

消費教育コーディネーターとは

■「消費者教育コーディネーター」の定義

⇒ 消費者教育の推進に関する基本的な方針（平成25年6月28日閣議決定（令和5年3月28日最終変更））【抜粋】
「消費者教育を担う多様な関係者や場をつなぐため、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役割を担う者」

■ 消費者教育推進会議「地域連携小委員会」 取りまとめ

- 消費者教育コーディネーターには、①消費者教育を広める（魅力的な講座等の企画・立案・説得）、②消費者教育の実施を働き掛ける、③消費者教育の関係者をつなぐ、という役割が期待されることを明示。

■ 消費者教育推進会議「地域における消費者教育の充実に向けた連携に関する分科会」 取りまとめ

- 消費者教育を担う多様な関係者による連携体制を構築し、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ことが、コーディネート到達点と指摘。
- その上で、地方公共団体（行政）は、域内で実施すべき事業の内容や、そのために消費者教育がどのように関係主体との連携関係を構築していくかについて戦略的に企画・立案するとともに、実現に向けた総合的な調整をすべきと指摘。

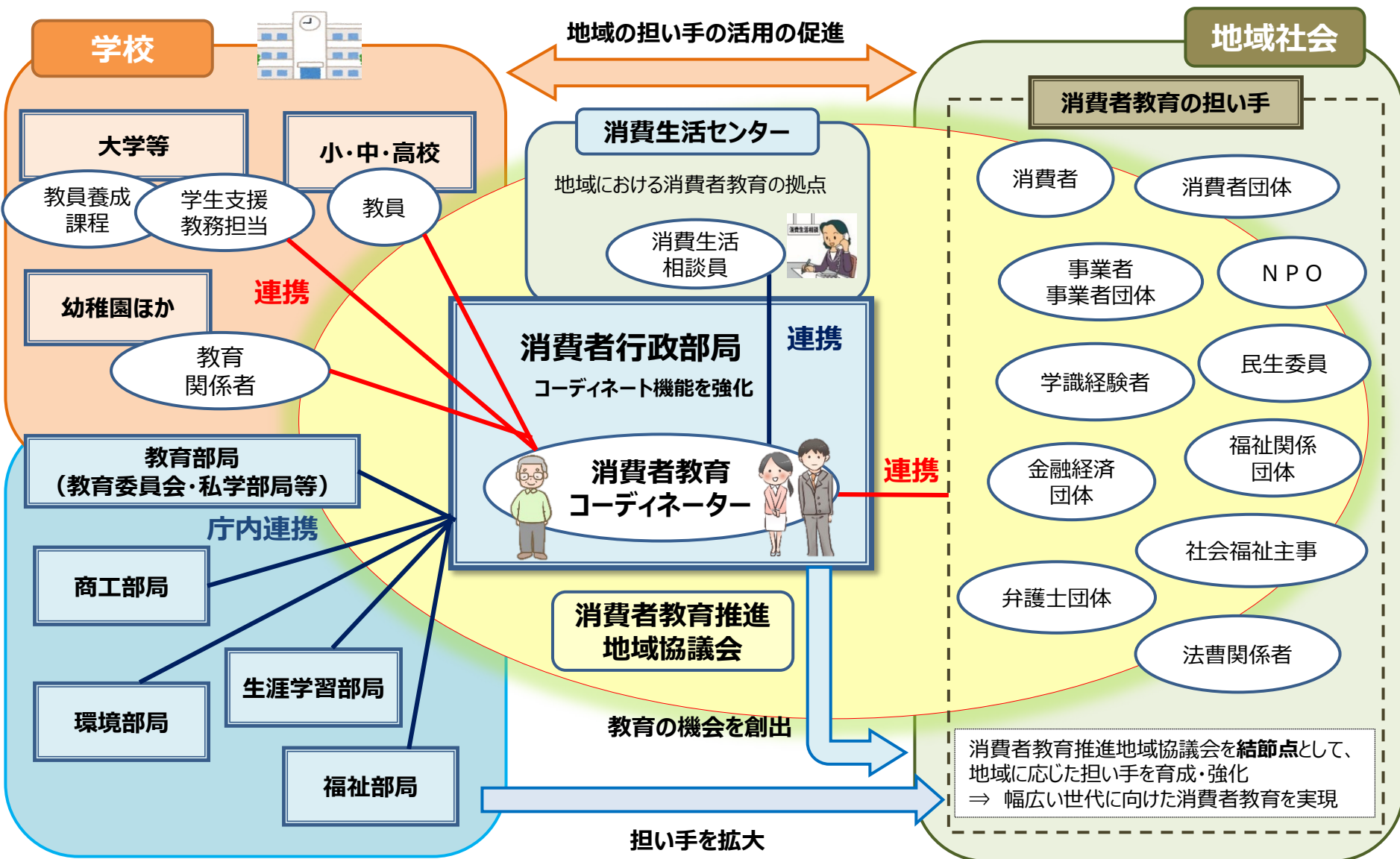
具体的な業務内容

〔各地における育成・配置と消費者教育コーディネーター自身の活動のしやすさに資するよう、本分科会では、抽象的な概念にとどまらない、具体的な業務内容を提示〕

- 基礎自治体では、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
- 都道府県では、基礎自治体の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
- 届きにくい層等に効果的にアプローチするための連携先を整理し、関係機関と相乗的に取組を推進すること
- 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になっているキーパーソンとの信頼関係を構築するとともに、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
- 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すとともに、魅力的な講座内容・講師の企画を試みることを
- 出前講座やイベントの開催、教育教材の作成等に当たって、関係し得る取組を推進している他の部局や組織を巻き込み、アプローチできる場や消費者の拡大と担い手の確保につなげることを
- 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、定期的な情報共有等を通じて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を

【参考①】地域における消費者教育の推進体制（イメージ）

地域ごとに、多様な担い手が連携して、様々な機会を捉えて、消費者教育を実施



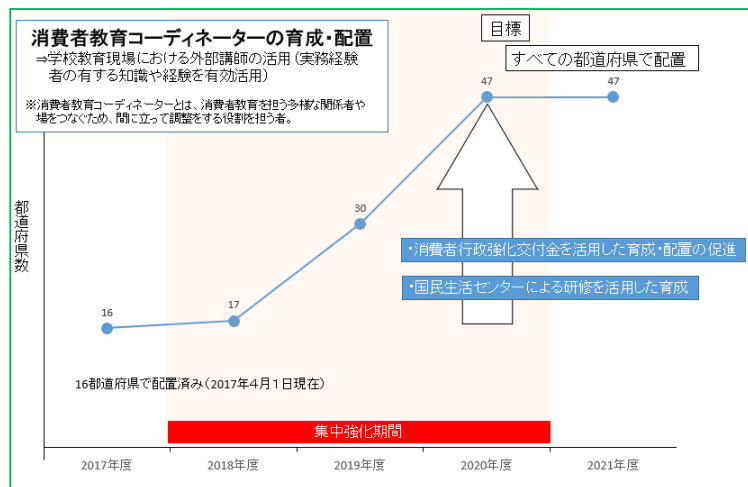
(出所)消費者教育推進会議「地域における消費者教育の推進に向けた地域ネットワークの構築・強化に関する分科会 取りまとめ」(概要)

【参考②】消費者教育コーディネーターに関する基礎的情報

○消費者教育コーディネーターの配置状況（推移）

- 平成29年4月1日時点で16都道府県で配置済み
（令和2年度に全都道府県配置が目標）

※グラフは「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム（平成30年2月20日若年者への消費者教育の推進に関する4省庁関係局長連絡会議決定）」参考1を引用



- 令和5年4月に、全都道府県で配置されたことを確認
- 令和7年4月1日時点の配置状況が以下のとおり

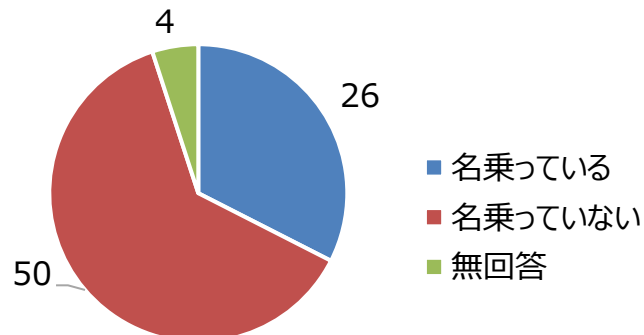
都道府県	47全都道府県において配置済
政令市	20全政令市において配置済
中核市	13/62中核市において配置済

【人数】	都道府県	96人
	政令市	38人
	市区町村	208人
	計	342人

【採用形態】	定数内職員	192人
	定数外職員	134人
	委託先職員	13人
	その他	3人

【本職】 （前職を含む）	行政職員	195人
	消費生活相談員	97人
	教員、元教員等	21人
	その他	29人

○対外的な説明・活動において「消費者教育コーディネーター」と名乗っているか



消費者教育コーディネーターを設置している地方公共団体（47都道府県、20政令市、13中核市）中、

- ・「名乗っている」地方公共団体が26
- ・「名乗っていない」地方公共団体が50
- ・ 無回答が4

（出所）消費者教育推進会議「地域における消費者教育の推進に向けた地域ネットワークの構築・強化に関する分科会 取りまとめ」（概要）