

地方自治体における消費者教育コーディネーター設置の現状と課題―「地方自治体における学校消費者教育の充実に向けた連携・協働に関する調査」から―

法政大学大学院准教授・(公財)消費者教育支援センター首席主任研究員 柿野 成美

本稿は、学校消費者教育の推進における地方消費者行政と教育委員会との連携・協働について調査した結果のうち、消費者教育コーディネーターを中心に報告するものである。なお、報告書全文は当センターWebサイトに掲載しているので参照されたい。

【調査目的】

全国の消費生活センターを対象に、学校消費者教育の充実に向けた連携・協働の現状や課題等を把握し、今後の政策提言の基礎資料とする。なお、本調査は、独立行政法人日本学術振興会科学研究費助成事業（研究課題番号21K13498、研究代表者：柿野成美）の助成を受けて実施した。

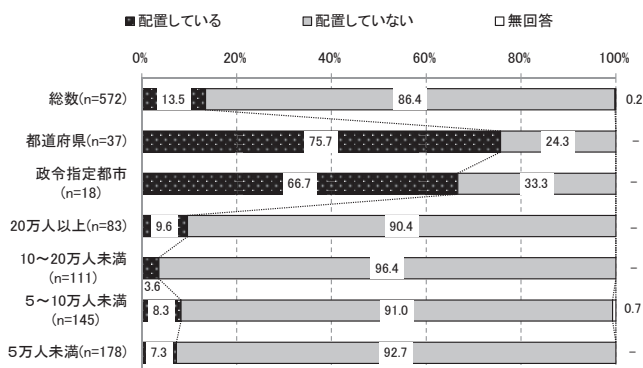
【調査方法】

- (1)調査対象 全国の消費生活センター 821か所（一部相談窓口も含む）
- (2)調査方法 郵送配付、郵送返送
- (3)調査時期 令和4年2月
- (4)有効回収数(率) 572 (69.7%)

【調査結果(抜粋)】

1. 消費者教育コーディネーター^{※1}の配置状況

行政組織内に行政職員を含め消費者教育コーディネーターを配置しているか聞いたところ、全体で



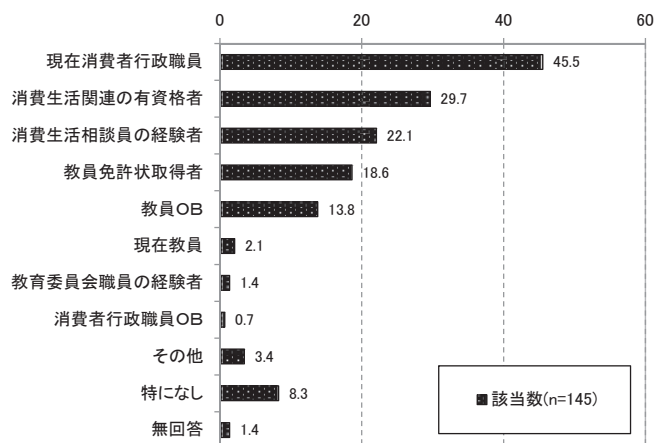
【図1】消費者教育コーディネーターの配置状況
<全体、都市規模別>

は、「配置している」が13.5%、「配置していない」が86.4%となっていた。

都市規模別では、「配置している」と回答した割合は、都道府県(75.7%)と政令指定都市(66.7%)で高い。一方、「配置していない」と回答した割合は、都道府県、政令指定都市以外の自治体で9割を超えた。

2. 消費者教育コーディネーターの経歴

回答が得られた145人の消費者教育コーディネーターの経歴を聞いたところ、「現在消費者行政職員」(45.5%)の割合が最も高く、次いで、「消費生活関連の有資格者」が29.7%、「消費生活相談員の経験者」が22.1%、「教員免許状取得者」が18.6%、「教員OB」が13.8%となっていた。

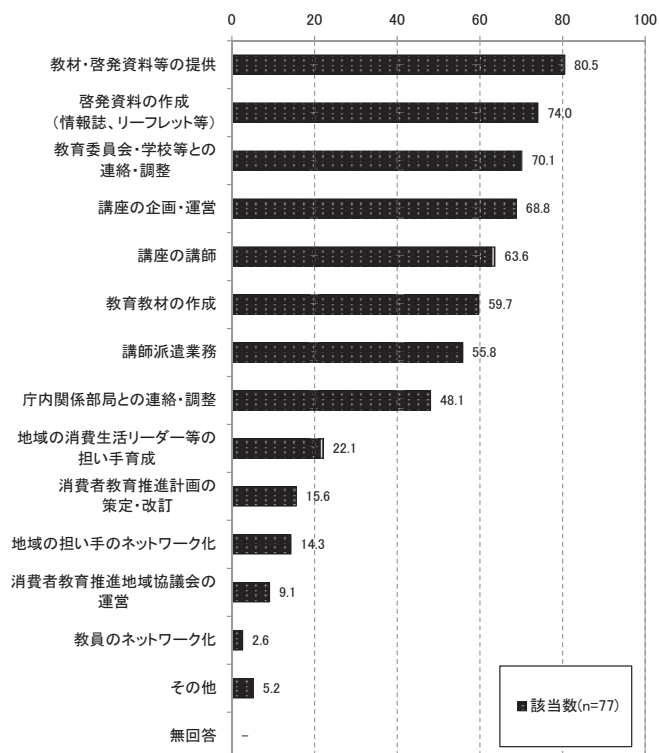


【図2】消費者教育コーディネーターの経歴(複数回答)
<全体>

3. 消費者教育コーディネーターの担当業務

消費者教育コーディネーターを配置している自治体(77自治体)に、消費者教育コーディネーターの担当業務を聞いたところ、「教材・啓発資料等の提供」(80.5%)の割合が最も高く、次いで、「啓発資料の作成(情報誌、リーフレット等)」が74.0%、「教育委員会・学校等との連絡・調整」が70.1%、「講座の企画・運営」が68.8%となっていた。

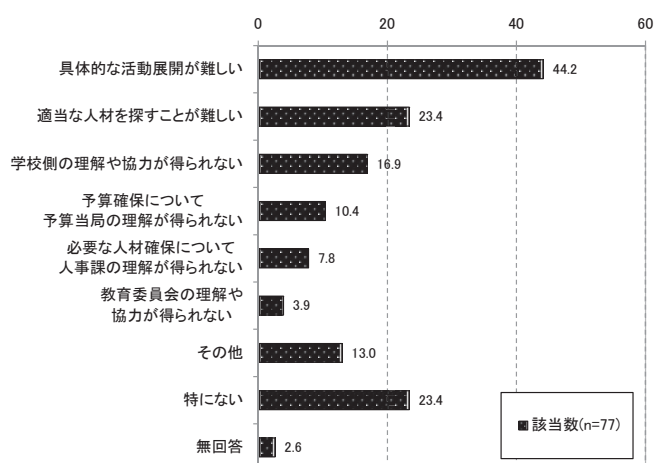
※1 消費者教育を担う多様な関係者や場をつなぎ、消費者教育の実践の場をつくる人材



【図3】消費者教育コーディネーターの担当業務 (複数回答) <全体>

4. 学校との連携における消費者教育コーディネーターの配置や活動の課題

消費者教育コーディネーターを配置している自治体 (77自治体) に、学校との連携を行うにあたり、消費者教育コーディネーターの配置や活動について、どのようなことが課題になっているか聞いたところ、「具体的な活動展開が難しい」 (44.2%) の割合が最も高く、次いで、「適当な人材を探すことが難しい」が23.4%となっている。なお、「特にない」は23.4%であった。



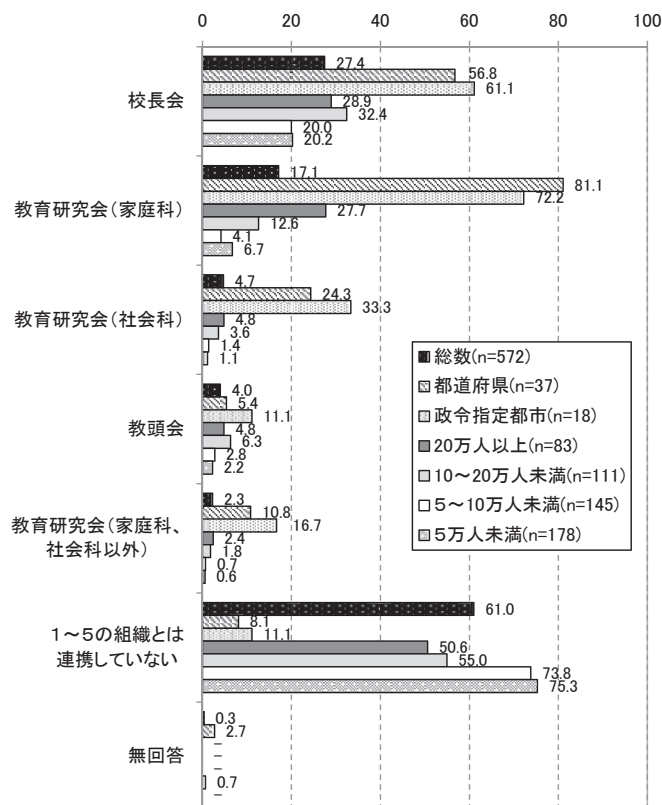
【図4】学校との連携における消費者教育コーディネーターの配置や活動の課題 (複数回答) <全体>

5. 過去3年間の教育組織との連携

過去3年間の教育組織との連携について聞いたところ、全体では、「1～5の組織とは連携していない」

が61.0%で最も割合が高い。連携している教育組織では、「校長会」 (27.4%)、「教育研究会 (家庭科)」 (17.1%) の順となっている。

都市規模別では、都道府県、政令指定都市は「教育研究会 (家庭科)」の割合が最も高い。それ以外の自治体では「1～5の組織とは連携していない」の割合が最も高い。



【図5】過去3年間の教育組織との連携 (複数回答) <全体、都市規模別>

6. 教育委員会や学校との連携を進めていくために必要な取組み

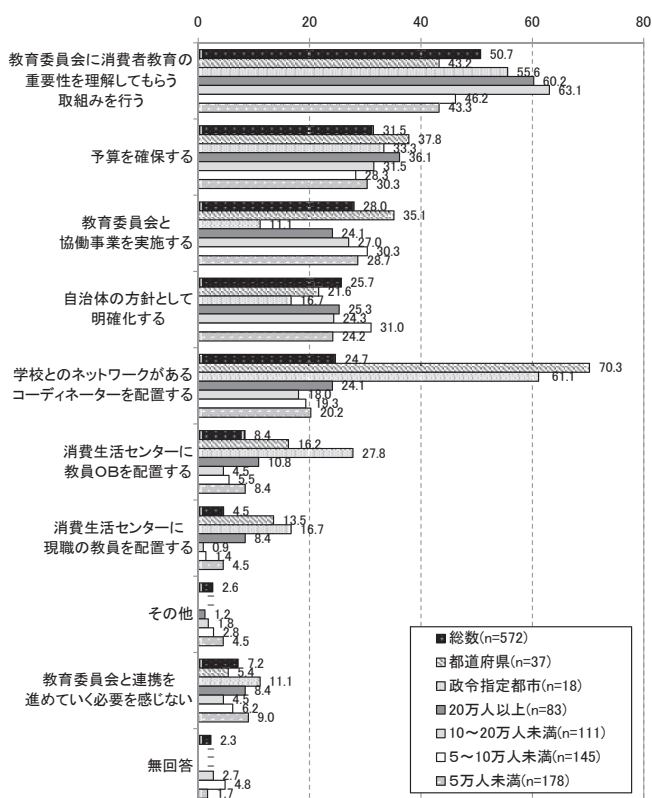
消費生活センターが教育委員会や学校との連携を進めていくために、どのような取組みが必要だと思うか聞いたところ、全体では、「教育委員会に消費者教育の重要性を理解してもらう取組みを行う」が50.7%で最も割合が高かった。

都市規模別では、都道府県、政令指定都市は「学校とのネットワークがあるコーディネーターを配置する」の割合が最も高い。それ以外の自治体では「教育委員会に消費者教育の重要性を理解してもらう取組みを行う」の割合が最も高かった。

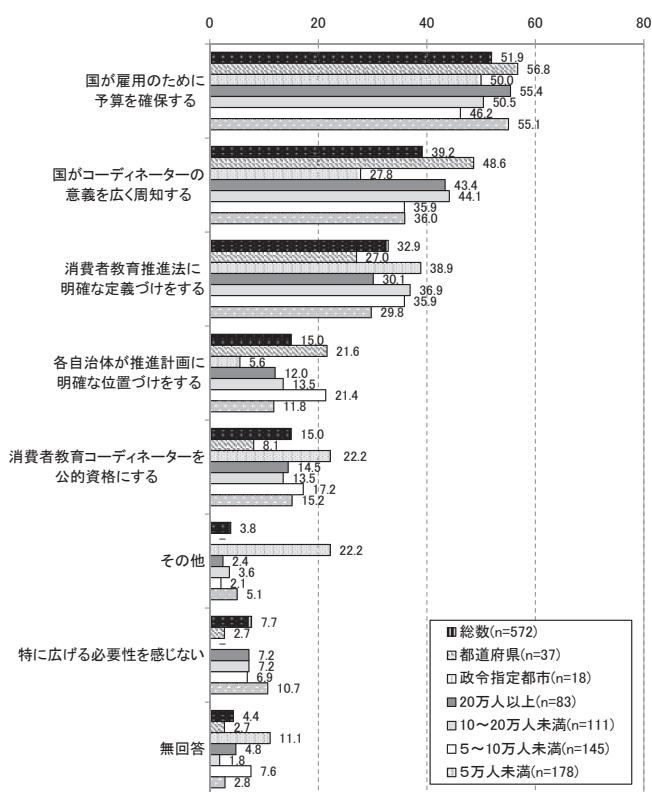
7. 消費者教育コーディネーターを全国的に広げるために必要なこと

消費者教育コーディネーターを広げるために必要なことを聞いたところ、全体では、「国が雇用のために予算を確保する」が51.9%で最も割合が高く、次いで、「国がコーディネーターの意義を広く周知する」が

39.2%、「消費者教育推進法に明確な定義づけをする」が32.9%となっていた。都市規模別では、大きな差はみられなかった。



【図6】教育委員会や学校との連携を進めていくために必要な取組(複数回答)＜全体、都市規模別＞



【図7】消費者教育コーディネーターを全国的に広げるために必要なこと(複数回答)＜全体、都市規模別＞

8. 考察

地方自治体における消費者教育コーディネーター設置の概要は以下の通りである。コーディネーターは都道府県・政令指定都市を中心に77自治体で設置されており、その中心は行政職員である。コーディネーターの主な担当業務は教材・啓発資料等の作成や提供、教育委員会・学校等との連絡調整、講座に関すること(企画調整、講師、講師派遣)であり、具体的な活動展開が難しいという課題を抱えていた。また、今後教育委員会や学校との連携を進めていくために、都道府県・政令指定都市では「学校とのネットワークがあるコーディネーターの配置」、それ以外の自治体では「教育委員会に消費者教育の重要性を理解してもらう取組を行う」を必要だとしていた。ただし、地方自治体で消費者教育コーディネーターを広げていくためには、予算の問題が最も大きく、国での予算確保を希望していた。

本調査の結果から、コーディネーターの配置は都道府県・政令指定都市を中心に数字上では進んでいると見ることもできるが、教育委員会や学校現場との連携・協働という視点から見ると不十分であることが明らかになった。特に、配置が進む都道府県・政令指定都市では行政職員がコーディネーターの職務を果たしているものの、学校とのネットワークがあるコーディネーターの配置を希望している現実からも、例えば教員OBの配置や教員の人事交流等、地方自治体が積極的に登用できるような国からの支援も重要であろう。

また、基礎自治体においてはコーディネーターの配置は1割に満たなかったが、消費者行政が兼務である自治体も多いなかで、一定数のコーディネーターが誕生していることは興味深い。自治体それぞれに抱える課題は異なるが、具体的な活動展開が難しいという課題が多かったことから、コーディネーターが相互に交流できるコミュニティの形成が非常に重要だと言えよう。

筆者は本調査を活用して、地方自治体と教育委員会の連携・協働のレベルを計測する尺度を開発する研究も進めている。消費者教育推進法が成立・施行されて10年の節目を迎える今、改めて実態を把握することを通じて、消費者教育推進の成果を共有し地方自治体におけるさらなる推進を応援していきたい。

本調査の実施に当たり、年度末にもかかわらず多くの自治体から回答をいただいたことに心から御礼申し上げます。



柿野 成美

法政大学大学院准教授
(公財)消費者教育支援センター首席主任研究員
愛知県出身。平成9年お茶の水女子大学大学院を修了後、平成10年より消費者教育支援センターに勤務。令和4年4月、法政大学大学院政策創造研究科准教授に着任。博士(政策学)。著書に「消費者教育の未来―分断を乗り越える実践コミュニティの可能性―」(法政大学出版局)がある。