして講座を生み出していくこと。その前提として、魅力的な講座内容・講師の企画を試みること。
- 出前講座やイベントの開催、教育教材の作成等の各種施策の実施に当たって、隣接分野の教育を推進している他の部局や組織を巻き込むことで、アプローチできる場や消費者を広げ、かつ、担い手の確保につなげること。
- 個別事業等によりできた個人・組織とのつながりを、その場限りにせず、担い手・連携先の人材バンクとして集約したり、定期的な情報共有を続けたりすることで、そのつながりを継続的なものとするとともに、「連携」から「協働」へと発展させていくこと。

【国】

消費者教育コーディネーターの役割発揮を後方支援するような追い風を作ることが求められる。

具体的には、

- ・ 消費者教育コーディネーター自身がその役割を関係者に説明する際の補助となる資料の提供
- ・ 具体的な活動イメージ（※段階的ステップアップを目指すことを意識）をまとめた活動手引きの作成・共有
- ・ 外向けに名乗ることができる称号の創設（養成講座の実施も含む）
- ・ 実践的な知識・手法が得られる講習会の開催
- ・ 消費者教育コーディネーターの相互交流の場の確保
- ・ 幅広い知見に基づいた個別アドバイスが得られる仕組み
- ・ 先進的事例の横展開
- ・ 全国版ネットワークの構築・強化（具体的には、例えば消費者庁と文科省やJ-FLECとの連携強化）
- ・ コーディネーターの武器となる情報の整理・提供（連携先や担い手の見える化、講座等で扱うとよいテーマのラインナップや内容の整理、使いやすい教材へのアクセス確保等）

【地方公共団体】

地域の実情、つまり、対象とすべき消費者（住民）が置かれた生活環境や地域に存在する潜在的な教育資源等を最もよく知る立場として、消費者教育の取組をいかに推進していくかの全体像を描くことが重要（つまり、消費生活センターに「推進拠点」としての機能を発揮させる）。また、国の支援策を有効活用する視点を持つことも重要。

具体的には、

- ・ 自治体のコーディネート機能を高める工夫が求められることの意識を持ち、できることから始めること
- ・ 地域における消費者教育推進計画に消費者教育コーディネーターを位置付けること
- ・ 消費生活部局内で、行政職員が消費者教育コーディネーターと伴走して企画立案する体制の明確化（事業の実施や予算要求への反映、庁内の他部署との連携関係の構築などは、消費生活部局・消費生活センターが主導する意識が重要）

【その他の主体】

地域において金融経済教育に取り組む主体（金融機関等）や、見守りネットワークに参画している自治体内部局や団体等には、消費生活センターが拠点となって消費者教育の「場」や「担い手」を広げていくことへの積極的な関与を期待。