

令和2年度 大阪府消費生活センター  
『大学生期における消費者教育推進事業』

産学協働人材育成機構 AICE を活用した大学生による  
消費者教育推進の取組  
～ニューノーマル時代における学生リーダー会の活動継続をめざして～

## 事業報告書

令和3年3月

大学生期における消費者教育推進事業共同企業体  
代表構成員：有限会社ダブル・ワークス  
構成員：産学協働人材育成機構 AICE

## 目 次

第1章 取組について .....	5
1. 目的・趣旨 .....	5
2. 新型コロナウイルス感染症感染防止対策.....	5
3. 実施内容 .....	6
4. 実施体制 .....	7
(1) 実施体制 .....	7
(2) 本事業の特徴と強み .....	9
(3) 実施スケジュール .....	10
第2章 実施内容 .....	11
第1節 大阪府消費者教育学生リーダー養成講座の開発及び実施 .....	11
1. 応募者の確保と募集 .....	11
2. カリキュラムの考え方 .....	13
(1) 7つの重点課題.....	13
(2) カリキュラムの考え方～3部構成による講座づくり.....	14
(3) 受講から修了認定までの一連のWeb対応.....	15
(4) 消費者教育の担い手育成としての工夫.....	15
(5) 循環型学習モデルに基づいた講座づくり.....	16
3. コロナ禍で具体的に開講した養成講座カリキュラム.....	17
(1) 講座開催時期 .....	17
(2) 講座内容(カリキュラム) .....	18
(3) 講義動画の作成及び配信.....	21
(4) 応募者数、修了者数 .....	28
4. 大学の教育課程において単位認定される開講科目との連携 .....	29
(1) 大学教育課程の中での単位化 .....	29
(2) 単位互換制度の活用 .....	30
(3) 具体的に開講された養成講座カリキュラム .....	30
第2節 SDGs と消費者教育.....	33
1. SDGsと消費者教育.....	33
2. リーダー会にとってSDGsとは.....	33
第3節 ニューノーマル時代における大阪府消費者教育 学生リーダー会の継続の在り方 .....	35
1. 活動の柱.....	35

2. ヒト（組織と役割） .....	37
3. 学生が対面で集まることができない状況を克服する工夫.....	38
4. 大阪府消費者教育学生リーダー会について.....	38
5. 大阪府消費者教育学生リーダー会登録者数.....	41
6. 大阪府消費者教育学生リーダー会議.....	42
<b>第4節 大阪府消費者教育学生リーダー認定 .....</b>	<b>45</b>
1. 認定要件.....	45
2. 認定の事務手続き.....	46
3. 大阪府消費者教育学生リーダー認定者数.....	46
<b>第5節 コロナ禍の中での大学生による消費者啓発に関するボランティア活動の実施 .....</b>	<b>47</b>
1. 消費者教育啓発Webゲームのシステム開発と提供 .....	47
(1) Webゲーム化する啓発プログラムの選定 .....	47
(2) システム設計及び開発への参加 .....	47
(3) リーダー会によるゲーム企画検討会議の設置.....	50
(4) Webゲーム「そのときあなたはどのようにする？」の特徴と活用.....	53
(5) Webゲームの遊び方～「つくる」.....	54
(6) Webゲームの遊び方～「あそぶ」.....	55
(7) Webゲームの管理者画面の操作 .....	55
(8) Webゲームのセキュリティ対応 .....	55
(9) キャラクターづくり .....	56
2. その他実施したボランティア活動について .....	57
(1) 大阪府消費者フェアでの動画出演.....	59
(2) 大阪府消費者教育リーダー養成講座での講義動画撮影.....	60
(3) 和歌山大学後期集中授業「消費者市民と社会」でのティーチング・アシスタント.....	61
(4) 全国消費者フォーラムでの発表動画企画作成.....	61
<b>第6節 企業×学生交流会の開催 .....</b>	<b>64</b>
1. リーダー会主催のZoomによる交流会の開催 .....	65
(1) Zoomによる交流会開催.....	65
(2) 第1回企業×学生交流会.....	67
(3) 第2回企業×学生交流会.....	71
(4) 大阪府消費者教育学生リーダー認定.....	75
(5) 企業×学生交流会5年間のテーマ.....	75

第7節 啓発活動・広報活動.....	77
1. 大阪府消費者教育学生リーダー会専用ホームページによる情報発信.....	77
2. 全国消費者フォーラムでのリーダー会活動紹介 .....	80
3. チラシ等による広報.....	80
4. ホームページによる広報.....	81
5. 関西 SDGs プラットフォームへのイベント掲載.....	82
第3章 取組に対する効果の検証 .....	83
1. 効果検証のための調査について .....	83
2. 「養成講座受講者アンケート」から見た効果の検証.....	83
(1) アンケート結果(平成28、29、30、令和元、2年度) .....	83
(2) 効果の検証(平成28、29、30、令和元、2年度).....	88
3. 交流会アンケートから見た効果の検証(学生・企業) .....	90
(1) 効果の検証(平成28、29、30、令和元、2年度).....	90
第4章 今後への課題と展望 .....	95
1. 今後への課題.....	95
(1) ニューノーマル時代に向けた本取組の新たな在り方について ～今後を見据えた3つのチャレンジ .....	95
(2) ニューノーマルの新たな在り方について.....	97
2. 今後への展望.....	97
資料編	
資料1 「大阪府消費者教育学生リーダー養成講座」受講生募集チラシ	
資料2 大阪府消費者教育学生リーダー養成講座修了申請フォーム (Web 版)	
資料3 大阪府消費者教育学生リーダー認定要件チェックフォーム (Web 版)	
資料4 大阪府消費者教育学生リーダー会登録用フォーム (Web 版)	
資料5 「大阪府消費者教育学生リーダー養成講座」修了証	
資料6 大阪府消費者教育学生リーダー養成講座 (Web) の仕組みとホームページ上の Web 講座	
資料7 消費者教育啓発 Web ゲームの仕組み	
資料8 関西 SDGs プラットフォームへの講座募集掲載	
資料9 消費者庁「消費者教育ポータルサイト」への講座募集掲載	
資料10 ボランティア募集サイト activo への講座募集掲載	
資料11 個人の肖像権使用についての承諾書	
資料12 和歌山大学後期集中授業「消費者市民と社会」カリキュラム	
資料13 消費者教育啓発 Web ゲーム画面	

- 資料 1 4 大阪府消費者教育学生リーダー会議次第
- 資料 1 5 大阪府消費者フェア 2020 チラシ
- 資料 1 6 全国消費者フォーラム演題目次
- 資料 1 7 企業×学生交流会次第（第1回～第2回）
- 資料 1 8 大阪府消費者教育学生リーダー養成講座アンケート結果
- 資料 1 9 大阪府消費者教育学生リーダー養成講座アンケート結果（5年間集計）
- 資料 2 0 交流会アンケートフォーム（学生用、企業用）
- 資料 2 1 交流会アンケート結果（第1回、第2回）
- 資料 2 2 交流会アンケート結果（5年間集計）

# 第1章 取組について

## 1. 目的・趣旨

平成24年12月に施行された「消費者教育の推進に関する法律」（以下、「新法」と記す。）における中心的課題は、①新しく定義された「消費者市民社会」の形成に人々が積極的に参画することであり、その実現のために、②「消費者教育」を幼児期から高齢者までの各段階に応じて体系的に行うことである。また、令和4年4月の改正民法の施行により、すべての学生が成年となる大学等においては、高等学校段階までに身に付けた知識等を踏まえ、一人ひとりの学生が、契約に関する知識や契約に伴う権利、責任並びに消費者として主体的に判断し、責任をもって行動できる能力を高める機会を持つことが重要である。さらには、次代の社会、経済を担う成人として、SDGs の概念を理解し、主体的に「消費者市民社会」の形成に参画するための資質を習得できるよう、授業や社会貢献活動などの様々な活動において、消費者の視点を踏まえた教育を推進することが求められている。

本取組では、社会に出る直前の時期であり、大学を卒業して社会に出れば、社会を動かす重要な構成員の一人となる大学生を対象に、消費者として自立した判断能力を備え、さらには社会に出た時には消費者市民社会の実現に向け積極的に活動を行うことができる力を持つ大学生を育成する。また、消費者教育の担い手としてボランティア活動を行う大学生を育成する。さらには、平成28年度に立ち上げた大学生による大阪府消費者教育学生リーダー会（以下、「リーダー会」と記す。）が継続してボランティア活動を進めていくための体制づくりを行うことをめざすものとする。

## 2. 新型コロナウイルス感染症感染防止対策

今年度は、新型コロナウイルス感染症の急激な感染拡大により、4月7日には大阪を含む7都道府県に緊急事態宣言が出された。5月21日には緊急事態宣言は大阪府では解除されたものの、世界的なパンデミックの状況は変わらず、本事業が開始した9月には、今後の感染拡大が危惧される中でのスタートとなった。そのため、今年度の本事業のすべての取組はオンライン上で実施することとなった。

以下は、Web上で行った取組である。養成講座は、動画によるオンデマンド方式とZoomによるオンタイム方式の2種類で行った。会議はすべてZoomにて行った。

- ・大阪府消費者教育学生リーダー養成講座（以下、「養成講座」と記す。）
- ・リーダー会のボランティア活動
- ・企業×学生交流会（以下、「交流会」と記す。）
- ・大阪府消費者教育学生リーダー会議（以下、「リーダー会議」と記す。）

- ・大阪府との打ち合わせ

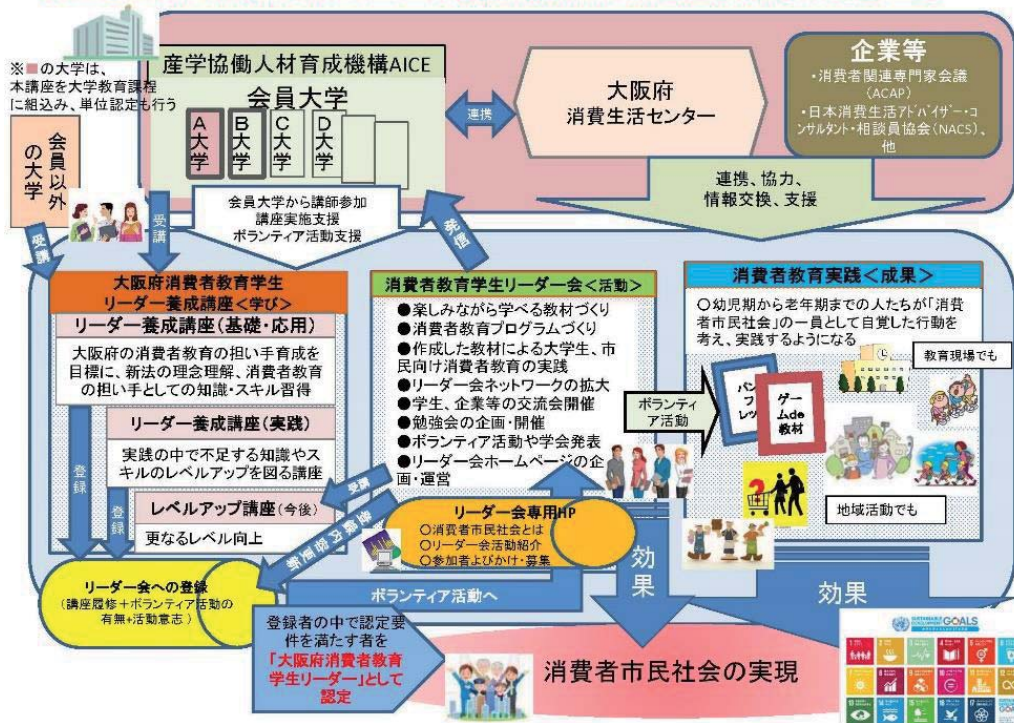
### 3. 実施内容

本取組では、事業目的を達成するために、以下に取り組んだ。実施にあたっては、大阪府消費生活センターと適宜打合せをしながら円滑な事業推進を図った。今年度はコロナ禍の影響によって3密を避けることを求められたことから、養成講座及び大学生のボランティア活動及び大阪府との打ち合わせ等、すべてWeb上にて実施した。

- ① Web配信による養成講座の実施と学生の募集方法の工夫
- ② 養成講座では大学生間での消費者教育・啓発を行うとともに、地域における消費者教育・啓発活動を行う大阪府内の消費者教育の新たな担い手のリーダーとして輩出
- ③ リーダー会に登録した大学生で構成するネットワークの構築
- ④ 大阪府消費者教育学生リーダー（以下、「学生リーダー」と記す。）の認定
- ⑤ 大学生による消費者啓発・ボランティア活動の実施
- ⑥ ボランティア活動として消費者教育啓発プログラムのWebコンテンツを制作
- ⑦ リーダー会の体制づくり
- ⑧ 養成講座については、和歌山大学の教育課程で提供した授業「消費者市民と社会」（南大阪地域大学コンソーシアム単位互換科目）と連携し、授業の受講生で希望する大学生についてはリーダー会への登録を認め、要件を満たすものについては「学生リーダー」に認定
- ⑨ 消費者教育をSDGsのひとつとして明確に定義し、学生リーダー認定に向けた研修プロセスから学生リーダーとしての対外的な情報発信に至るまで、これを消費者市民社会形成のための手立てとして位置づける。
- ⑩ 上記の評価、検証

そのための具体的な実施内容は、以下であった。

大学生による「大阪府消費者教育学生リーダー会」を核とした自治体・大学連携型消費者教育実践スキーム



#### 4. 実施体制

##### (1) 実施体制

本取組を実施するにあたり、以下の実施体制により行った。

##### ①実施体制に基づく責任者

氏名	所属・役職等	備考欄
難波 美都里	大学生期における消費者教育推進事業共同企業体構成員 産学協働人材育成機構 AICE 統括コーディネーター、大学生期における消費者教育推進事業共同企業体代表構成員 有限会社ダブル・ワークス 代表取締役	業務推進担当責任者、トラブル・苦情処理担当責任者、学生指導支援員、会計
鯨坂 恒夫	大学生期における消費者教育推進事業共同企業体構成員 産学協働人材育成機構AICE 企画運営委員長、和歌山大学 教授	業務責任者 業務実施責任者
木村 亮介	大学生期における消費者教育推進事業共同企業体構成員 産学協働人材育成機構 AICE 戦略会議メンバー、和歌山大学 講師	業務担当
大串 恵太	大学生期における消費者教育推進事業共同企業体構成員 産学協働人材育成機構 AICE 戦略会議メンバー、追手門学院大学 常勤講師	講座担当、業務担当
岡崎 裕	和歌山大学 教育学部 教授	講座担当 事業全体監修
難波 美都里	大学生期における消費者教育推進事業共同企業体構成員 産学協働人材育成機構 AICE 事務局、大学生期における消費者教育推進事業共同企業体代表構成員 有限会社ダブル・ワークス	総務、個人情報作業責任者



## ②実践にあたってのそれぞれの役割

本取組の効果的かつ円滑な推進と大学、自治体、企業等が協力する環境づくりのために、産学協働人材育成機構 AICE 会員※（大学、企業、経済団体、自治体）、地元企業等、地元消費生活センター等とが連携を図り、それぞれが以下の役割を担い事業を円滑に推進した。

<p>◆産学協働人材育成機構 AICE</p> <p>①本取組の推進及びとりまとめ                  ②養成講座の募集及び開講に係る業務                  ③大学への協力依頼（教員及び学生への取組協力及び養成講座参加協力）                  ④リーダー会活動の支援                  ⑤大学生の消費者教育ボランティア活動の実施に係る支援業務                  ⑥Zoom 会議開催及びシステム開発支援                  ⑦アンケート作成、実施、集計、検証等に係る業務                  ⑧本事業の関係各部との連絡調整                  ⑨「学生リーダー」認定及び認定に係る業務 ⑩事業報告書の作成                  ⑪会計等申請関連事務全般</p>
<p>◆地域活動団体、企業等：消費者関連専門家会議（ACAP）、日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会（NACS）、日本ヒーブ協議会、消費者支援機構関西（KC's）</p> <p>①消費者教育への助言協力                  ②養成講座講師及び養成講座用動画作成への参加                  ③ボランティア活動への協力、助言、広報協力                  ④「交流会」のワークショップへの参加                  ⑤アンケート回答協力</p>
<p>◆大学（教員、学生）：和歌山大学、AICE 会員大学、他</p> <p>&lt;教員&gt;                  ①養成講座への参加協力                  ②養成講座講師及び養成講座用動画作成                  ③アンケート調査表作成、分析、検証協力                  ④リーダー会活動指導助言 ⑤ボランティア活動支援                  ⑥システム開発支援 ⑦動画作成編集支援 ⑧事業報告書作成協力</p> <p>&lt;学生&gt;                  ①養成講座を受講                  ②ボランティア活動に参加（Web システムコンテンツづくり）                  ③修了生のうち要件を満たした者は「学生リーダー」として資格認定                  ④リーダー会に登録した学生は、リーダー会活動、リーダー会議に参加</p> <p>&lt;和歌山大学&gt;                  ①教育課程一般教養科目群「消費者市民と社会」（後期集中授業）を学生リーダー認定プログラムとして設定し、開講                  ②ボランティア活動に参加</p>

※AICE 会員：（大学）和歌山大学、兵庫県立大学、追手門学院大学、大阪音楽大学、大阪工業大学、大阪成蹊大学、関西外国語大学、摂南大学、帝塚山学院大学、芦屋大学、大手前大学、大阪音楽大学短期大学部、羽衣国際大学、神戸山手大学  
 （企業、経済団体、行政等）：関西広域連合、兵庫県経営者協会、和歌山県経営者協会、堺経営者協会、関西生産性本部、近畿日本ツーリスト(株)、(株)エピット、シュンビン株式会社、マーケティングメソッド研究所、(株)笑美面、(株)ナジック・アイ・サポート、公認会計士若松尚也事務所、NPO 法人 JAE （協力）近畿経済産業省

## (2) 本事業の特徴と強み

### ① ネット配信による養成講座の仕組みづくり

新型コロナウイルスの感染拡大防止のために3密を避けることが求められたことから、養成講座の実施については、受講申し込みから講座配信、受講確認、アンケート、講座修了証の付与までの一連の流れを Web で行うことができる仕組みを整備した。(資料6参照。)

### ② 情報学科を持つ大学教員の協力による養成講座の良質な Web 配信用コンテンツ作成

養成講座の講義を動画で Web 配信した。Web 配信するコンテンツについては、今後のニューノーマル時代を見据えた講座提供の新しいチャンネルづくりを想定し、帝塚山学院大学の情報専門の教員の協力を得て、分かりやすい動画づくりを進めた。

### ③ リーダー会が開発した消費者教育・啓発プログラムの Web 配信の仕組みづくり

リーダー会では、4年間の消費者教育啓発活動で各種の消費者教育・啓発プログラムを実施してきた。今年度のボランティア活動は、3密を避けるために従来のようにイベント等で学生が直接子どもたちや市民の人たちに啓発活動を行なうことが難しかった。そこで、これまで実践してきたボランティア・プログラムの1つについて、啓発プログラム Web 配信の仕組みを構築し、イベントを行わなくても市民に提供できる啓発プログラムを開発した。Web 配信することで、これまで参加できなかった層にアプローチする新たなチャンネルができる好機と捉えることとした。

### ④ 小中高校等の授業で活用できることを企図した独自啓発コンテンツづくりができるシステムづくり

啓発プログラム Web 配信のシステム構築に際して、リーダー会だけでなく、参加者自らプログラムコンテンツを入力して独自の消費者教育・啓発プログラムを作成するシステムとして構築した。広く小中高校等の授業で活用してもらうことを企図した。消費者教育プログラムを作る段階から参加者みんなで作り上げ、自分たちで作ったプログラムで遊び学ぶことができるシステムを構築することにより、参加者の意識を高める効果を期待した。(資料7参照。)

### ⑤ 会員管理システム及びラインを活用したリーダー会組織名簿管理

弊社のチェックインシステムを活用してリーダー会に登録した学生の管理を行った。一方で、リーダー会に参加しても活動に積極的に参加する学生と不活性の学生がいることから、リーダー会活動の情報共有のために開設しているライン(SNS)への登録により、活動への参加を促し、積極的に活動する学生の管理を行った。なお、リーダー会への登録用紙(登録フォーム)は、登録申請時にラインに登録することを要件とするよう改訂した。

### ⑥ Zoom を活用したリーダー会議の開催

リーダー会の検討・決議事項はリーダー会議によって行ってきた。今年度は、学生が一同に会することができないことから、リーダー会議は Zoom 会議によって行った。Web 配信用の啓発コンテンツづくり等はリーダー会で行うが、ラインでリーダー会議への参加者を募り、Zoom 会議で内容を検討しコンテンツ作りを進めた。(資料14参照。)

### (3) 実施スケジュール

本取組の実施スケジュールは、以下の通りであった。

	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
養成講座								
和歌山大学講座								
啓発プログラムコンテンツづくり (ボランティア活動)								
啓発プログラムコンテンツづくり								
啓発プログラム HP 上で公開								
リーダー会								
アンケート・効果の検証								
資格認定								
報告書作成								

## 第2章 実施内容

### 第1節 大阪府消費者教育リーダー養成講座の開発及び実施

#### 1. 応募者の確保と募集

養成講座の受講生の確保が年々難しくなる中、単位認定される大学教育課程との連携による学生確保とあわせ、今年度は、コロナ禍におけるリーダー会の活動継続を第一義においたニューノーマル時代にふさわしい養成講座の実施及び応募者の確保について、Web を活用したモデル構築をめざした。和歌山大学との連携は今年度も実施した。

#### 【受講学生及び認定者を確保するための方策について】

養成講座は、「受講申し込み」から「講座配信」、「受講確認」、「受講修了申請」、「アンケート」、「登録」、「認定証の付与」までの一連の流れを Web で行うことができる仕組みを整備した。（資料6参照。）

そこで、養成講座の開講が学生に広く届くよう、従来のチラシを大阪府内の大学に郵送する方法から転換し、チラシは PDF でのみの作成とし、PDF チラシを大学内の学生向けオンライン情報提供の仕組みに組み込んでもらいやすくした。また、ホームページ上に掲載する他、Web 開催の利点を活かし、消費者庁「消費者教育ポータルサイト」や「activo」など各種のポータルサイトを積極的に活用し、消費者教育に当初興味のない学生にも届くよう講座案内を掲載した。（チラシは資料1参照。）

受講後の修了生からのヒアリングでは、大学が提供する学生向けの情報掲載 Web サイトに掲載された本事業をみて応募した学生が最も多かったことから、今後も PDF での提供は有効であると思われる。

養成講座の広報の方法については、本事業のホームページ掲載の他、以下を行った。

■受講対象者：大学生（大阪府在住・在学の学生以外も対象とする）

■募集・広報：

- ・チラシを作成し、AICE 会員大学、その他知り合いの大学にメールを送付案内し、公募した。  
大学によっては、自大学内の学生向け情報提供サイトに掲載していただいた。
- ・本事業ホームページにより公募した。
- ・大阪府ホームページにより公募した。
- ・大阪府消費生活センター公式ツイッターによって公募を呼びかけた。
- ・リーダー会ネットワークを活用し、「リーダー会のホームページやツイッター等によって公

募を呼びかけた。

- ・産学協働人材育成機構 AICE のもつ大学ネットワークを使って、大学の教職員に呼びかけ、学生の推薦を依頼した。
- ・AICE が会員である「関西 SDGs プラットフォーム」へ掲載した。(資料 8)
- ・消費者庁「消費者教育ポータルサイト」へ掲載した。(資料 9)
- ・ボランティア活動や研修を掲載する「activo」(<https://activo.jp/>)へ掲載した。(資料 10)
- ・連携する和歌山大学の開講科目「消費者市民と社会」は、南大阪地域大学コンソーシアム及び高等教育機関大学コンソーシアム和歌山の単位互換制度に提供されている科目であることから、2つの大学コンソーシアムのホームページに掲載された。

＜南大阪地域大学コンソーシアム 単位互換参加大学＞

大阪芸術大学、大阪女子短期大学、大阪府立大学、大阪大谷大学、高野山大学、帝塚山学院大学、羽衣国際大学、桃山学院大学、和歌山大学、桃山学院教育大学、清風情報工科学院、近畿大学生物理工学部

＜高等教育機関大学コンソーシアム和歌山 単位互換参加大学＞

和歌山大学、和歌山県立医科大学、高野山大学、近畿大学生物理工学部、和歌山県立医科大学看護短期大学部、和歌山信愛女子短期大学、和歌山工業高等専門学校

令和2年度大阪府消費者教育推進事業  
「大学生期における消費者教育推進事業」  
大学生期における消費者教育推進事業  
～ユニバーサル時代に向けた学生リーダー育成活動を進めよう～

**学生リーダー大募集**

大阪府消費者教育リーダー学生養成講座

リーダー各活動では企業との連携も！  
SDGsに臨む最先端と活動！  
大阪府消費者教育学生リーダーとして認定！  
企業連携を促すチャンス！  
学生リーダーとしてリーダーシップを発揮する機会！

STEP1  
基礎知識  
消費者教育の意義と役割

STEP2  
学生リーダーとして  
オンラインで学ぶ

STEP3  
大阪府消費者教育  
学生リーダーとして認定

対象 大学生

募集定員・応募要項  
募集期間 令和2年11月27日(金)

応募できる方はこちら  
名称、所在地、学費、課税種別、連絡先(ホームページ、Eメール)を記載し、http://www.sice-p.com/consumer/leader/ に提出してください。

お問い合わせ先は  
必要に応じて連絡ください  
関西学生人材育成機構(AICE)事務局  
〒590-0001 大阪府高槻市1-18-42 和歌山大学 和歌山キャンパス100号  
和歌山県和歌山市中津田 TEL: 073-520-7071 FAX: 073-240-7001  
URL: <http://www.sice-p.com/leader/>  
E-MAIL: [consumer@aba-p.com](mailto:consumer@aba-p.com)

あなたも消費者教育  
学生リーダーになって  
活躍してみませんか？

大阪府では、消費者として目立した利用行動を促す、社会に貢献し、社会貢献活動の推進、自ら積極的に活動を行うことができる力を養う大学生リーダー養成活動の一環として、「消費者教育推進事業」を実施。一人ひとりが自分の消費行動が無責任に買わないことや、社会に貢献する活動を行うことを目指し、消費者の学びの場を拡大し、社会の発展に貢献することを目的として実施しています。あなたが消費者教育学生リーダーになれば、大阪府の消費者教育の発展に貢献することができます。

STEP 1  
**消費者教育学生リーダー養成講座**  
基礎講座・応用講座・実践講座 I・II  
開催日：令和2年10月15日(木)～12月18日(金)  
会場：Web講座 <http://www.sice-p.com/consumer/index.html> (大阪府消費者教育推進事業)

◆基礎講座 (Web講座)  
①消費者教育の重要性と役割を学び、自分の役割として発信・活動できるようにします。  
②消費者教育の重要性と役割を学び、自分の役割として発信・活動できるようにします。

◆応用講座 (Web講座)  
①消費者教育を行うための必要な知識・スキルを学び、実践活動を実施できるようにします。  
②消費者教育を行うための必要な知識・スキルを学び、実践活動を実施できるようにします。

◆実践講座 I (Web講座)  
①企業や地域の消費者教育活動に参加し、多様な企業や社会の課題を解決します。  
②消費者教育に関する「企業・学生交流会」の開催を実施します。

◆実践講座 II (Web講座・オンラインZoom)  
①消費者教育活動 (Zoom) を活用して、12月18日(金) 第2回・12月19日(土) 第3回学生交流会を開催します。  
②実践活動。消費者教育学生リーダーになるための具体的な活動を実施します。

STEP 2  
**大阪府消費者教育学生リーダー会活動**  
[http://www.sice-p.com/consumer/student\\_leader/](http://www.sice-p.com/consumer/student_leader/)

○ボランティア活動  
消費者教育推進事業の推進活動として、イベントなどの消費者教育推進活動に参加します。

○交流会  
大学生と消費者教育推進活動を行っている企業や社会との交流を促進します。  
①学生交流会(学生と企業)を開催します。  
②令和2年12月18日(金)・19日(土)開催(Zoom)開催!

STEP 3  
**大阪府消費者教育学生リーダー認定**(大阪府消費者教育推進事業)

○認定要件  
①消費者教育学生リーダー養成講座の全講座を修了。  
②消費者教育推進活動に参加し、1年以上活動。  
③大阪府消費者教育学生リーダーとして認定。

募集チラシ (10/15～11/27)

拡大版は、資料 1 参照。

## 2. カリキュラムの考え方

平成 24 年 12 月に施行された新法における中心的課題は、①新しく定義された「消費者市民社会」の形成に人々が積極的に参画することであり、その実現のために、②「消費者教育」を幼児期から高齢者までの各段階に応じて体系的に行うことである。

本取組では、大学生を対象にした養成講座を実施する。講座では、消費者として自立した自主的・合理的な判断、行動のできる知識を獲得し、消費者市民社会の実現に向け活動を行うことができる実践力を身につけることを企図し、消費者市民社会の一員であることを自覚して、消費者教育の普及・啓発の必要性を十分に理解した人材を養成し、大阪府で活動する消費者教育の新たなリーダー（担い手）として輩出することとした。

### (1) 7つの重点課題

そこで、講座カリキュラムを開発するにあたっては、その内容について以下の7点を中心にカリキュラム作りを行った。講座は講義と演習で構成されるが、各講座を動画コンテンツで作成し、Webで提供した。

また、今年度は、従来実施してきた「交流会」を対面で実施することができないことから、養成講座の中にリーダー会主催による「交流会」を組み込むこととした。交流会では、今後のリーダー会活動への参加意識を高めるために、オンタイムの講座とし、Zoom 会議システムのブレイクアウトルームを使ったグループワークを行うこととした。

**第1に、「新法のめざす理念の理解を促すための教育プログラム」。**新法で新たに定義づけされた「消費者市民社会」の考え方である持続可能な社会を実現するために、個々の消費者の特性や消費生活が多様であることを理解し、一人ひとりが自らの消費行動に対して自覚し行動する市民の育成に資する講座づくり。

**第2に、「被害にあわないための啓発教育プログラム」。**2022年4月からの成人年齢の引き下げに伴い大学生期の学生が契約主体になることが可能になること（20歳以上は現在でも可）や、大阪府において被害の増加が問題になっているなど、消費者被害や特殊詐欺の予防や啓発活動を行うための基礎知識や現状への理解を促す講座づくり。

**第3に、「消費者教育の手法を学ぶ教育プログラム」。**消費者教育の担い手リーダーとして学んだことを具体的な活動にするための講座づくり。

**第4に、「大学の教育課程において単位認定される教育プログラム」づくり。**昨年度に引き続き、大学の教育課程と連携して実施する。今年度も、和歌山大学の「消費者市民と社会」（2単位、南大阪地域大学コンソーシアム、高等教育機関和歌山コンソーシアムの単位互換提供科目）との連携で実施した。「消費者市民と社会」の修了者は養成講座修了者に認定される。

**第5に、「リーダー認定された学生による養成講座へのティーチング・アシスタント (TA) 参加」。**受講生が受講後の活動を具体的にイメージでき今後の活動を円滑に進めることができるようにすること、並びに先輩が後輩の育成支援をするリーダー会の好循環づくりを企図し、リーダー認定されている登録者を養成講座のティーチングアシスタント (TA) として参加させる。内容は、動画によるリーダー会活動の紹介と、Zoom でのオンタイム講座の中でワークショップ等を通じて自らの体験で得られた知見や課題を具体的に受講生に伝える。リーダー会で求められるボランティア活動の内容について一人ひとりが当事者意識をもって考えることができるようカリキュラム作りを行う。

**第6に、SDGs の本取組への位置付け。**本取り組みにおいては、消費者教育を SDGs のひとつとして明確に定義し、学生リーダー認定に向けた研修プロセスから消費者教育リーダーとしての対外的情報発信に至るまで、これを社会の持続的発展のための手立てとして位置づける。2025 年開催予定の大阪万国博覧会を念頭に置きながら、その担い手となる若年層の育成を、消費者教育という視点の中で戦略的に進める。

**第7に、交流会プログラムの組み込み。**今年度は対面での交流会企画が実施できないことから、交流プログラムの中で企業と学生が設定されたテーマについて共に意見交換するワークショップを講座の中に組み込むこととした。学生にとって、消費者教育の両輪の1つである企業とつながっていること、共に考えていくことが重要であることへの理解を促すためである。Zoom によるグループワーク方式を導入し、全体共有と合わせて実施する。

## (2) カリキュラムの考え方～3部構成による講座づくり

カリキュラムの構造は以下の3つのパート「基礎講座」、「応用講座」、「実践講座Ⅰ・Ⅱ」によって構成した。3部構成にするのは、各講座で学ぶことを明確にするとともに、近年の大学生の多忙さを勘案し、各講座単位での部分受講を可能にすることで複数年にわたっての受講を可能にする道を拓き、リーダー会活動に参加しやすい環境づくりを行うためでもある。

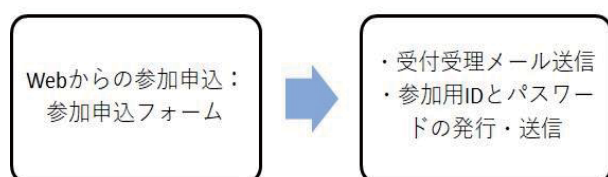
<p><b>【基礎講座】</b> 消費者教育・消費者市民社会の基本理念などの概論及び、消費者教育への基礎理解(講義)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者教育の考えかたに関する内容</li> <li>・新法(平成24年消費者教育推進法)に関する内容</li> <li>・社会発展における持続可能性(Sustainable Development)に関する内容</li> <li>・成人年齢引き下げによる消費者被害の危険</li> <li>・SDGsの中での「つくる責任 つかう責任」</li> </ul>
<p><b>【応用講座】</b> 企業活動を通して学ぶ消費者教育への理解及び、消費者教育の手法及び教材開発に関する内容(講義&amp;演習)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者教育のいろいろな手法の紹介</li> <li>・消費者教育を企画・実施するにあたり、効果的な表現コミュニケーションについて学ぶ</li> <li>・企業や市民団体等で行われている活動を知る</li> <li>・リーダー会活動紹介とその活動について考える</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>・教材の作り方について学び、実際に作ってみる</li> </ul>
<p>【実践講座 I II】 消費者教育の実践とその支援 について（講義と演習）</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ボランティア活動を行うにあたっての基礎知識を学ぶ</li> <li>・活動企画の作り方について学ぶ</li> <li>・交流会企画を考える</li> <li>・大阪府消費生活センターの現状について理解</li> <li>・被害にあわないための消費者教育に関する内容</li> <li>・振り返り <ul style="list-style-type: none"> <li>○学んだことを振り返る</li> <li>○消費者教育リーダーとしての何をするかを考える</li> <li>○レポートの提出について</li> </ul> </li> <li>・修了式</li> </ul>

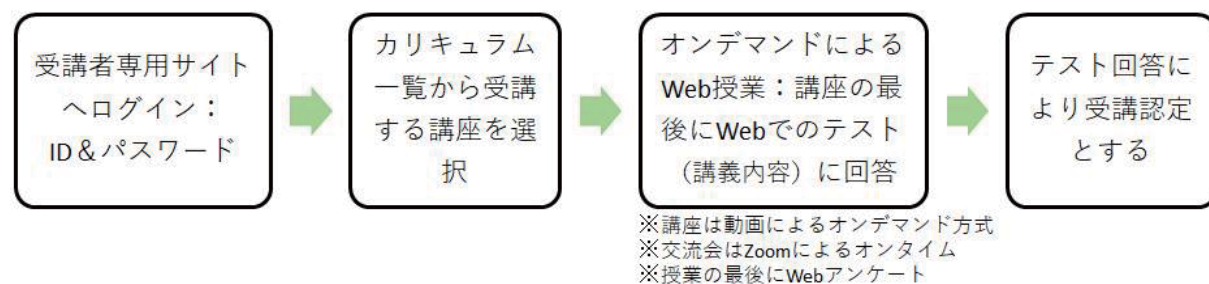
### （３）受講から修了認定までの一連の Web 対応

「受講申し込み」から「講座配信」、「受講確認」、「アンケート」、「リーダー会登録」、「認定証の付与」までの一連の流れは、以下のように行った。

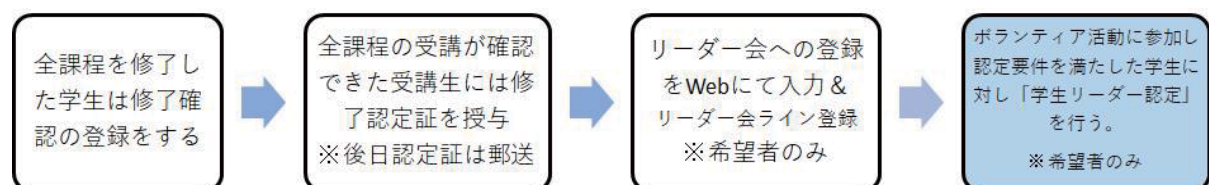
#### <受講申込>



#### <受講>



#### <講座修了認定>



### （４）消費者教育の担い手育成としての工夫

講座を通じて、大学生が自発的にボランティア活動を行うことができる力を身に付けることが



できる指導方法について、以下を実施した。

養成講座では、初年度から、大阪府の消費者教育の普及啓発の担い手となることへの期待について講座の中で繰り返し伝え、自覚を促してきた。しかし、自覚を促し、ボランティア活動に参加するようになるには、自分たちの活動を具体的にイメージし、興味や関心さらには覚悟が必要となる。そこで、講座で学んだ知識やスキルが、活動としてどのように活かされていくのかについて、講座の中で体験できる以下のプログラムを組み込み、講座修了後に自分が担うべき役割について、少しずつ理解するようになる工夫を行うこととした。

- ・今後所属するリーダー会の活動を知るためにリーダー会の先輩が講義を行う「学生リーダーによるリーダー会活動の紹介」
- ・消費者教育の担い手として、様々な啓発プログラムやボランティア活動の企画を生み出していくためのスキルを学ぶ「企画づくりを考える」
- ・消費者教育のプログラムをどのようにして作ればよいのかその手法を学ぶ「活動を通じた消費者教育の手法を学ぶ」

ただ、今年度は、これまでと全く異なった環境で動画配信によるオンラインでの受講や指導を受けることとなった。具体的に組み込まれていたリーダー会の先輩、企業の人、地域市民との交流は、すべて直接ではなくネットを介しての形となったことで、昨年までと同様の効果を得られるかどうかについて懸念があった。

そこで、動画配信を基本とするが、少しでも啓発活動が企業の方や先輩たちとも繋がっている取り組みであることを感じてもらうために、Zoom を使ったオンタイムの講義時間を設けて、リーダー会の先輩、企業の人と一緒に話ることができるよう、以下の場を設けることとした。

- ・交流会（オンタイムでのワークショップ：実践Ⅱ）

講座の中に組み込むこととなった交流会は、当初1回を予定していたが、リーダー会議の中で交流会の検討を行ったところ、1回では、日程的に参加できない学生が出てくること、また、テーマも「コロナ禍での消費行動」を考える中で、複数のテーマが出てきたことから、交流会は土曜日開催と日曜日開催の2回とした。

- ・リーダー会議への参加

まだリーダー会への登録が済んでいない学生にも、交流会終了後にリーダー会議を開き、受講生にリーダー会の様子に触れてもらうことにした。

## （5）循環型学習モデルに基づいた講座づくり

カリキュラムづくりにあたっては、学生の消費者市民社会の理解を促すために、以下の学習モデルに基づいて行った。

本事業で取り組む「消費者教育」は、消費する市民としての資質（Consumer Citizenship）育成を通じた「消費者市民社会」の構築をめざす。ここで問題とされているのは、民主主義社会における市民的資質そのものをどのように鍛え、そして育ててゆくのかという問いかけである。

そこで、単に個人的な経済的利益だけではない、ここでの学びが再び広く市民の教育に還元してゆくような、以下の循環型の学習モデルを想定した。

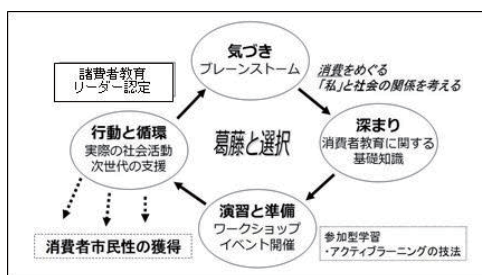


図1 消費者教育における循環型学習モデル

受講者は学習過程を通じて、自らの消費に関わる行動を検証し、行動が合理的か、不利益は生じないかといった個人としての価値（利益）判断をおこなうと同時に、時間・空間を超えて社会に対してどのような影響が及ぶかといった判断もあわせて行ないながら学習を進めた。こうした過程を通じて受講者は「消費者市民社会」の本質を学び、あわせて自分自身がその一員となって社会の持続的発展に貢献すべき立場にあることを自覚する。その後、講座や様々なイベントなどを企画、実践し、リーダーとなって次世代の育成に貢献することで、循環の輪の中へ入ってゆく。こうした学習モデルの考え方に基づいて、養成講座のカリキュラムを構成した。

### 3. コロナ禍で具体的に開講した養成講座カリキュラム

#### (1) 講座開催時期

養成講座を、下記の通り開講した。

開講時期	10月15日から配信を開始し、12月18日まで開講した。
講座日数	◆基礎講座：消費者教育・消費者市民社会の基本理念を学ぶ概論及び消費者教育基礎理解についての学びを通して、消費者教育の必要性やめざしている方向などについて理解する（3講座 180分、開講式含む）
	◆応用講座：消費者教育の手法を学ぶとともに、企業の活動やリーダー会活動について考える（3講座 180分）
	◆実践講座Ⅰ：消費者教育の担い手として実践すべきボランティア活動についての知識やスキルを学び具体的に考える。（3講座（演習含む） 150分）
	◆実践講座Ⅱ：大阪府の消費者教育に関する施策や被害事例などを学ぶ。最後に全講座の振り返りワークショップで学んだこと、今後担うべき役割について確認する。 (3講座 180分、修了式含む)

講座 定員	◆基礎講座 30 名 ◆応用講座 30 名 ◆実践講座Ⅰ 30 名 ◆実践講座Ⅱ 30 名 ※Web 受講であることから、定員を超えても受講可能とする
会場	Web 上で開講 AICE 大阪府消費者教育事業ホームページ内に講座開設のバナーを設置

## (2) 講座内容 (カリキュラム)

カリキュラム	次ページの通り。
担当講師	○和歌山大学 教授 岡崎裕 (消費者教育学会会員) ○大阪府消費生活センターの職員 ○(特定適格消費者団体) 消費者支援機構関西 ○追手門学院大学 常勤講師、キャリア開発センター副センター長 大串 恵太 ○企業関係団体 (消費者関連専門家会議 (ACAP)、日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会 (NACS)、日本ヒーブ協議会) ○リーダー会
ティーチングアシスタント (TA)	学生リーダー認定者 (2・3・4 期生) を TA として活用。学生リーダー育成支援を行う。 ※リーダー認定者のロールモデルの 1 つとして受講生に見せる役割も担う。

なお、養成講座は、大学で単位認定できるカリキュラム構成を想定している。その後のボランティア活動及び交流会企画、参加などを含め、大学の状況に応じて単位認定できる仕組みを備える。昨年度に引き続き、本カリキュラムを基本とした内容で単位認定を行う科目の開設を和歌山大学で行った。

消費者教育リーダー養成講座 カリキュラム (Web講座)

◆基礎講座 会場：AICE大阪府消費者教育推進事業ホームページ

時限 (分)	講座内容	講師 (予定)
開講式 (10分)	開講式 ご挨拶 ① A I C E ② 大阪府消費生活センター 所長	AICE企画運営委員長 鯉坂恒夫 (和歌山大学教授) 大阪府消費生活センター所長
1限目 (20)	◇オリエンテーション 本講座の目的理解 Webアンケート	岡崎裕 (和歌山大学教授)
2限目 (90)	◇消費者教育の基礎理解①概論 <b>講義</b> (1) 消費者教育とは・新法がめざす消費者教育 (2) 社会発展における持続可能な社会について (SDGs) (3) 消費者問題を、自分の問題として、整理・理解する。(ブレインストーム「消費の意義について」「消費と教育の関係」など) ※消費者市民社会について知り、消費者教育の必要性・内容を理解する	岡崎裕
3限目 (60)	◇活動を通じた消費者教育に関する手法について① <b>演習</b> (1) 新法がめざす消費者市民社会の実現に向けて、体験的な手法に基づいた消費者教育の方法について学ぶ ○賢い消費者になるということについて考える ○企業の活動を知り、消費者として何ができるかを考える	岡崎裕

◆応用講座 会場：AICE大阪府消費者教育推進事業ホームページ

時限 (分)	講座内容	講師 (予定)
4限目 (80)	◇消費者教育の基礎理解②～企業活動からみる <b>講義</b> (1) 企業の消費者教育活動について (40) 藤脇 (2) ACAPの活動紹介 (20) 神宮宇 (3) NACSの活動紹介 (20) 中村	日本ヒーブ協議会&第一生命 (日本ヒーブ協議会理事) 藤脇智恵子 消費者関連専門家会議 (ACAP理事) 神宮宇慎 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会 (NACS事業委員長) 中村智恵美
5限目 (30分)	◇消費者教育のいろいろな手法の紹介 <b>講義</b> 消費者教育では様々な手法によって展開されているが、リーダー会の事例をいくつか紹介する。(各5分) (1) 学生リーダー会について (2) 大阪府消費者フェアでの活動 (3) 親子イベントでの活動 (4) 企業×学生交流会による啓発 (5) 大学学園祭での啓発活動 (6) ホームページによる広報	学生リーダー会
6限目 (70)	◇活動を通じた消費者教育に関する手法について② <b>演習</b> (1) 発達段階に応じた消費者教育に関する「教材」をつくらう ○「選択ジレンマ質問」を考える中で、「消費の選択」が地球環境や生き方を変えていくことに気づく ○ジレンマ問題を発表 ○ジレンマ問題 (質問+回答3パターン) 5問を提出 (2) 振り返り	岡崎裕

◆実践講座Ⅰ 会場：AICE大阪府消費者教育推進事業ホームページ

時限（分）	講座内容	講師（予定）
7限目 (30)	◇ボランティア活動論 <b>講義</b> (1) ボランティア活動に対する理解及び、実際にボランティア活動を行う際の難しさや危険等について学ぶ (2) 消費者教育を行うために必要なこと	岡崎裕
8限目 (60)	◇企画づくりを考える <b>講義</b> 消費者教育に関する企画づくりに必要な考え方やスキルについて体系的に学ぶ	大串恵太（追手門学院大学）
9限目 (60)	◇消費者教育啓発プログラム企画を考える① <b>演習</b> (1) 令和4年4月1日から施行される「成年年齢の18歳引き下げ」に伴い18歳になると成年としての責任が求められる。そこで、高校生を対象として、成年になることによって生じる点を確認し、自分自身が責任ある行動をとるために足りない点を自覚し意識改革を求める啓発プログラムを企画する。 (2) 企画案発表、企画書提出	岡崎裕

◆実践講座Ⅱ 会場：AICE大阪府消費者教育推進事業ホームページ

時限（分）	講座内容	講師（予定）
10限目 (60)	◇大阪府の消費者行政 <b>講義</b> ◇令和元年度大阪府及び市町村の消費生活相談の概要 <b>講義</b> ◇特定非営利活動法人消費者支援機構関西（KC's）の活動紹介 <b>講義</b>	大阪府消費生活センター 特定非営利活動法人 消費者支援機構関西 （KC's）理事・事務局長 元山鉄朗
11限目 (80)	◇企業×学生交流会～ワークショップ編 第1回（12月5日（土）） <b>オンタイムZoom</b> 大阪府消費者教育学生リーダー会主催「企業×学生交流会」ワークショップ テーマを定め、1グループに学生と企業と一緒に参加して、出されたテーマについて意見交換し、最後に全体共有する。 ① テーマの趣旨説明 ② グループで意見交換 ③ 各グループで出した意見を発表（全体共有） ◇企業×学生交流会～ワークショップ編 第2回（12月13日（日）） <b>オンタイムZoom</b> 大阪府消費者教育学生リーダー会主催「企業×学生交流会」ワークショップ	学生リーダー会 岡崎裕 企業
12限目 (30) ※1～11限目すべての受講後に受講して下さい。	振り返り「消費者教育リーダーになるために」 <b>オンタイムZoom</b> (1) 講座で学んだことについて振り返る (2) 消費者教育学生リーダーとして何をしたいか？について考える (3) リーダー会への参加について (4) レポート提出について	岡崎裕
修了式 (10)	(1) 修了式 講座修了証の授与（後日修了証を郵送）	岡崎裕

今回の Web 配信による講座は、ニューノーマル時代を迎える際の1つのモデル講座となる可能性が大きい。そのため、講義の動画の作成については、今後も使うことができるレベルのコンテンツとして作成することとした。

### (3) 講義動画の作成及び配信

養成講座の講義はすべて Web 上で行うこととなった。

#### ①動画の配信方法

配信の方法は、以下の2種類とした。

- ①動画によるオンデマンド方式：講義
- ②Zoom を使ったオンタイム方式：交流会、振り返り（ワークショップ形式）

#### ②動画の作成方法

動画作成にあたっては、2種類のパターンで行った。

- ・帝塚山学院大学の協力を得て、大学のスタジオでの撮影及び編集を行う：企業、行政、リーダー会
- ・独自で動画を作成する：大学教員

<講義用動画コンテンツ作成時の留意点>

- ・講義及び演習それぞれを分かりやすく、飽きないよう時間配分を工夫
- ・動画は、講義資料を PowerPoint で作成し、その資料を見せながら講義を進める形をとる
- ・講義の前後にはじめとおわりの挨拶をいれる
- ・動画撮影にあたっては、登壇者から「個人の肖像権使用についての承諾書」（資料 11）を得て、動画の利用について承諾を得た。

#### ③Web 講座の作成

Web 講座の作成にあたっては、以下の点に留意した。

<Web 講座作成にあたっての留意点>

##### a.受講申し込みを受け付けた者のみが受講できる仕組みづくり

受講は、養成講座に参加登録し、参加許可として ID とパスワードの提供を受けた受講生のみが受講できるようホームページにログイン機能制限を持たせた。

##### b.講座の配信方法

講座は、いつでも講座を受講できる「オンデマンド方式」と、日時を決めて Zoom による「オンタイム方式」の2つを導入した。

##### c.受講の確認

オンデマンド方式の場合受講したかどうかを確認できるようする方法が難しい。そのため、各講座には、それぞれの講師に依頼し、その動画を受講しないと答えにくい3問程度のテスト問題を課してもらった。その回答の提出をもって受講認定を行った。また、演習の講座については、課題の提出を義務付け、その提出をもって受講認定を行った。

##### d.全課程の修了認定

講座の全課程を修了したかどうかについての認定は、「修了認定申請フォーム」（資料 2）から修了したことを受講生が自ら申請し、事務局ではすべての講座のテスト問題の回答

及び課題が提出されていることを確認するとともに、オンタイムでの Zoom による講座についてはシステム上で参加確認を行い出席とした。これらをもって修了認定とした。

e. 講義動画のセキュリティ

講座の動画のダウンロード等についての機能制限をサーバー上に施し対応した。

以下が Web 講座の講義一覧である。

■ Web 講座一覧

<p>開講式：挨拶 鯨坂恒夫</p> 	
<p>開講式：挨拶 坂田泰子</p> 	
<p>1 限目：オリエンテーション 岡崎裕</p> 	 <div data-bbox="912 1267 1385 1527"> <p><b>事業の趣旨・目的</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>令和4年4月の改正民法の施行により、すべての学生が成年となる大学等においては、高等学校段階までに身に付けた知識等を踏まえ、一人ひとりの学生が、契約に関する知識や契約に伴う権利、責任並びに消費者としての主体的に判断し、責任をもって行動できる能力を高める機会を持つことが重要である。また、次代の社会、経済を担う成人として、SDGsの概念を理解し、主体的に「消費者市民社会」の形成に参画するための責任を習得できるよう、授業や社会貢献活動などの様々な活動において、消費者の視点を含めた教育を推進することが求められている。</li> <li>府では、「大府消費基本計画（第2期）」に基づき、同世代や年下の若者等に対する消費者教育の担い手となる「消費者教育学生リーダー」の育成を通じて、自立した判断能力を備え、人や社会、環境等に配慮した行動を取ることができる能力を備えた大学生等の育成に取り組んでいる。</li> <li>大学生期における消費者教育推進事業では、消費者教育・啓発に関するボランティア活動等に積極的に参加することで、このような能力を有し活動することができる大学生を育成する。</li> </ul> </div>
<p>2 限目：消費者教育の基礎理解 解①概論 岡崎裕</p> 	 <div data-bbox="880 1590 1385 1850"> <p>「消費者教育の推進に関する法律（消費者教育推進法）」（平成24年）</p> <p>「消費者の自立を<b>支援</b>するために行われる消費生活に関する教育及びこれに準ずる啓発活動」</p> <p>「消費者が主体的に<b>消費者市民社会の形成に参画</b>することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む」</p> </div>

3 限目：活動を通じた消費者教育に関する手法について

①演習 岡崎裕

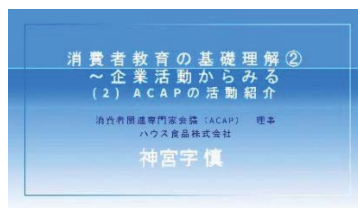


3 消費者として、あなたには何ができますか？

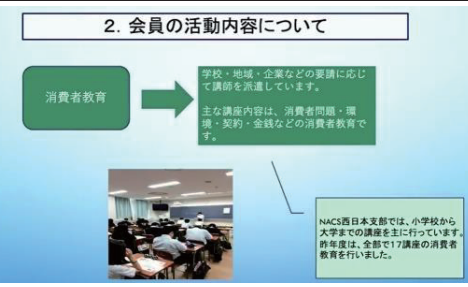
4 限目 (1)：企業の消費者教育活動について 藤脇智恵子



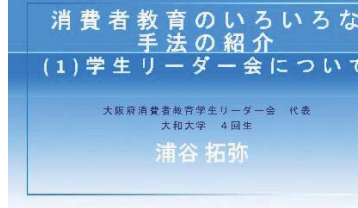
4 限目 (2)：ACAP の活動紹介 神宮字慎



4 限目 (3)：NACSP の活動紹介 中村智恵美



5 限目 (1) 消費者教育のいろいろな手法の紹介：リーダー会について







5 限目 (2) : 大阪府消費者フェアでの活動

消費者教育のいろいろな手法の紹介  
(2) 大阪府消費者フェアでの活動

大阪府消費者教育リーダー会 代表  
大和大学 4 回生  
浦谷 拓弥

◎大阪府消費者フェア概要

- ・1年に1度、大阪府咲洲庁舎で開催
- ・消費者教育団体、事業者団体、行政等が連携することで様々な年代の市民の方々に対して消費者教育の実施

5 限目 (3) : 親子イベントでの活動

消費者教育のいろいろな手法の紹介  
(3) 親子イベントでの活動

大阪府消費者教育学生リーダー会  
和歌山大学 2 回生  
中嶋 未歩




イベントの様子



5 限目 (4) : 交流会による啓発

消費者教育のいろいろな手法の紹介  
(4) 企業×学生交流会による啓発


大阪府消費者教育学生リーダー会  
和歌山大学 2 回生  
小島 夢輝



第一部 活動紹介

- ①リーダー会活動紹介
- ②企業の活動紹介

(昨年度) ハナソニック株式会社  
株式会社トリドルホールディングス  
ダイアナ株式会社



5 限目 (5) : 大学学園祭での啓発活動

消費者教育のいろいろな手法の紹介  
(5) 大学学園祭での啓発活動

大阪府消費者教育学生リーダー会 広報部長  
大和大学 4 回生  
岡橋 拓摩




当日のようす



5 限目 (6) : ホームページによる広報

消費者教育のいろいろな手法の紹介  
(6) ホームページによる広報

大阪府消費者教育学生リーダー会 広報部長  
大和大学 4 回生  
岡橋 拓摩



学生リーダー会辞典

…リーダー会の活動を通して生まれた言葉を掲載

- ・外なる循環・内なる循環
- ・もったいない消耗品
- ・衣類ロス
- ・適水

6 限目 : 活動を通じた消費者教育に関する手法②岡崎裕

活動を通じた消費者教育に関する手法について必講習

和歌山大学 講師  
岡崎 裕




7 限目：ボランティア活動論

岡崎裕



学生ボランティアの心得

- 1 ボランティア学生はお客様ではありません。  
活動先の方は忙しい中、時間をさいてサポートしてくださっています。感謝の気持ちを忘れずに、誠実な活動を心がけましょう。
- 2 率先して活動を行いましょう。  
せっかく活動に参加するのですから、受けた指示をこなすだけでなく、周りを見て考えて動いてみましょう。社会でよく言われる「態度決定」を学ぶチャンスです!
- 3 勝手な行動は控えましょう。  
たとえば、災害支援などの活動の場合、気持ちがあっても勝手に行動してしまうと、かえって迷惑になることもあります。あせらずに状況判断や確認をすること、今の自分にできることをすることも大切です。また、報告・連絡・相談（ホウ・レン・ソウ）をこまめに行うとともに、手に余る状況が生じたときは、すぐに相談しましょう。

8 限目：企画づくりを考える

大串恵太

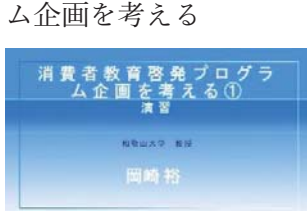


企画づくりのツボ!

Ideate Better, Make it Happen!

2020年度  
消費者教育リーダー養成講座

9 限目：消費者啓発プログラム企画を考える



作業の流れ

- テーマに沿った企画を考え、ポイントを説明できるようにする
- ポイントを踏まえながら企画を形にする
- → イメージマップ、企画書、モデル図の作成
- 発信する → 企画書の発表（提出）

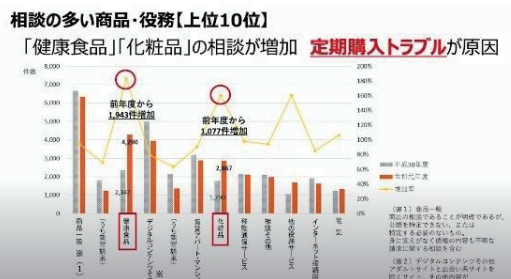
10 限目（1）：大阪府の消費者行政

五味桂子



10 限目（2）：令和元年度大阪府及び府内市町村の消費生活相談の概要

今市佳奈江



10 限目 (3) : 特定非営利活動法人消費者支援機構関西 (KC'S) の活動



1. 消費者団体訴訟制度について

<制度の概要>

- ・内閣総理大臣が認定した「消費者団体」が、個々の消費者に代わって、事業者に対して訴訟等を行うことができる制度です。
- ・民事訴訟の原則的な考え方では、被害者である消費者が、加害者である事業者を訴えることになりますが、①消費者と事業者との間には情報の質・量・交渉力の格差があること、②訴訟には時間・費用・労力がかかり、少額被害の回復に見合わないこと、③個別のトラブルが回復されても、同種のトラブルがなくなるわけではないことなどから、内閣総理大臣が認定した「消費者団体」に特別な権限を付与したものです。

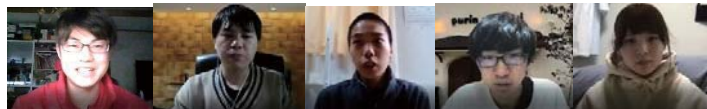
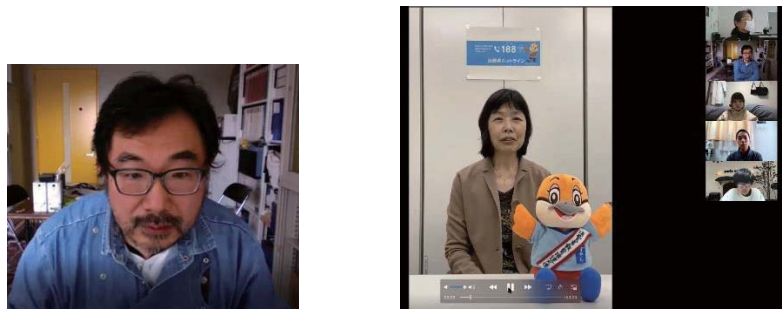
11 限目 (1) : 交流会①★  
リーダー会  
テーマ: 衣・食・住



11 限目 (2) : 交流会①★  
リーダー会  
テーマ: IT・生活環境・観光



12 限目振り返り・13 限目修了式★  
岡崎裕



★は Zoom によるオンタイム方式。その他はいつでも講義動画を受講できるオンデマンド方式。

## 【ホームページで提供した講座画面】

以下は、ホームページで提供した Web 講座画面の一部抜粋。提供した Web 講座の全体は、資料 6 参照。

大阪府消費生活センター委託事業「大学生期における消費者教育推進事業」  
産学協働人材育成機構AICEを活用した  
**大学生による消費者教育推進の取組**

**消費者教育リーダー養成講座 (Web講座)**

大阪府消費者教育学生リーダー養成講座にご応募いただきありがとうございます。  
本講座は、消費者として目立した自主的・合理的な判断、行動のできる知識を獲得し、消費者市民社会の実現に向け活動を行うことができる実践力を身につけることを企図して、消費者市民社会の一員であることを自覚し、消費者教育の普及・啓発の必要性を十分に理解した人材を養成し、大阪の消費者教育の新たな担い手リーダーとして輩出することを目的としています。  
本講座を受講して、大阪の消費者教育の新たな担い手リーダーとして活躍されることを願っています。



基礎講座
応用講座
実践講座I
実践講座II

受講にあたって

- new!** 12限目「振り返り」及び13限目「修了式」の開始時間が、17時から**15時に変更**になりましたのでご注意ください。
- 本講座は、基礎講座、応用講座、実践講座I、実践講座IIの4つの講座で構成されています。
- 基礎講座→応用講座→実践講座I→実践講座IIの順に受講してください。(受講の順序が左記の順でなくても受講認定します。)
- 講座は、動画によるオンデマンド方式と、Zoomによるオンタイム方式(11限目、12・13限目)の2つがあります。
- 11限目「企業×学生交流会」は、12月5日(土)と12月13日(日)の2日間を設定しています。両方受講しても、どちらか1日を受講しても受講認定します。企業の方も多く参加するワークショップです。積極的な参加を期待します。**
- 「企業×学生交流会」に参加するには、「参加申込」が必要です。**交流会ではグループに分かれて企業と学生が共に議論します。各回テーマが3つ用意されていますので、参加申込時に、第1希望から第3希望まで選んでください。**参加申込は11限目の講座の欄にあります。**
- オンデマンド方式による受講には、動画を受講した後に、確認テストが用意されています。講義の内容について2問から3問の簡単な問いが用意されています。この回答をもって受講認定を行います。
- すべて受講を終えた人は、「修了申請」を行ってください。本ページの最後に「修了申請フォーム」のバナーがありますので、そこをクリックして申請を行ってください。  
修了認定の申請はこちらから。
- 申請された人で受講修了が確認された人は、後日、講座修了認定証を授与します。

参考情報について

- new!** 「「エシカル消費」と「食品ロス削減」で未来を変える」シンポジウムが開催されます。本講座で学んだSDGsの振り返りの参考になるかと思います。  
開催日：2020年12月17日(木) オンラインで開催されます。

### 基礎講座

開講式 8分	1限目 24分	2限目 107分	3限目 33分
<b>開講式挨拶</b> <small>大阪府消費生活センター 委託事業 産学協働人材育成機構AICE</small> 開始時間	<b>オリエンテーション</b> <small>開始時間</small> 開始時間	<b>消費者教育の基礎理解①</b> <small>開始時間</small> 開始時間	<b>活動を通した消費者教育に関する手法について①</b> <small>開始時間</small> 開始時間
<b>開講式挨拶</b> <small>大阪府消費生活センター 委託事業</small> 電話参子	<b>オリエンテーション</b> 同時 <b>確認テスト</b>	<b>消費者教育の基礎理解</b> 同時 <b>確認テスト</b>	<b>活動を通した消費者教育に関する手法について①</b> 同時 <b>確認テスト</b>
開講式 植原、坂田			

#### (4) 応募者数、修了者数

養成講座の応募者数、修了者数は以下の通りであった。

養成講座修了者には、産学協働人材育成機構 AICE から修了証を与えた。

	本事業受講生	12/5、12/12、12/13 和歌山大学講座受講生	合計
応募者数	11名	73名	84名
講座出席者数（一部含む）	8名	42名	50名
講座修了者数	7名	42名	49名
講座一部のみ受講者数	1名	0名	1名
リーダー会登録者数	7名	6名	13名
リーダー認定申請者数※	7名	5名	12名
リーダー認定者数	7名	3名	10名

※リーダー認定申請した学生がリーダー認定されるためには、リーダー認定の要件（46頁参照。）をすべて満たす必要がある。そのため、リーダー認定申請者数そのままリーダー認定者数にならない場合がある。

#### <令和2年度 リーダー会登録内訳>

大学別の内訳は以下の通りであった。

学校名	応募者数	1回 生	2回 生	3回 生	4回 生	院生 不明	修了者数	リーダー会 登録者数
関西大学	6	1	1	1	2	1	3	3
大手前大学	1	1					1	1
摂南大学	1		1				1	1
帝塚山学院大学	1		1				1	1
奈良教育大学	1	1					1	1
四天王寺大学	1					1	0	0
和歌山大学	72	3		4	2	32	41	5
桃山学院大学	1		1				1	1
合計	84人	6人	4人	5人	4人	34人	49人	13人

## 4. 大学教育課程において単位認定される開講科目との連携

### (1) 大学教育課程の中での単位化

本事業の養成講座及びボランティア活動、交流会などの活動を含めたプログラムを、大学の教育課程において、単位認定科目にかなうアクティブラーニングの手法を取り入れた講座として構築した。年々、養成講座の公募に対して学生の応募が減少していたことから、昨年度から始めた和歌山大学の教育課程の1講座「消費者市民と社会」を本事業との連携講座として実施する取組は、今年度も引き続き実施した。

大学で開講する講座内容については、昨年度と同様に、基本部分は養成講座に習うが、今後、参加大学を広げていくには個々の大学・学部・学科等の特徴を生かした講座づくりが求められることから、大学の事情に応じた柔軟な内容とすることとした。ボランティア活動や交流会については、養成講座と和歌山大学の受講生が共に希望する活動に参加することとした。

一方、コロナ禍でのボランティア活動については、リーダー会が制作している Web プログラムのコンテンツを課題として提出することでボランティア活動として認定することとした。また、交流会は、養成講座の中で、Zoom によるオンタイムの「交流会」に参加することとした。なお、和歌山大学の授業の受講生については、2回実施する交流会への参加を必須とした。

また、消費者教育について企業や自治体やリーダー会活動についてより理解を深めてもらうために、本事業で作成した動画を和歌山大学の授業でも提供した。

単位認定にあたっては、以下を必須とした。

- 養成講座の全課程を修了する
- 交流会へ2回とも参加
- ボランティア活動または交流会等の企画づくり・準備活動に1つ以上参加する
- 最終レポートの提出、単位認定されるために要する時間数は以下の通りである。

実施プログラム	実施時間	合計：講義 840 分 (105 分×8 回) 実習 525 分 (105 分×5 回) レポート
養成講座	10 講座 105 分×10	1050 分
交流会	2 講座 105 分×2 日	210 分
ボランティア活動	授業の課題として、ジレンマ問題を考える時間外学習時間	
レポート	1 講座 (全課程終了後に提出)	105 分

## (2) 単位互換制度の活用

和歌山大学の開講した科目は、大学等高等教育機関の連携活動組織である南大阪地域大学コンソーシアム及び高等教育機関コンソーシアム和歌山での単位互換科目としても提供された。

大学コンソーシアムの組織では、単位互換制度の仕組みをもつところが多い。単位互換制度を活用すると、コンソーシアム会員大学の学生は単位互換科目として提供された講座を受講することができる。和歌山大学で開講された「消費者市民と社会」は、この制度を利用し、南大阪地域と和歌山県内の大学等高等教育機関の学生が養成講座を受講する機会を得た。今後この単位互換制度を利用することで、受講生を大阪府内に広げることができる。大阪府には上記以外に、大学コンソーシアム大阪がある。今後、大学コンソーシアム大阪に加盟する大学での科目開設が実施できると、さらに受講できる大学のすそ野が広がる。大学コンソーシアム大阪には、昨年度実際に交流会に参加していただいた。今年度も複数大学が参加できることをめざし、いくつかの大学に働きかけを行っているが、引き続き単位互換を活用できる科目開設ができるよう大学や大学コンソーシアムに働きかけていく。

## (3) 具体的に関講された和歌山大学の単位認定科目のカリキュラム

### ①募集について

#### ■受講対象者：和歌山大学の学生

南大阪地域大学コンソーシアム会員大学の学生（単位互換提供科目）

高等教育機関コンソーシアム和歌山会員大学の学生（単位互換提供科目）

#### ■募集・広報：

- ・和歌山大学の科目履修の仕組みで科目を開講し、受講生を募集した。
- ・本科目は、単位互換科目として、南大阪地域大学コンソーシアム及び高等教育機関コンソーシアム和歌山に科目を提供した。
- ・それぞれの大学コンソーシアムでは、単位互換提供科目としてホームページに掲載し、受講者を募った。
- ・内容が伝わるよう、チラシ（PDF）を作成した。

### ②講座開催時期

以下の内容の和歌山大学 教養の森 後期集中科目「消費者市民と社会」と連携した。

基礎講座	◆12月5日（土）8：50～16：50 ◆4講座 420分、第1回交流会含む ◆会場：和歌山大学オンライン授業、交流会はZoomにて開催
応用講座	◆12月12日（土）8：50～10：35、13：10～16：50 ◆3講座 315分 ◆会場：和歌山大学オンライン授業

実践講座 I 実践講座 II	◆12月12日(土) 10:45~12:30 12月13日(日) 8:50~16:50 ◆6講座 630分、第2回交流会、閉校式含む ◆会場：和歌山大学オンライン授業、交流会はZoomにて開催
-------------------	---

### ③講座内容（カリキュラム）

カリキュラム	講座を実施するにあたり、本養成講座で作成した企業、自治体、リーダー会の活動紹介動画も活用した。(資料12)
担当講師	○岡崎裕 和歌山大学 教授(消費者教育学会会員) <リーダー会による講座> ○第1回及び第2回交流会
ティーチングアシスタント (TA)	今年度は、コロナ禍ですべて和歌山大学のオンラインシステム内での授業となったことから、システムにログイン可能な和歌山大学に在籍する学生リーダー認定者をTAとして活用し、学生リーダー育成支援を行った。 ※リーダー認定者のロールモデルの1つとして受講生に見せる役割も担った。

Web 上には、和歌山大学の受講生向けに以下のサイトを作成し、交流会及びリーダー会登録、学生リーダー認定申請を促した。



## 和歌山大学 集中講義「消費者市民と社会」(Web講座)

受講生は、以下の第3講、第11講の2つの「企業×学生交流会」に事前に参加登録しておくこと。  
提出課題「選択のシレンマ問題を作成する」を必ず提出すること(問題+回答及びタイプを3パターンを10セット作成)。

本講座は、大阪府の「消費者教育推進事業」と連携しています。そのため、大阪府の「大阪府消費者教育学生リーダー」の資格認定を受けることができます。  
資格の認定を受けたい学生は、下の「学生リーダー会員登録フォーム」及び「資格認定申請&認定要件チェックフォーム」の登録をしてください。  
認定要件を満たした方には、後日、大阪府より「大阪府消費者教育学生リーダー」の認定証及び認定カードが授与されます。

### 企業×学生交流会

<p>第3講</p>  <p>企業×学生交流会①</p> <p>テーマ:【衣】【食】【住】 2020年12月5日(土)13:10-14:55 ※①、②同日受講すること</p> <p>リーダー会</p> <p>第1回交流会 次第</p> <p>zoom URL</p> <p>事後アンケート</p> <p>参加申込</p>	<p>第11講</p>  <p>企業×学生交流会②</p> <p>テーマ:【IT】【生活環境】【観光】 2020年12月13日(日)13:10-14:55 ※①、②同日受講すること</p> <p>リーダー会</p> <p>第2回交流会 次第</p> <p>zoom URL</p> <p>事後アンケート</p> <p>参加申込</p>	<p>第12講・第13講</p>  <p>振り返り 2020年12月13日(日) 15:00-16:00</p> <p>同時</p> <p>zoom URL</p> <p>確認テスト</p>	<p>課題提出</p> <p>選択のシレンマ問題を作成する</p> <p>同時</p> <p>課題用データのダウンロード</p> <p>課題提出フォーム</p>
---	--	---	--

学生リーダー会員登録フォーム

資格認定申請&認定要件チェックフォーム

Copyright © 産学協働人材育成機構AICEを活用した大学生による消費者教育推進の取組 All Rights Reserved.

## 第2節 SDGs と消費者教育

### 1. SDGs と消費者教育

本事業においては、消費者教育をSDGsの目標を達成するための1つの取組として明確に定義し、学生リーダー認定に向けた研修プロセスから学生リーダーとしての対外的情報発信に至るまで、これを社会の持続的発展のための手立てとして位置づけた。2025年開催予定の大阪における万国博覧会を念頭に置きながら、その担い手となる若年層の育成を、消費者教育という視点の中で戦略的に進めることとした。SDGs全17項目においては、12番目に位置付けられる「つくる責任 つかう責任」に関する項目を含め、1番から15番までが課題ごとの切り口を示しており、16番目がこれら全体を流れる「平和と公正」という価値理念、そして最後の17番目がこれらを実現に導くためのパートナーシップの必要性を示している。今回提案の取り組みについては、今後求められるであろう各課題間の「パートナーシップ」への布石として、消費者教育の担い手育成を位置づけていくこととした。

他方、本事業の共同企業体の1つである産学協働人材育成機構AICEは、関西SDGsプラットフォームの参加団体であることから、本事業で実施する取り組みについては、適宜、本プラットフォームのホームページやメールマガジン等で情報を発信し、本事業がSDGsと価値理念を共有していることを明示することとした。

### 2. リーダー会にとってSDGsとは

養成講座では、本事業開始年度より「新法」に規定されているSDGsの概念を理解し、主体的に「消費者市民社会」の形成に参画するための資質を習得できるよう、授業や社会貢献活動などの様々な活動において、消費者の視点を踏まえた教育を推進することを講座の柱の1つとして、カリキュラム作りを行ってきた。

そのため、リーダー会では、下記の2点を活動の指針となる基本的な考え方の柱として活動を行っている。

- ①一人ひとりの小さな消費行動が大きな社会問題の課題解決につながっている。
- ②そのことを実感し、行動につなげていくことをめざす。

上記を受けて、リーダー会で掲げているスローガンは、「消費者一人一人の力は小さくても、それが集まれば大きな社会問題の課題解決に繋がるということを自覚し、行動につなげていこう」というもので、これを軸に様々な活動に取り組んでいる。このスローガンは、リーダー会主催「交流会」のプログラムに色濃く反映されている。

その背景にあるリーダー会の思いとは、次のようなことである。

現代社会は大量生産・大量消費・大量廃棄型となっており、持続可能な社会への変革が求められている。企業は環境に配慮した企業活動をめざして、様々な工夫を実施している。一方で、持続可能な社会の実現のためには、消費者の協力も不可欠である。しかし、消費者は企業の環境や社会への配慮を理解して消費活動を行っているとは言い難い現状がある。

そこでリーダー会では、一人の消費者として、企業の環境への配慮を学び、選択する際の視野を広げる必要がある、と。こうした思いについて、リーダー会専用ホームページのトップページで ([http://www.aice-p.com/consumer/student\\_leader/](http://www.aice-p.com/consumer/student_leader/))、次のように呼び掛けている。

日々、様々なモノ・サービスを消費する中で、商品選択や取引を正しく行えているでしょうか？ 間違った消費選択や意図しない契約によってトラブルに巻き込まれないように商品知識を知ることが賢い消費者の第一歩です。また、大量消費社会になった今、持続可能な社会形成が求められており、自らの行動や選択の社会に対する影響を考えていかなければなりません。自らの行動、選択で皆さんと活動の輪を広げられることを心よりお待ちしております！

また、同ホームページのトップページの上段のスライド画像の1つでは、リーダー会がSDGsに関する活動を行っていることを明確に宣言している。

SDGs（持続可能な開発目標）の12番目「つくる責任 つかう責任」を企業と学生が共に考える活動を行っています！  
私たちリーダー会では、「一人ひとりの小さな消費行動が大きな社会問題の解決につながっていることを実感し、行動につなげていく」ことを柱に、社会や地球の未来について責任をもった消費行動を行うことができるよう、ちょっと立ち止まって考え、行動する人を増やしたいと考えています。

これらの呼び掛け文や宣言文は、リーダー会の活動がSDGsの一翼を担う活動であるとの明確な定義づけになっている。中でも、持続可能な開発目標の12番目「つくる責任 つかう責任」を活動の1つの柱に置いていることがわかる。リーダー会にとって、SDGsを基本的な活動の柱の1つとして位置け、様々な活動を行っているのである。

持続可能な社会を作る上で鍵を握るのは、消費者であり、企業である。近年企業では消費者や社会、地球環境に配慮した活動を軸に展開する企業が増えている。交流会では、消費者である大学生と生産者である企業との協働により、両方の責任において共に課題解決に向けて知恵を出し合う場として「考えて行動する自立した消費者育成」をめざしてきた。

一方、大学生にとって「消費者教育」という言葉はなじみがなく、積極的に関わっていこうという意識を生みにくいのが本当のところである。しかし、SDGsの目標の1つ「つくる責任 つかう責任」という言葉で消費者教育や消費者市民社会を理解しようとするアプローチは、学生にとって分かりやすい。学生たちは、自分たちが理解しやすい方法として、自然体でSDGsのアプローチをとっているように思われる。そのため、リーダー会では、他者に対して消費者教育啓発活動をするうえで、自分たちが理解しやすい言葉を使って啓発活動をしようとしている。そのための考え方のアプローチがSDGsであると言えるだろう。

## 第3節 ニューノーマル時代における大阪府消費者教育 学生リーダー会の継続の在り方

本事業では、1年目に消費者教育学生リーダー養成を行う仕組みづくり、2年目にリーダー会の組織づくり、3年目にリーダー会の活動の主体化に取り組んだことによって、リーダー会が消費者教育を継続して活動していくための枠組みが整うと共に、学生たちの自発的な活動が生まれてきた。さらに、4年目にSDGsをベースとしたリーダー会活動の活性化に取り組んだことにより、リーダー会の活動への意味づけや自分たちが取り組みたい活動を自ら企画し実施する体制ができたと言える。

### 1. 活動の柱

今年度で5年目となるリーダー会は、1期生がすべて卒業し、現役の学生は2・3・4期生となった。これまでリーダー会活動の中心的役割や精神的支柱であった1期生がいなくなり、2期生以降のリーダー会のつながりや先輩から後輩への好循環が試される年度となった。

一方、今年度はコロナ禍により、リーダー会メンバーが直接顔を合わせてリーダー会議やボランティア活動を行うことが不可能となった。そこで、リーダー会議をオンタイムのZoomで行い、リアルで会議をしているのと同じような環境づくりを行った。特に、ボランティア活動としてWebゲーム作りを行うことにしたことから、リーダー会議の一部をゲーム企画検討会議（以下、「ゲーム会議」と記す。）とし、ボランティア活動の一環として位置付けた。その結果、対面での会議よりZoomのほうが集まりやすいという利点を活かし、例年以上にリーダー会議やゲーム会議を頻繁に実施した。

具体的には、以下をめざして活動を具体化させていった。

- (1) 組織の継続：今年度は、1期生が全員卒業した後の最初の年度ということから、組織の継続性を重視し、リーダー会組織は、昨年度と同様に、「代表」のもとに、「広報部」「ボランティア企画部」を置き、代表がボランティア企画部のリーダーを兼ね、広報部リーダーとともに2人のリーダーが組織をけん引した。
- (2) 新メンバーの台頭：昨年度まで1期生中心であったが、この春1期生全員が卒業したことを受け、2、3期生に加え、今年度からリーダー会活動に参加した4期生という新しいメンバーが活動の軸を担うこととなった。Webゲームの開発にあたっては、新たな中心メンバーによる活発な議論の末、これまで対面で行ってきた消費者教育啓発プログラムをWebゲームで学ぶことができるシステムを開発することができた。新メンバーの台頭による新たなリーダー会組織として活性化した年であった。
- (3) 教材の提供：リーダー会で実践してきた活動の中で消費者教育の教材として提供できるも

のはリーダー会ホームページを通じて提供しようとしてきたが、これまで具体的に提供できていなかった。しかし、今年度、対面によるボランティア活動ができなくなる中で、これまでリーダー会で実施してきた「選択のジレンマ問題」を Web ゲームとしてシステム開発し、広く提供することとした。「選択のジレンマ問題」は、養成講座の講義の中の課題として出されたり、大阪府消費者フェアでは、ジェンガゲームを使った遊びの中で問いかけ、参加者に自らの消費行動について考える場を提供してきた。本 Web 教材は、学校現場で消費者教育教材として活用してもらえるよう、システムづくりでも工夫した。

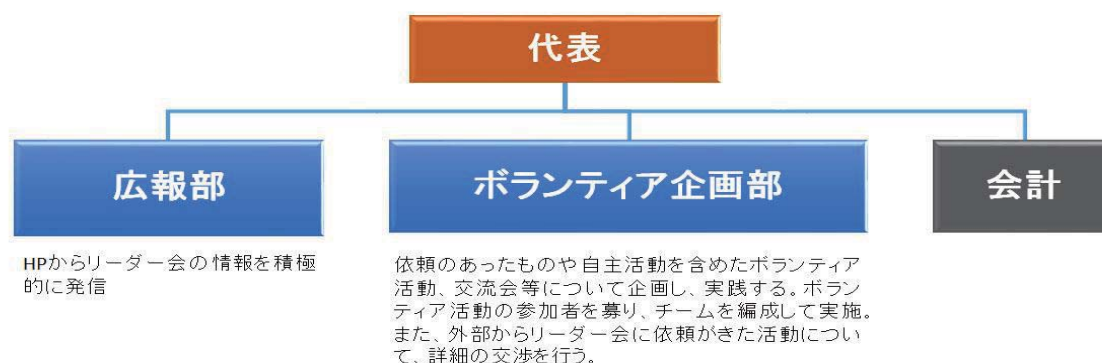
- (4) 活動指針の発信：今年度リーダー会で開発した消費者教育啓発 Web ゲーム「そのときあなたはどのようにする？」をホームページ上で提供することができるようになったことで、リーダー会が大事にしている基本的な考え方「消費者一人一人の力は小さくても、それが集まれば大きな社会問題の課題解決に繋がるということを自覚し、行動につなげていこう」というメッセージをゲームを通して伝えやすくなった。今年も引き続き、SDGs の「つくる責任 つかう責任」を積極的に関連づけ、「持続可能な社会の実現 sustainable development」を目標の 1 つとして掲げる消費者教育を分かりやすく伝えると共に、関西 SDGs プラットフォームのホームページやメールマガジンを通じて、養成講座の受講生募集や交流会イベント情報を掲載してもらった。
- (5) Web での交流会の開催：これまで対面により、企業と学生が共に持続可能な社会の実現に向けて何ができるかを考えてきたが、今年度は、コロナ禍により、Web 上で交流会を開催した。交流会は例年、その年の受講生が企画、運営を担当し、リーダー会の先輩がそれを支援してきたが、今年度は授業の一環として交流会を位置付けたことから、リーダー会が企画し、当日の運営を行った。ワークショップは、初めて Zoom のブレイクアウトルームを活用して実施することにしたことから、事前研修を 2 回実施し、AICE の教員からオンラインでのワークショップの方法について講義を受け、注意すべき点や伝える工夫、参加意識を高める工夫などについて学んだ。事前研修では、気になる点を出し合い、改善を行った。学んだ内容を活かしたプログラム作りを行い、2 回目の事前研修では、ロールプレイで予行演習を実施し本番に臨んだ。課題はいくつかあったものの、事前研修の成果が随所に見て取れる交流会となった。次年度以降、ニューノーマル時代に活かすことができるモデルプログラムとして大きな成果を得た。
- (6) Web 講座による新メンバーの帰属意識への懸念：例年、リーダー会議は対面で行っており、リーダー会メンバーが今年度の受講生の前で講座の講師を担当したり、TA として受講生と一緒に考えたり、交流会で直接活動を伝えたり、交流会企画・運営を直接支援したりしてきた。しかし、今年度すべてがオンライン上で行われたことから、直接顔を見て伝える場がなくなり、受講生にどのくらい思いが伝わるのかが一番の懸念となった。しかし、交流会を終えた頃から、その懸念が杞憂であったことがわかってきた。受講を修了し、リーダー会登録を済ませた学生に対して、リーダー会用のラインを通じて、情報の交換を行う。その際に、情報を提供している代表からは、今年度の受講生＝リーダー会新メンバーの意識が例年以上に高いのではないかとこの意見が伝えられるようになった。実際、受講後アンケート調査結果

からも、講座内容の理解が高く、消費者教育への興味・関心が高い傾向が出ていた。理由の検証は、後の「第3章 取り組みに対する効果の検証」に譲るが、2月に実施したリーダー会議でも垣間見えたが、5期生は、例年以上に消費者教育への理解が深く、リーダー会への参加意識も比較的高いことが分かった。直接顔合わせがができないことが帰属意識への懸念材料になるのではないかと考えていたが、杞憂であった。一方、リーダー会への登録者数の減少については、対面でないことの影響が大きかったと思われる。今後、Webでの実施が日常となることが予想される中で、リーダー会へどう参加してもらうのか、次年度への課題である。

## 2. ヒト（組織と役割）

リーダー会組織は、これまで何度か組織の在り方を見直してきたが、昨年度、「ボランティア活動部」と「渉外部」の活動が一体となったほうが活動しやすい、また、指示系統をわかりやすくするために副代表をおかず代表だけとする、などの意見を踏まえ、以下の枠組みとした。今年度も継続して、同じ組織体系をとることとした。

### 大阪府消費者教育学生リーダー会組織図 (2019年度から)



各部の活動内容は以下の通りである。(◎はリーダー)

全体	代表：浦谷拓弥（2期、大和大学4回生）
広報部	リーダー会専用HPを立ち上げ、リーダー会の情報を積極的に発信。 仲間を増やす情報の提供だけでなく、リーダー会が地域の消費者問題の啓発に役立つ学生組織であることを広くアピールし、協力者や賛同者を広く社会に求めることができるような情報発信を行う。 発信する内容や情報を企画し、とりまとめる。 発信する情報が不適切な内容にならないようリーダー会メンバーに徹底するとともに、管理運営を行う。
	◎リーダー：岡橋拓摩（3期、大和大学4回生）

ボランティア 企画部	依頼のあったものや自主活動を含めたボランティア活動、交流会等について企画し、実践する。ボランティア活動の参加者を募り、チームを編成して実施。また、外部からリーダー会に依頼がきた活動について、詳細の交渉を行う。
	◎リーダー：浦谷拓弥（2期、大和大学4回生）
会計部	リーダー会の会計を担当する。外部からの協賛金や謝金等の集約も担当。 ※今年は、担当やAICE事務局が担うこととした。

### 3. 学生が対面で集まることができない状況を克服する工夫

今年度はコロナ禍の中でWebでの講座の開講やイベントでのボランティア活動、リーダー会主催の「交流会」が実施できなくなるなど、リーダー会の学生たちが集まって直接交流を交わす場面を作ることができない。

そこで、つながっていることを随時確認できるよう、以下の工夫を行った。

- ・リーダー会のラインを活用し、これまで以上にリーダー会の情報発信を行う一方で、各種活動への参加を呼びかけた。
- ・リーダー会議を例年以上に積極的に開催し、リーダー会で検討すべきことが何かを伝え、みんなと一緒に考えるよう促した。
- ・Zoomによるリーダー会議を活用し、直接意見を交換する機会を増やした。
- ・消費者教育啓発プログラム Web 配信用のコンテンツづくりのボランティアへの参加を呼びかけた。
- ・受講時を思い出してもらい、ジレンマ問題を提出してもらおうよう呼びかけを行った。
- ・絵の得意な人や声を出すことが得意な人、システムに興味のある人、教育に興味のある人など、それぞれの特技を生かした参加の仕方での呼びかけを行った。
- ・コンテンツ作りには、ラインとZoomを活用して参加しやすい環境づくりに配慮した。
- ・交流会の事前研修や当日運営、動画撮影など、どうしても必要な場合のみ、感染防止に配慮しながらAICE事務局のあるオフィスに集まり対処した。

### 4. 大阪府消費者教育学生リーダー会について

<リーダー会について（昨年度に準ずる）>

名 称	大阪府消費者教育学生リーダー会 愛称：ジャッキーJACCY(Japan Association of Consumer Citizenship for Youth)
会員登録対象者	①養成講座（基礎、応用、実践）の全課程修了者（学生リーダー認定可能性者）

	<p>②養成講座（基礎、応用、実践）の一部受講者（将来の学生リーダー予備軍、ボランティア活動協力者）</p> <p>③本事業と連携した消費者教育講座（南大阪地域大学コンソーシアムの単位互換講座）を受講した大阪府内で活躍する大学生</p> <p>④リーダー会に登録後、大学を卒業した者</p> <p>※大学卒業時にはリーダー会退会する場合は申し出る。</p>
規 模	<p>昨年度までのリーダー会登録者 88 名に合わせ、今年度リーダー会新規登録者 13 名。合計 101 名。昨年度は 16 大学からの参加であるが、今年度新たに 4 大学から参加があり、20 大学で構成。</p>
リーダー会の設置及びネットワーク構築	<p>登録者による「リーダー会」を設置し活動母体とする。一方で、SNS（LINE 等）によるバーチャルネットワークを併設し、学生ネットワークの拡大を図る。</p>
主な活動	<ul style="list-style-type: none"> <li>・リーダー会による消費者教育の企画・開催・運営を定期的に行い、消費者教育の普及啓発を行う。</li> <li>・消費者教育ティーチング・アシスタント（TA）として、養成講座やイベント支援を行う。</li> <li>・他の組織から依頼を受けた消費者教育活動を行う。</li> <li>・交流会を 2 回開催する。企画・運営も担当。</li> <li>・大阪府から消費者教育関連情報の提供、消費者教育関連の活動支援等を受ける。</li> <li>・大阪府の消費者教育の推進に協力する。</li> <li>・リーダー会専用ホームページ等を通じて情報発信する。</li> </ul>
リーダー会議	<p>リーダー会に登録したメンバーによるリーダー会議を置く。本会議では、リーダー会で検討すべき案件について議論し、決定する。会議の開催にあたっては、事務局が支援を行う。案件によっては、適宜大学教員等が支援を行う。</p> <p>今年度は、システム開発について検討するゲーム会議をリーダー会議内部に設置した。</p>
リーダー会代表等及び各部メンバーの決定	<p>リーダー会の代表、各部リーダーは、リーダー会議において決定する。</p> <p>また、登録者全員がいずれかの部に参加する。複数の部署に所属することも可とする。</p>
継続性	<p>リーダー会専用ホームページ並びに SNS（LINE 等）を通じてそれぞれが友人に参加を呼びかけ、学生ネットワークの拡大を図る。呼びかけには、「受講者データベース」を活用する。</p>
入会	<p>所定のリーダー会登録フォーム（資料 4）に入力し、事務局へ提出する。</p>



退会	<p>リーダー会活動から退会する。</p> <p>退会者は、ラインのメンバー登録を削除する。</p>
登録内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・養成講座の履修履歴</li> <li>・ボランティア活動履歴</li> <li>・リーダー認定履歴（認定されているか否か）</li> <li>・活動参加希望、情報提供希望等</li> <li>・リーダー会のライン（SNS）登録</li> </ul>
学生指導支援員の導入	<p>リーダー会の活動を支援し効果を高めるために、学生活動を指導支援するための支援員を置く。支援員は、学生の主体的な活動ができるよう指導・助言を行う。例えば、リーダー会議の議案についての相談、会議日程調整のサポート、ボランティア活動や会議への参加呼びかけ方法などのサポート、リーダー会議での指導・助言など、様々な活動や連携協力関係、コミュニケーション等が円滑に進むよう、リーダー会議メンバーをサポートする。</p>
学生の知識・スキル向上のための研修	<p>活動内容に応じて、必要であれば適宜、学生の知識・スキル向上のための研修を企画し、実施する。研修企画は学生が行う。</p> <p>交流会企画・運営については、先輩メンバーが指導、支援する。</p> <p>講師として大学教員が必要な場合は、事務局で依頼する。</p>
リーダー会専用ホームページによる情報発信	<p>リーダー会「広報部」を中心に、専用ホームページを通じて学生の顔が見えるホームページづくりを行い、リーダー会を広く広報していく。内容は以下の通り。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・リーダー会について紹介</li> <li>・活動実績の紹介（ボランティア活動、交流会等）</li> <li>・リーダー会への参加呼びかけ&amp;参加する方法の告知</li> <li>・リーダー会の日常的な活動をみえやすくするために facebook の枠をつくり、随時リーダー会の活動を紹介</li> <li>・リーダー会が発信する消費者教育辞典、消費者教育に関連する用語だけでなく、リーダー会から生まれた独自の造語を発信することで、リーダー会が届けたい思いを伝えていく。</li> <li>・開発した教材を紹介：消費者教育啓発 Web ゲーム「そのときあなたはどうする？」をホームページ上で公開。小学校、中学校、高校、大学と学校現場での教材として利用してもらえるようホームページ上でアナウンス。利用者によるアンケートを合わせて実施し、今後の改善に活かす</li> </ul> <p>※情報発信については、広報部が定めた情報発信ルールに従う。</p>

大学の拡大	<ul style="list-style-type: none"> <li>・AICE 会員大学 (13 大学、1 短大) 以外の大学に AICE ホームページを通じて参加の呼びかけを行う。AICE の会員大学は、今後も増加する可能性があり、大学の拡大にも寄与できる</li> <li>・リーダー会の学生が SNS (LINE 等) によるネットワークを通じて、他の大学の学生たちにも参加を呼びかける</li> <li>・大学教育課程との連携することで、受講生、大学を広げていく</li> </ul>
名簿の更新	<p>リーダー会登録者は、「受講者データベース」にリーダー会登録者、資格認定者かどうかを追記し管理する。毎年学年の更新を行い、卒業生の把握を行う。なお、2 月末時点で、卒業生を含め、ラインから削除した者については、本データベースのリーダー会登録を退会したことを追記し、リーダー会登録者を管理する。卒業生については、2018 年度のリーダー会での決議に従い、退会を希望する者以外はリーダー会会員として登録を継続する。</p>

## 5. 大阪府消費者教育学生リーダー会登録者数

令和 2 年度の新規「リーダー会」登録者数は、以下の通りであった。

学校名	登録者数
関西大学	3
大手前大学	1
摂南大学	1
帝塚山学院大学	1
奈良教育大学	1
和歌山大学	5
桃山学院大学	1
<b>合計 7 大学</b>	<b>13 人</b>
1 回生	4
2 回生	2
3 回生	4
4 回生	2
不明*	0

期生	登録者数	令和 2 年度 在校生数	登録時の学年					
			1 回生	2 回生	3 回生	4 回生	院生他	不明*
1 期生 (H28 年度)	21	0	6	1	12	2	0	0
2 期生 (H29 年度)	19	4	4	5	6	1	3	0
3 期生 (H30 年度)	16	10	3	7	6	0	0	0
4 期生 (R1 年度)	32	29	16	5	0	3	0	8
5 期生 (R2 年度)	13	13	4	2	4	2	0	0
<b>合計</b>	<b>101</b>	<b>56</b>	<b>33</b>	<b>20</b>	<b>28</b>	<b>8</b>	<b>3</b>	<b>8</b>

学校名（登録時所属学校名）	登録者数（卒業生数）
大阪音楽大学	1 (1)
和歌山大学	42 (8)
追手門学院大学	17 (10)
大阪成蹊大学	7 (7)
芦屋大学	2 (2)
帝塚山学院大学	5 (1)
羽衣国際大学	5 (5)
大和大学	2
大阪大学	1
大阪教育大学	2 (2)
大阪大谷大学	2 (1)
桃山学院大学	2 (1)
大阪工業大学	1 (1)
阪南大学	4 (4)
近畿大学	1 (1)
大阪経済大学	1 (1)
関西大学	3
大手前大学	1
摂南大学	1
奈良教育大学	1
合計 20 大学	101 人 (45)

※不明：学年はリーダー会登録時の「要件チェックシート」に記載欄を設けているが、記入しない学生がいる。不明はその人数。

## 6. 大阪府消費者教育学生リーダー会議

リーダー会では、リーダー会議を設置し、決める必要のあることや検討する必要のあることについて、会議内で議論した。会議は、リーダー会代表により召集した。また、今年度は、「ジレンマ問題」を Web ゲームとして制作することとしたことから、リーダー会議の一部をゲーム会議として、ゲームの詳細を検討した。

今年度開催したリーダー会議は以下の通りであった。（資料 14 参照。）

会議	日時	場所	内容	参加者
第 1 回	令和 2 年 9 月 1 日 (火) 10 : 00 ~ 12 : 00	Zoom にて	<ul style="list-style-type: none"> <li>・養成講座について（リーダー会担当企画検討、Web 講座発表担当者決定、活動紹介内容、動画撮影当日）</li> <li>・交流会企画について</li> <li>・Web ゲームシステム制作について（方針、企画内容、基本設計、コンテンツ内容の検討）</li> </ul>	2 期生 1 名 3 期生 1 名 4 期生 5 名

第2回	令和2年9月23日(水)10:00~12:00	Zoomにて	<ul style="list-style-type: none"> <li>・交流会企画、担当決定、ワークショップの内容、役割内容の検討、テーマ検討</li> <li>・Web ゲームシステム制作について(Google スプレッドシートを用いてクイズのコンテンツ設計、システム内容検討)</li> </ul>	2期生1名 3期生1名 4期生2名
第3回	令和2年10月18日(日)	Zoomにて	<ul style="list-style-type: none"> <li>・交流会(テーマ決定、担当者決定)</li> <li>・ファシリテーター事前研修について</li> <li>・Web ゲームシステム制作について(システム内容検討、キャラクターイラストデザイン検討、コンテンツ3点セット検討)</li> <li>・リーダー会登録状況の確認</li> </ul>	2期生1名 3期生1名 4期生3名
特別(第4回)	令和2年11月18日(水)10:00~13:00	さかい新事業創造センター1階多目的会議室+Zoom	<p>○交流会ワークショップの事前研修</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・講師(大手門学院大学 大串先生)</li> <li>・担当の確認</li> <li>・ワークショップ全体の流れの確認</li> <li>・参加者に参加意識を高める方法 全員参加のチャットを活用</li> <li>・声掛けの方法</li> <li>・注意事項の確認</li> <li>・グループワークに入るとき</li> <li>・グループワークでのツール</li> <li>・全体共有の方法確認</li> <li>・当日共有資料を Google スライドで作成</li> <li>・メインファシリテーターの説明資料、台本の確認</li> </ul>	会場3名 2期生1名 3期生1名 4期生1名
特別(第5回)	令和2年11月29日(日)18:00~20:00	Zoomにて	<p>○交流会ワークショップの事前研修</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・全体の予行演習(第1回担当者が実際と同じ形でファシリテーター、他のメンバーは参加者役。)</li> <li>・予行演習で気になった点の確認</li> <li>・当日資料の確認</li> <li>・台本及び役割の確認</li> <li>・タイムスケジュールの確認</li> <li>・企業紹介の確認</li> </ul>	2期生1名 3期生1名 4期生3名

特別 (第6回)	令和2年12月 13日(日)15:00~16:00	Zoomにて	<ul style="list-style-type: none"> <li>・第2回交流会の反省</li> <li>・全国消費者フォーラムの発表について</li> <li>・ゲームテストサイトの紹介</li> </ul>	2期生1名 3期生1名 4期生3名 会場2名
第7回	令和2年12月 25日(金)19:00~21:00	Zoomにて	<ul style="list-style-type: none"> <li>・全国消費者フォーラムの発表について(発表内容の検討、担当者決定、資料内容の検討、読み原稿完全台本作成指示)</li> <li>・ゲームテストサイトの内容について意見交換</li> <li>・キャラクターイラスト</li> <li>・次回会議について</li> </ul>	2期生1名 3期生1名 4期生3名 5期生4名
第8回	令和3年2月 23日(火祝) 10:00~12:00	Zoomにて	<ul style="list-style-type: none"> <li>・次年度新役員決定</li> <li>・ゲームコンテンツ新企画について</li> <li>・ゲームキャラクター愛称</li> <li>・役割検討</li> </ul>	2期生1名 3期生1名 4期生2名 5期生3名

## 第4節 大阪府消費者教育学生リーダー認定

### 1. 認定要件

本事業では、下記の要件を満たした大学生を、大阪府が消費者教育の学生リーダーとして認定し、将来、大阪府の消費者教育の担い手として活躍することをめざした。なお、今年度の学生リーダー認定目標人数を20名以上を目標としたが、最終的な認定者は10名で昨年度に比して大幅に減少した。理由は、講座がすべてオンラインにより実施されたことから、学生リーダー認定を申請するよう学生に促すことが難しかったことが要因の1つに挙げられる。リーダー認定については、特に和歌山大学「消費者市民と社会」を受講した学生に対して伝える場が限られており、昨年度は最終日の講座終了時に対面で伝えることで、登録者の大幅な増加につながったが、今年度は、和歌山大学の授業に外部者が入ることができず、その機会がなかった。

【リーダー認定の要件】以下の要件をすべて満たした者を認定する。

- (1) 養成講座の全課程を修了した者
- (2) 以下のいずれかのボランティア活動に1つ以上参加した者
  - ①消費者教育に関するイベント等の企画・運営
  - ②消費者教育のファシリテーター
  - ③消費者教育に関するティーチング・アシスタント（TA）
  - ④幼小中高校、大学、市民を対象にした消費者教育の企画・運営
  - ⑤消費者教育スキルアップ研修の企画・運営
  - ⑥消費者教育に関する教材、PRパンフレット等の企画・制作
  - ⑦大学生に向けた被害にあわないための消費者教育
  - ⑧その他の消費者教育
- (3) 「リーダー会」に登録した者

上記認定要件の前提として、大阪府に在住又は在学が必須要件であったが、昨年度、受講生で上記要件を満たす学生で大阪府在住又は在学ではない学生が多数いたことから、条件の見直しを図り、大阪府では、従来の基本的な認定要件であった「大阪府在住又は在学」の要件を外し、大阪府内で消費者教育の普及啓発の担い手として活動する意思をもち、上記認定要件を満たす学生については「学生リーダー」として認定することが決定された。今年度は、講座をWeb上で開講したことから、事実上全国どこからでも受講可能な環境となった。結果的に、府外の大学生の認定はいなかった。

## 2. 認定の事務手続き

「学生リーダー」の認定に際しては、以下の手順で手続きを行った。

### 【リーダー認定の事務手続き】

認定するリーダーの名称	大阪府消費者教育学生リーダー
① 認定要件の確認	養成講座の修了生を対象に、上記の認定基準を満たしているかどうかを「認定要件チェックフォーム」(資料3)によって確認。複数年にわたって養成講座を修了した学生にも対応できるようにシートを作成。
②リーダー就任意思の確認	上記①を確認する際に、リーダーに就任する意思があるかどうかを「認定要件チェックフォーム」(資料3)によって確認。
③リーダー認定	上記①を満たし、②でリーダー就任意思確認ができた者について、「学生リーダー」として認定する。

## 3. 大阪府消費者教育学生リーダー認定者数

令和2年度の新規「学生リーダー」認定者数は、以下の通りであった。

学校名	認定者数
関西大学	3
大手前大学	1
摂南大学	1
帝塚山学院大学	1
奈良教育大学	1
和歌山大学	2
桃山学院大学	1
<b>合計 7大学</b>	<b>10人</b>
1回生	4
2回生	3
3回生	2
4回生	1
不明*	0

※今年度までの認定者数は94名となった。

## 第5節 コロナ禍の中での大学生による消費者啓発に関するボランティア活動の実施

### 1. 消費者教育啓発 Web ゲームのシステム開発と提供

#### (1) Web ゲーム化する啓発プログラムの選定

何を Web ゲームとして開発するかについて検討を重ねた。システムにするためには、アルゴリズムが明確に設定できるものでなければならない。そこで、これまで実践してきたボランティア活動からいくつか候補プログラムを検討した。

- ・親子イベント：広い意味でのお小遣いの使い方を考えるプログラム
- ・ジェンガゲーム：選択のジレンマ問題を提示し、3 択の回答から選んでもらうプログラム。  
参加者には、修了証（今日からあなたは消費者市民社会の一員です。）を発行
- ・クイズ形式：消費者教育の身近な問題をクイズで回答。

上記プログラムを検討した結果、大阪府消費者フェアでジェンガゲームを使って実施してきた「選択のジレンマ問題」を使ったプログラムを Web ゲームで制作することとした。一番の決め手は、「選択のジレンマ問題」は、私たちが消費者教育を考える上で、最も身近な問題として捉えることができ、かつ、何より消費行動が抱える根本的な課題を分かりやすく理解することができる方法として、初年度より首尾一貫して消費者教育や養成講座の柱としてきたものであったからだ。

一方、リーダー会が最も大切にしているスローガン「消費者一人一人の力は小さくても、それが集まれば大きな社会問題の課題解決に繋がるということを自覚し、行動につなげていこう」の意味するところが、選択のジレンマ問題を通じて一人ひとりが自分の問題として立ち止まって考えてもらえる場を提供することができれば、大きな共感につながっていくと考えたからだ。

そこで、開発するプログラムとして、消費者教育啓発 Web ゲーム「そのときあなたは どうする？」（以下、「Web ゲーム」と記す。）という名称のゲームを制作することとなった。

#### (2) システム設計及び開発への参加

システムを設計するにあたり、以下を基本とした設計を行うこととした。

- ・ゲームを2つのシステム「つくる」と「あそぶ」で構成する形で開発
- ・「つくる」は、ジレンマ問題の質問と回答を作って登録するシステムで、ゲームコンテンツの作成を担う
- ・「あそぶ」は、「つくる」で作ったジレンマ問題の質問と回答から、自分の消費行動について



ジレンマな選択を通じて消費行動を遊びながら考える役割を担う

上記の基本的な設計に加え、以下の詳細な仕様を加えてシステム開発を行うこととした。

<つくる>

- ・「つくる」については、作った問題を、後日変更したり修正するロジックが必要になることから、個人アカウントを設定できるようにする
- ・個人アカウントによる管理画面をつくる
- ・つくるの基本は、1つの質問に対して3つのタイプ別の回答を用意する
- ・3つのタイプは、「しっかりエコタイプ」「おっちょこちょい、マイペースタイプ」「ちゃっかりエコもう一息タイプ」の3パターン
- ・作った問題を公開か非公開かを選択できるようにして、公開したくない人にとっても参加できるような仕様にする

<あそぶ>

- ・「あそぶ」はだれでも参加できるように、ログインなしで入ることができるようにする
- ・あそぶときは、年齢層を選んであそぶ
- ・ジレンマ問題はランダムに抽出されるよう設計

<全体>

- ・作ったシステムを学校の教材として活用してもらうために、アカウントの設定をグループで利用できるよう仕様を加える
- ・あそんだ結果について、このゲームを訪れた人だれも見ることができるよう可視化する  
可視化することは啓発の一環。大阪府消費者フェアでのジェンガゲームでも、参加者の消費行動をシールで可視化することを行ってきた。この可視化を Web ゲーム上でも実現させる
- ・あそんだ結果について、おなじ ID の結果と全体の結果両方を見ることができるようにする

<セキュリティ（スーパー管理者）>

- ・本システム全体を管理するスーパー管理者を置く
- ・スーパー管理者は、現在事務局で担当しているが、今後リーダー会が管理するよう検討する
- ・スーパー管理者は、不適切な問題や回答があった場合、削除できる権限をもつ
- ・スーパー管理者は、不適切な参加者の ID とパスワードを削除できる権限をもつ
- ・スーパー管理者は、不適切なプログラムを削除できる権限をもつ
- ・スーパー管理者は、新規登録者の登録許可を出す権限をもつ

<対象>

- ・一般個人
- ・学校、学年、クラス単位で利用
- ・市民の消費者教育関連団体等

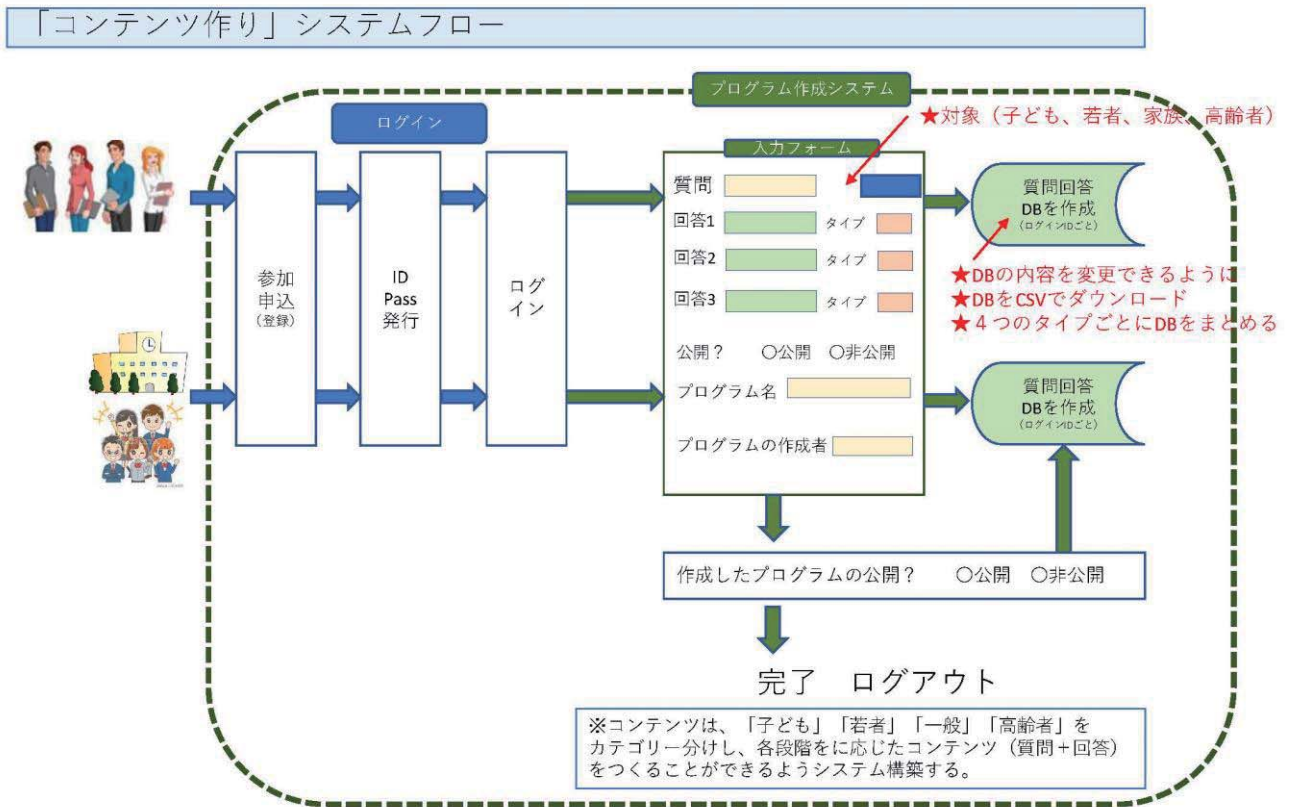
<アンケート>

- ・ゲームの改善に活かすために参加者から回答を得るアンケートを実装する

開発スケジュール	<p>9月上旬：リーダー会議で内容の詳細を検討。ゲーム会議を設置。</p> <p>10月中旬～12月：システム開発、リーダー会 HP コーナーづくり</p> <p>12月～1月：システムのテスト&amp;改善</p> <p>1月初旬：全国消費者フォーラム（国民生活センター主催）の発表に使えるよう準備</p> <p>1月末：システム開発完了</p> <p>2月中旬：Web 配信開始、できれば小中学校でテスト利用依頼</p>
----------	--

検討内容をシステムフローにまとめたのが以下である。詳細は、資料7参照。

<つくる>

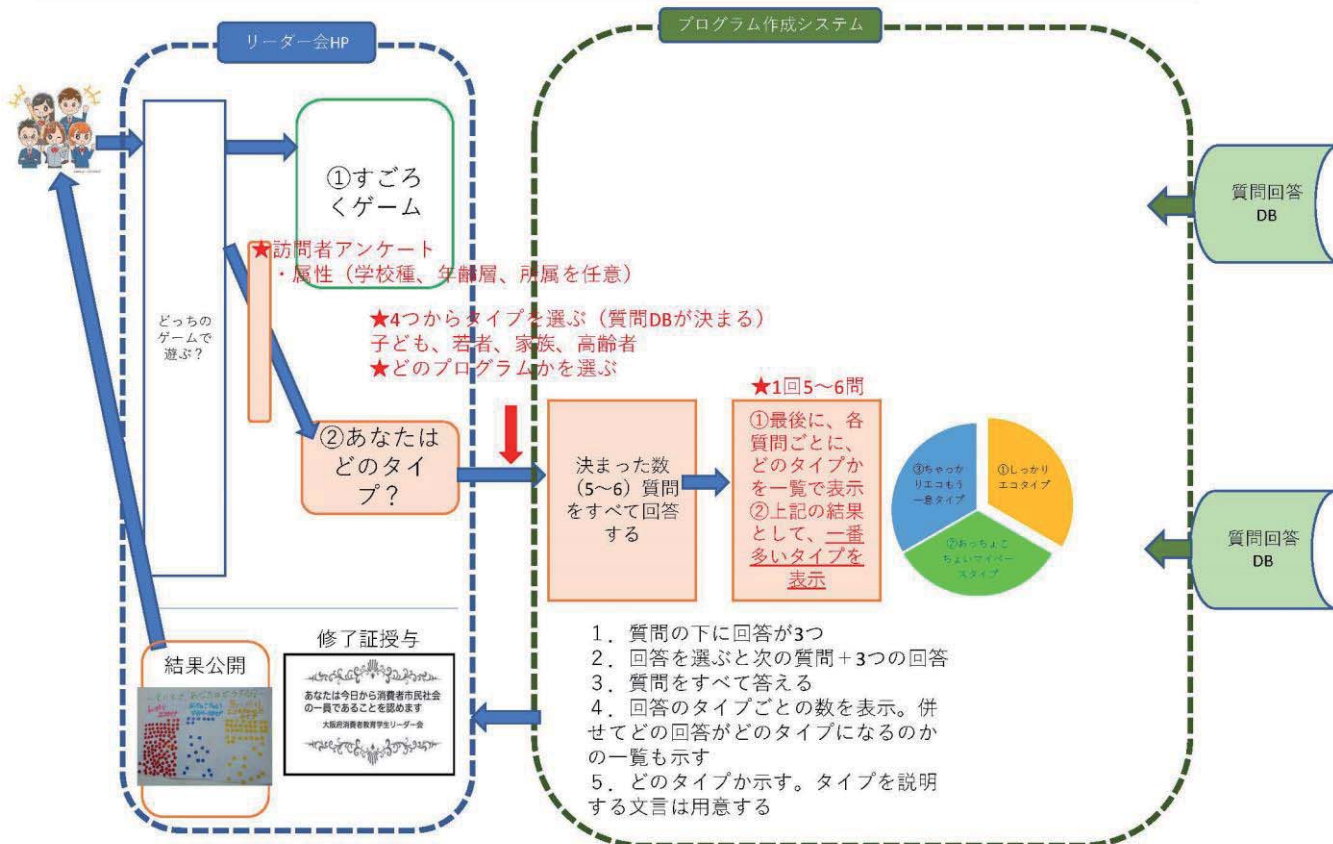


<個人情報の取り扱い>

- ・会員登録された個人情報は、本ゲーム以外の目的で使用しない
- ・アンケートで得た回答は、本ゲーム以外の目的で使用しない

<あそぶ>

「作ったプログラムで遊ぼう」 システムフロー



リーダー会に求められた役割は以下であった。

<p>啓発 Web ゲームのシステム開発への参加</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ゲーム会議に参加し、システムの内容や使い方等について詳細に検討し、システムの仕様に対して提案</li> <li>・絵の得意な人はキャラクターのデザイン作成</li> <li>・声を出すことが得意な人はナレーションとして参加</li> <li>・ジレンマ問題「質問1 + 3回答 + 3タイプ」の3点セットを、子ども、若者、大人、高齢者の対象別に、一人10セット以上作成</li> <li>・システムへの入力作業</li> <li>・出来上がったシステムのテストに参加</li> <li>・システムの利用結果を分析、検証</li> </ul>
------------------------------	--

(3) リーダー会によるゲーム企画検討会議の設置

実際に遊ぶことのできるオンラインプログラムのシステム開発にゼロから参加できることは、学生時代を通してめったにないチャンスである。また、システム作りには、使う側の視点

に立った工夫を盛り込んで制作することが、今後広く使ってもらう段階での使いやすさにつながる。当初リーダー会のメンバーは、システムを作ることに對して、専門知識がないということで尻込みしていたが、実際メンバーに求められるのは、主催者として Web ゲームの目的や趣旨を伝える内容になっているかの吟味、また利用者の一人として使いやすいシステムになっているかどうかの吟味、こうしたことが求められるのであって、システム制作の専門スキルではないことを伝えた。これらについて、リーダー会のラインで周知を図り、興味を持って面白がって参加できるようリーダー会が求められている役割などを具体的に伝えていった。

一方、Web ゲームのコンテンツ作成の一環としてジレンマ問題作成に参加してもらうことで、本取組での中心的課題の1つである消費行動の意味について再認識し、啓発活動を行う際の学生リーダーとしての意識を高める機会とすることとした。

そこで、リーダー会議の中に、会議を設置し、他のリーダー会メンバーにも興味を持ってもらえるようラインを通じて情報発信していくこととした。

ゲーム会議は、Web ゲームの仕組みを具体的に検討する会議である。システムの基本設計は事務局から提示されていたものの、利用者の立場に立って、より使い勝手がよく、Web ゲームの目的に適うための工夫など、詳細にわたる検討が必要であった。リーダー会の学生たちは、自らがリーダーになるための養成講座でこのジレンマ問題に取り組んできたが、その主旨について一人ひとりの理解の程度は同じではない。とはいえ、選択のジレンマが抱える問題について考えてきた経験をもつ。この経験は、システムの詳細を検討する際に大いに役立った。

会議の開催は以下の通りであった。本会議は、リーダー会議の一部を活用することとした。

会議	日時	場所	内容	参加者
第1回	令和2年9月1日(火) 10:00~12:00	Zoomにて	・Web ゲームシステム制作について(方針、企画内容、基本設計、コンテンツ内容の検討)	2期生1名 3期生1名 4期生5名
第2回	令和2年9月23日(水) 10:00~12:00	Zoomにて	・Web ゲームシステム制作について(Google スプレッドシートを用いてクイズのコンテンツ設計、システム内容検討)	2期生1名 3期生1名 4期生2名
第3回	令和2年10月18日(日)	Zoomにて	・Web ゲームシステム制作について(システム内容検討、キャラクターイラストデザイン検討、コンテンツ3点セット検討)	2期生1名 3期生1名 4期生3名
第4回	令和2年12月13日(日) 15:00~16:00	Zoomにて	・Web ゲームテストサイトの紹介	2期生1名 3期生1名 4期生3名

第5回	令和2年12月 25日(金)19: 00~21:00	Zoomにて	・Web ゲームテストサイトの内容 について意見交換 ・キャラクターイラスト	2期生1名 3期生1名 4期生3名 5期生4名
第6回	令和3年2月 23日(火祝) 10:00~12:00	Zoomにて	・Web ゲームコンテンツ新企画に ついて ・Web ゲームキャラクター愛称	2期生1名 3期生1名 4期生2名 5期生3名

会議で出た意見は、以下であった。第6回では、5期生からも今後のシステムの改善に対して積極的に意見がだされていた。

- ・年齢等、利用者の特性に合わせて、クイズの内容・デザイン・質問数・文字の表記を変えることができたほうが良い
- ・過去のデータ（ログ）を残して過去と現在の消費傾向の比較ができるようにする
- ・Web ゲームを実施する前と後の消費に対する考え方の変化(プレ・ポスト)を見える化して啓発につなげる。その場合、利用する先生に対する利用方法の説明が必要になる
- ・年代に合わせて、RPG診断や心理テストみたいに大まかに結果を提示、もしくは就職活動時の性格診断のように詳しく表示する
- ・最終的なタイプ分けに対してのその理由も伝える
- ・授業で使ってもらうなら、ポートフォリオのようなものができるといい
- ・ログを残すことでポートフォリオにつなげる
- ・親しみやすくするためにキャラクターを作る
- ・文字が読めない子どもたち向けに、音声で質問と回答を伝えることはできないか。目の不自由な人にも利用してもらえる
- ・表示する文字には、ルビや分かりやすい言葉を使う
- ・タイプごとにイラストで分かりやすく表示してはどうか
- ・Google スプレッドシートを用いて、クイズのコンテンツ設計してはどうか
- ・クイズの結果に、一言コメントや一言アドバイスを付ける。なぜ自分がそのタイプになったのか、どの選択がどのような評価を受けたのかを把握出来るものにする
- ・タイプごとにイラストで分かりやすく表示

<今後の改善点について>

- ・「あなたのエコ度」をテーマごとのレーダーチャートで提示することができれば、自分のエコ度でできているところとできていないところを知ることができる
- ・現在、プログラムの分類は年齢層別だが、今後テーマ別でも検討する
- ・テーマは大分類、小分類がある
- ・あまり細分化すると問題が作りにくくなる
- ・大テーマは6つ程度がいい
- ・遊んだ結果について改善策を提示して、行動変容につなげていくような形はどうか
- ・問題をつくる際にテーマが被る場合があるがどうするか？

#### (4) Web ゲーム「そのときあなたは どうする？」の特徴と活用

今年度開発した Web ゲームは、リーダー会や養成講座の中心的な理念やその考え方に基づいて作られた啓発 Web ゲームであることから、この Web ゲームの Web 配信を新しいチャンネルとして、広く社会に発信することができるようになった。

その特徴は、以下である。

##### <Web ゲームの特徴>

- ・従来イベント参加者しか対象とすることができなかったが、Web 配信することで、全国から参加できる仕組みとなること
- ・小学校や中学校や高校などの授業で実際に使ってもらえるよう、参加型のコンテンツ作りをシステムに組み込んでいること
- ・自分で選択のジレンマ問題をつくるプロセスを通じて、消費に対する意識を自覚できること
- ・私たちが日々行っている消費行動を「選択のジレンマ問題」というわかりやすい形で見える化させ、課題のありかに気づいてもらうことができること
- ・作った問題は、自分だけで遊ぶことも、広くみんなで遊んでももらうことも選ぶことができる仕組みをもっていること
- ・同じ ID でログインした人たちの消費行動の結果を見ることができること
- ・啓発プログラムでは、消費に対する意識をタイプ別にして伝えるプログラムになっているが、Web から啓発プログラムに参加した人の意識のトータルした結果をタイプ別数字で明示することで、参加していない人に対する啓発になること
- ・消費行動を考えることは、SDGs12 番目「つくる責任 つかう責任」の目標に気づかされる

では、こうした特徴を持つ Web ゲームをどのように活用することができるのか。以下は、私たちが開発にあたって活用を期待していることである。

##### <Web ゲームの期待される活用方法>

- ・Web ゲームは、リーダー会のホームページで公開し、広く利用してもらうことで、今まで直接出会うことができなかった層に対しても啓発活動を行っていく
- ・小学校から大学まで学校現場で、楽しみながら学んでもらう教材として活用してもらう
- ・地域の消費者教育プログラムとして活用してもらう
- ・SDGs 教材の 1 つとして活用してもらう（12 番目の目標）
- ・自分の消費行動と他の人の消費行動とを比べることができ、自分の消費行動を客観視する機会として活用してもらう

##### <小学校、中学校、高校、支援学校、大学の先生方に利用していただくための工夫>

- ・このシステムは、消費者教育啓発プログラムの教材として使っていただけるようになっている
- ・教材として利用したい方は、「新規会員登録」する際に、「みんなで作る」を選択すると、先生の管理用 ID と児童・生徒用のメンバー ID の 2 種類を発行する
- ・管理用 ID は、一度作ったコンテンツの編集、削除、また公開・非公開、プログラム名など

の変更を行うことができる

- ・メンバーID では、つくることだけができる
- ・消費者市民社会の一員として、一人ひとりが考える場として活用できる

今後は、この機会を利用して、以下を通じてアプローチすることを企図している。

例えば、教育委員会等を通じて小中高等学校等に利用してもらい、消費者庁のホームページのコンテンツ提供サイトに登録する、関西 SDGs プラットフォームのメルマガを通じて情報提供するなど、今まで対面で参加できなかった層にアプローチすることを期待している。

## (5) Web ゲームの遊び方～「つくる」

### ①新規会員登録

「つくる」で遊ぶ場合、新規会員登録が必要である。会員登録をすることでID とパスワードが発行され、管理者としての権限をもつことができる。その管理者権限で、一旦つくった問題やプログラム名や公開・非公開などの情報を管理者画面から変更することができる。

新規登録の際に、「用途」で「みんなでつくる」を選択すると、サブユーザーID とパスワードを合わせて発行する。学校や地域のコミュニティなどで使う場合に活用できることを期待している。ここで発行されたID とパスワードによってログインした後に、「つくる」で遊ぶことができるようになる。

### ②「つくる」で遊ぶ

「つくる」では、選択のジレンマ問題を「質問1 に対して3通りのタイプ別回答3」を1セットとして、Web ゲームコンテンツとしている。具体的な内容は以下である。

コンテンツづくり	<ul style="list-style-type: none"><li>・「質問1 に対して回答3+3タイプ」のジレンマ問題を、子ども、若者、家族、高齢者、共通向けに作成</li><li>・過去の養成講座を通じて作成しているものに加え 300～400 問程度作成</li><li>・参加者が自分たちで作ったジレンマ問題で遊べるようにするため、作ったコンテンツはシステム上で登録できるようにする</li><li>・作ったコンテンツは、公開か非公開を選択できるようにする</li></ul>
一般参加者によるコンテンツ作りへの参加方法	<ul style="list-style-type: none"><li>・リーダー会 HP の啓発プログラム開発コーナーから「つくる」を選択</li><li>・初めての人は、参加申込（登録）を行う</li><li>・参加登録後、登録完了通知メール「消費者教育プログラム ユーザーアクティベート完了のお知らせ」が届いた後に、登録したID とパスワードで「つくる」システムに入ることができるようになる</li><li>・ID とパスワードでログインする</li><li>・対象を誰にするか選択（子ども、若者、大人、高齢者、共通）</li><li>・「1問+3回答+回答ごとの3タイプ」を作成し入力</li><li>・作ったプログラムを公開するか否かを設定</li><li>・ログアウト</li></ul> <p>※コンテンツは、「子ども」「若者」「一般」「高齢者」「共通」別に作成</p>

## (6) Web ゲームの遊び方～「あそぶ」

「あそぶ」では、ログインが必要なく、すぐに誰でも遊ぶことができる。

「あそぶ」では、「つくる」でつくられた選択のジレンマ問題の Web ゲームコンテンツによって、自らの消費行動を楽しみながら学んでもらうコーナーである。具体的な内容は以下である。

遊びへの参加方法	<ul style="list-style-type: none"><li>・リーダー会 HP の啓発プログラム開発コーナーから「あそぶ」を選択</li><li>・「あそぶ」場合は、ログインは必要ない</li><li>・選んだ Web ゲーム（プログラム、年齢層）に従って遊ぶ</li><li>・1 回のあそびは、5 問に回答する。5 つの回答結果で、一番多いタイプが表示される</li><li>・終了すると、修了証の授与（画面上に掲示しダウンロードできる）</li><li>・修了証の名前の表示は、アンケート時に入力したものを利用</li><li>・本 Web ゲームに参加した人すべてのジレンマ問題の結果を積算で公開し、どのタイプが多いのかを見てもらうことで立ち止まって考える啓発の一環とする。積算での公開は、全体の割合が分かりやすいため円グラフによって表示</li></ul>
----------	---

## (7) Web ゲームの管理者画面の操作

会員登録した人には ID とパスワードが発行されるが、その ID とパスワードを使って管理者画面に入ることができる。管理者画面では、一旦設定したプログラム名や公開・非公開を変更したり、Web ゲームの内容を新規に追加したり変更することができる。（資料 13）

## (8) Web ゲームのセキュリティ対応

web ゲームでは会員登録により個人情報を取り扱う。そのため、Web ゲーム開発時及びサーバー内では、以下のセキュリティ対策を行っている。

### ①SSL 証明による情報の暗号化

Web ゲームを掲載している本ホームページのサーバーでは SSL 証明によるセキュリティ管理が行われている。https は「HyperText Transfer Protocol Secure」の略で、SSL/TSL を利用した通信種別であり、https 通信では Web サイトと Web サーバーの間のデータ通信の時に通信の内容が暗号化されているため、第三者への通信内容の漏えいや改ざんを防ぐことができる。

### ②vSphere HA に対応したクラウドサーバー

本システムが設置されているサーバーでトラブルが発生した場合に、自動的に別のサーバーで稼働させる機能を搭載している（障害発生や停止時間が「0」になるわけではないが、リスクを大幅に減らすことができる。）。

### ③システム開発時のセキュリティ対応



システム開発では、サイバー攻撃を防御するために「SQL インジェクション対策」及び「クロスサイトスクリプティング対策」を入れている。また、アカウントのパスワードはハッシュ化することで本人以外には分からないよう対応している。

### (9) キャラクターづくり







web ゲームをホームページで提供する場合、だれが参加するかはわからない。老若男女を問わず、幅広い年齢層が訪問する可能性が高い。そこで、参加した人だれもが親しみを感じて楽しんでもらえるようにするために、web ゲームにキャラクターを新しく作ることをゲーム会議で決定した。

キャラクターの制作にあたっては、AICE 会員大学から、帝塚山学院大学の学生さんに協力してもらったこととなった。デザインを担当する学生の指導は、講義動画の撮影・制作に協力いただいた佐藤安先生をお願いした。講義動画を撮影する中で、本事業の内容について理解を深めていただいていたことから、お願いをすることにした。

キャラクターを考えていただく際に、以下について留意してもらった。

システムに登場するキャラクターづくり	<ul style="list-style-type: none"> <li>・楽しく参加してもらえるようキャラクターづくりを行う</li> <li>・子どもたちにも楽しく参加してもらえる工夫をする</li> <li>・消費者教育をイメージさせるキャラクターとする</li> <li>・エコなイメージを取り入れる</li> <li>・キャラクターは、リーダー会ホームページの Web ゲームページだけでなく、システム内でも登場させる</li> </ul>
--------------------	---

その結果、出来上がったデザインは以下である。

① スタANDARD	② 指さし	③ 喜び
		
④ 頭の中	⑤ かばん有り	⑥ あっちゃー
		

⑦ マスク	⑧ おいでよー	
		
<p>テーマ：消費者教育のイメージキャラクター  名前：さいふのフウちゃん  消費者からお金を連想したので、財布のキャラクターになりました。  エコでクリーンな、地球に優しいイメージを持たせるために、白色を選び、葉を持たせてみました。消費者教育に対して難しさなどを感じる事があるかもしれませんが、このキャラクターによって、優しさや柔らかさが伝われば幸いです。 作者：長谷川望（帝塚山学院大学）</p>		

なお、リーダー会議で、キャラクターの愛称を検討した結果、「フウちゃん」と決まった。これらキャラクターを配置したシステム画面によって、誰にでも親しみやすい画面づくりに成功した。（資料 13）

## 2. その他実施したボランティア活動について

リーダー会のボランティア活動では、リーダー会に登録している学生リーダーが同じ大学の学生や他大学の学生とグループを組んで、学内及び地域で消費者問題に関する教育・啓発のボランティア活動を主体的に行うことが重視されている。そこで、本取組では、2・3・4期生と5期生と一緒に消費者問題に関する教育・啓発のボランティア活動を企画し、実施する取組をプログラム化し、事務局はその活動を支援することを基本としていた。

しかし、今年度は、リーダー会の中心的役割を長く担ってきた1期生が2020年3月末で全員卒業したことで、新しい中心メンバーによる運営となった。一方で、コロナ禍で直接集まることが難しくイベントも実施できない状況が続いた。このような状況下で、今年度のリーダー会議及びボランティア活動はすべてZoom会議やWeb配信により実施した。ただ、直接会って話す機会がなくなることから、リーダー会への帰属意識が希薄になる可能性が懸念されることから、今年度のボランティア活動は、気軽に参加でき、楽しいと思える工夫することが求められた。

そこで、今年度のリーダー会のボランティア活動は、実施内容が分かりやすく、かつ、達成感を持つことができることをめざし、大きく3つに絞ることとした。その他依頼が来たものについては適宜対応することとした。

1つめは、これまでリーダー会で実践してきた啓発プログラムをWebゲームとしてシステム開

発すること。2つめは、交流会の開催が12月になることから、従来のように今年度の受講生が交流会企画を行うのではなく、リーダー会メンバーが交流会企画・運営を担当すること。3つめは、養成講座と連携講座である和歌山大学の講座「消費者市民と社会」でのティーチングアシスタント（TA）として受講生の支援をすること。いずれも、対面ではなくオンライン上での会議運営や実践を余儀なくされたが、それは、これまでのリーダー会で経験したことがなく、どうすればリーダー会メンバーが主体的に参加し、なおかつ成果を出すことができるかが重要であった。

結果的に、1つめのWebゲームは、消費者教育啓発Webゲーム「そのときあなたは どうする？」として公開することができた。2つめは、70名前後の参加者に対してZoomを使ったワークショップを成功させることができた。どちらの取り組みもリーダー会の学生にとってかなり高いハードルであったことから、例年以上にリーダー会議を重ね、1から意見をぶつけ合い、試行錯誤を繰り返して完成させた。3つめは、和歌山大学の講座は大学内のシステムが使われていたことから、TAは和歌山大学在籍のリーダー会の学生に担当してもらった。いずれの活動も学生たちにとっては想像を超えた成果を得ることができ、これまでにない達成感を感じた学生が多かった。当初、コロナ禍での啓発活動としてのボランティア活動が本当にできるのか不安が大きかったが、学生たちの頑張りや根気強い議論により、高い成果を出すことができたと考えている。次年度以降のニューノーマル時代で実践できるボランティア活動の一端を経験することができたと言えるのではないかと。

最終的に、今年度実施したボランティア活動は、以下の通りであった。

	名称	日時	対象	会場	内容	ボランティア回数	参加学生
1	「そのときあなたは どうする？」 企画検討 (ゲーム会議)	9/1 9/23 10/18 11/18 11/29 12/25	一般 学校	Zoom	昨年度までに実施してきたジレンマ問題をシステム化するための企画検討	6	36
2	大阪府消費者フェア	10/13	一般	動画	消費者フェアに動画で参加するため、出店の動画づくり	2	1
3	Web 講義動画撮影	事前準備 (PPづくり) 9/16	養成講座 受講生	帝塚山学院大学	Web 講座でリーダー会についての講義動画撮影	2	4
4	養成講座 交流会	11/18 11/29 12/5 12/13 事前準備)	養成講座 受講生、 企業	さかい新 事業創造 センター 多目的会 議室 Zoom	Web 講座の中で交流会を実施した。交流会企画、当日運営のための事前研修、当日資料作成（説明PP、台本他）	5	18

5	和歌山大学「消費者市民と社会」	12/5 12/13	和歌山大学「消費者市民と社会」受講生	Zoom 和歌山大学 Web システム	交流会に先立ち、和歌山大学受講生の講義と一緒に受講、交流会運営	2	5
6	全国消費者フォーラム動画作成 (新型コロナウイルス感染症感染拡大により中止)	12/25 1/6 各自動画撮影	一般	Zoom W. WORKS 事務所 (1/6)	2/22開催の全国消費者フォーラムで発表が決まり、その動画づくりのための①企画、②台本作成、③発表資料作成及び④動画撮影 (W. WORKSに来て撮影する人4、自宅で撮影する人3)	4	24
7	Web ゲーム「そのときあなたは どうする？」コンテンツづくり (ジレンマ問題作成)	11月～	一般	「そのときあなたは どうする？」システム	今年度開発する「そのときあなたは どうする？」コンテンツであるジレンマ問題+3つの回答セットを作成し、システムコンテンツとして登録		36

## (1) 大阪府消費者フェアでの動画出演

大阪府が毎年実施している府民に向けた消費者イベントで、消費者教育関係の消費者団体が多数参加する。今年度は、コロナ禍のため、会場と Web 配信による開催となった。昨年度に引き続き今年度も、リーダー会への参加依頼があった。依頼内容は、①「リーダー会活動の紹介」、②情報コーナーへの出店であった。今年度の取組は原則すべてをオンラインで実施することを決めていたことから、リーダー会では、動画での Web 配信による参加を選択した。(資料 15)

### <消費者フェアでの実施概要>

#### ■会場での開催

日 時 令和 2 年 11 月 7 日 (土) (咲洲こどもフェスタ期間中)

会 場 大阪府咲洲庁舎 1 階 フェスパ (にぎわい広場)

- 内 容
- ・パネルコーナー (消費者団体・NPO 等作成)
  - ・情報コーナー：消費生活に役立つ情報を提供する。
  - ・スライドショーコーナー：参加団体の活動について事前に収録し、スクリーンに映し出す。
  - ・もずやんと写真撮影：原則子どもを対象とする。

※各コーナーは、来場者参加型ではなく、展示中心。

#### ■web 配信による開催

期 間 令和 2 年 11 月 7 日 (土) ~ 11 月 30 日 (月)

サイト (公財) 関西消費者協会 web サイトにアップロード

(大阪府消費生活センターからリンクあり)

- 形態案
- \*スライドショーコーナー：事前に収録した参加団体の活動を公開
  - \*ステージ：消費者啓発や暮らしに役立つ情報、パフォーマンスなどを動画に編集
  - \*情報コーナー・手づくりコーナー：消費者啓発や暮らしに役立つ情報などを動画に編集（PDFも可）。手づくり作品の型紙やファミリー向けコンテンツなどをPDFで提供

配信した動画は、以下の2種類であった。

①リーダー会活動紹介	②環境問題に関する問題形式の紙芝居
	

## (2) 大阪府消費者教育リーダー養成講座での講義動画撮影

養成講座のうちリーダー会が担当する「5 限目 消費者教育のいろいろな手法の紹介」の6項目を、4名のリーダー会メンバーが担当した。担当メンバーは、リーダー会議で立候補によって決定した。動画の撮影は、当初帝塚山学院大学のスタジオが予定されていたが、会場の都合により、帝塚山学院大学狭山キャンパスで行うこととなった。

養成講座は、例年、リーダー会が担当している部分である。撮影にあたっては、発表資料をPowerPointで準備し、冒頭のあいさつ、資料を交えた講義、終了の挨拶の3部構成とした。講義時間は一人5分と短くし、内容をコンパクトに分かりやすく伝えることで、受講生がリーダー会を理解しやすくするよう工夫した。動画内容について、テスト問題を各自2問作成し、出席の確認としてWeb講座に掲載した。撮影終了後には、撮影を担当いただいた帝塚山学院大学の佐藤先生からリーダー会の学生たちに対して、「君たちはとても大事な取組に参加しているね」と励ましていただいた。学生たちにとってリーダー会活動への自信になったに違いない。

講座内容と担当者は以下であった。

内容	担当者
(1) リーダー会について	浦谷 拓弥 (2期生、大和大学4回生)
(2) 大阪府消費者フェアでの活動	浦谷 拓弥 (2期生、大和大学4回生)
(3) 親子イベントでの活動	中嶋 未歩 (4期生、和歌山大学2回生)
(4) 交流会による啓発	小島 夢輝 (4期生、和歌山大学2回生)
(5) 大学学園祭での啓発活動	岡橋 拓摩 (3期生、大和大学4回生)
(6) ホームページによる広報	岡橋 拓摩 (3期生、大和大学4回生)

### (3) 和歌山大学後期集中授業「消費者市民と社会」でのティーチング・アシスタント

<ボランティア活動の内容>

目的	和歌山大学後期集中授業での TA 活動。
時期	12月5日(土)、13日(日)
TA としての役割	・リーダー会活動の事例紹介 ・後に予定されている交流会に参加が予定されている受講生が、どのような学びを受けているのかを知り、交流会企画の参考とする
TA 参加学生	和歌山大学の集中授業は大学の授業であることから和歌山大学の受講システムを使っており、そこに入ることができる和歌山大学の学生が TA として参加した。2名(4期生2名)

### (4) 全国消費者フォーラムでの発表動画企画作成(新型コロナウイルス感染症感染拡大のため中止)

国民生活センター主催の「全国消費者フォーラム」は毎年開催されている。今年度は、コロナ禍の中、会場と動画配信によるフォーラム開催が決まり、発表者の募集があった。リーダー会では、今年度、消費者教育啓発 web ゲーム「そのときあなたは どうする？」を開発中だったことから、この web ゲームを知ってもらうための良い機会として、初めて本フォーラムでの発表に応募することとした。リーダー会では、「ビデオ発表」の部門の申し込みを行い、11月中旬に採択され、発表が決定した。

本決定を受け、リーダー会議で発表内容並びに発表者の選出について検討を行った。その結果、テーマを「参加型啓発 Web ゲームプログラムの開発と提供を始めて」ということで、これまでリーダー会で実践してきた啓発プログラムの中の「選択のジレンマ問題」を扱ったジェンガゲームについて改めてのその意義やそのプログラムを通して伝えたいことなどについて確認した。

一方、発表タイトルにもなっている Web ゲームは、開発が遅れていたことから、12月25日に実施したリーダー会議にやっと全体像を見てもらうことができた。また、キャラクターについても完成したものをみてもらった。リーダー会議で実際に Web ゲームの流れをみてもらい、キャラクターの役割などを議論し、各自が担当する発表内容についての理解を深め、伝えたいことを整理していく作業を行った。

最終的に、コロナ禍で2回目の非常事態宣言が発令されたことから中止となった。制作した動画の一部は、リーダー会ホームページで Web ゲームの操作説明として掲載した。(資料16)

<発表者一覧>

1. リーダー会について	浦谷拓弥(代表、2期生)
2. リーダー会活動紹介	岡橋拓摩(広報リーダー、3期生)
3. 消費者教育啓発 Web ゲーム「そのときあなたは どうする？」について	
①主旨・目的	藤井優希(4期生)
②2種類(つくる、あそぶ)で構成	金野茜(4期生)・浦谷拓弥

③「つくる」の説明	中嶋未歩（４期生）
④「あそぶ」の説明	建林萌恵（４期生）
⑤利用の効果及び利用への期待	小島夢輝（４期生）

<スケジュール>

日程	摘要	内容
12月25日	企画会議	動画の役割分担、話す内容の決定
12月30日 1月4日	完全台本作成	各自、動画の読み原稿の完全原稿を提出し、全体の流れを確認（各自2分程度）
1月4日	台本完成	完成した台本で動画を作成スタート
1月5日～7日	動画撮影	中百舌鳥のAICE事務所又は各自
1月8日	動画提出期限	各自で撮影した動画を提出。 事務局では、動画を1つに編集
1月12日	動画チェック	動画完成版を各自で確認。
1月14日	動画完成	
1月15日	動画提出	国民生活センターへ提出
2月22日	全国消費者フォーラム	発表当日（中止）

<発表内容>

テーマ	参加型オンライン啓発プログラムゲームの開発と提供を始めて
キーワード	Webゲーム、選択のジレンマ
主旨	<p>リーダー会は、2016年に大阪府の「大学生期における消費者教育推進事業」から誕生した大学生による消費者市民社会実現の担い手リーダー組織。研修を受けたメンバーが大学生や市民に向けた啓発のボランティア活動を実践する。リーダー会のテーマは「消費者一人ひとりの力は小さいかもしれないが、多くが集まると社会の課題を解決する大きな力になる。だからちょっと立ち止まって考えてみませんか!」というもの。</p> <p>今年度は、コロナ禍によりボランティア活動がすべて遠隔での実施になったことをチャンスと捉え、リーダー会で実践してきた啓発プログラムをWebゲームとしてシステム化し、従来対面プログラムに参加できなかった層にも直接触れてもらうよい機会とした。本プログラムのポイントは、消費者啓発で私たちが中心軸と定めている「選択のジレンマ問題」をゲーム化したこと。ゲームは、参加者自身がプログラムを作成できかつ遊べる参加型ゲームとして制作した。小中高校や市民の方に消費者教育やSDGsを学べるWebコンテンツ教材として活用してもらえることを期待している。提供を始めた1月からの利用実績と今後について紹介する。</p>

< 発表動画一覧 >

<p>タイトル</p> 	<p>1. リーダー会について</p> 
<p>2. リーダー会活動紹介</p> 	<p>3 ①ゲームの主旨・目的</p> 
<p>3 ②2 種類 (つくる、あそぶ) で構成</p> <p>あそぶだけではない！ つくるメリット</p> 	<p>3 ③「つくる」の説明</p> 
<p>4 ④「あそぶ」の説明</p> 	<p>4 ⑤利用の効果及び利用への期待</p> <p>3-⑤ 利用の効果及び利用への期待</p> <p>自分自身で考える 他の人の考えと比較する</p> 



## 第6節 企業×学生交流会の開催

### 1. リーダー会主催の Zoom による交流会の開催

#### (1) Zoom による交流会開催

今年度は対面での交流会企画が実施できないことから、交流プログラムの中の企業と学生がテーマについて共に意見交換するワークショップを講座の中に組み込むこととした。学生にとっては、消費者教育の両輪の1つである企業とつながっていること、共に考えていくことが重要であることへの理解を促すためである。意見交換については、Zoom のブレイクアウトルームを活用したグループワークを実施した。

養成講座の中に組み込むことから、当初交流会は1回を想定していた。しかし、リーダー会議で交流会の企画を検討する中で、コロナ禍での新たな行動の形について考えることをベースにテーマを検討していくうちに、コロナ禍での日常生活で気になるテーマが複数上がってきたことから2回実施することが検討された。さらに、参加する場合、1日だけでは参加できない学生が出てくる可能性があることから、2回の開催が決まった。そのため、養成講座の11限目の交流会は2回開催するようカリキュラムの修正を行った。

#### <企業の参加について>

企業の方の参加については、今年度の事情をお伝えし、Zoom 開催となること、2回開催となること、ブレイクアウトルームを使ったグループワークを行うこと、企業の基調講演はしないことなどを伝え理解を求めた。その結果、消費者関連専門家会議 (ACAP)、日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会 (NACS)、日本ヒープ協議会にご協力をいただき、2回の交流会に多くの企業の方に参加いただくことができた。

#### <テーマについて>

テーマについては、毎年「衣・食・住」のうち1つを1回のテーマとして3回の交流会を実施してきたが、今年度は、リーダー会議で検討した結果、「衣食住」を1回のテーマとし、コロナ禍で強く影響を受けることになった「IT・生活環境・観光」を第2回のテーマとすることとした。どのテーマに参加したいかについては、事前に受講生から希望を聞くこととした。Web上の交流会の講座の箇所に、事前参加申込フォームを設定した。

#### <ブレイクアウトルームを使ったグループワークの実施と受講生ファシリテーターの採用>

全体ファシリテーターは、第1回、第2回ともにリーダー会メンバーが担当することとした。ただ、リーダー会からの強い希望があり、グループワークファシリテーターは当日参加した今年度の受講生が担当することとした。理由は、Zoom でのグループワーク体験はまだ珍しく、グループ内でのファシリテーターの仕方を学ぶ機会としても提供したいという思いが強かったためである。グループワーク内でのファシリテーターは、例年であればリーダー会メンバーが担当し、事前にグループワークの流れや趣旨説明について打ち合わせを行いグループワークに臨

むため、経験に裏打ちされた円滑な運営が実現できた。しかし、今回は当日初めて担当することを伝えられた受講生が円滑にグループワークを運営できるかが一番の難題であり、次年度の課題となった。また、グループ分けについても、事前にメールアドレスが不明な学生がいることから事前のグループ分けができず、当日のグループ分けの手順が課題となった。

<Zoom を使った交流会のための事前研修の実施について>

交流会を Zoom で開催すること、Zoom のブレイクアウトルームを使ったグループワークを実施することは、いずれも本事業で初めての試みとなった。もちろん、リーダー会の学生にとっても初めての体験となる。そこで、当日の運営を成功させるために、事前研修を実施することを決めた。

リーダー会議では、テーマの詳細を検討する一方で、当日の運営や事前の準備について、不安な点について意見交換した。中でも、グループワークの進行の仕方については、不安も大きかった。その結果、事前研修では、講師を招き、Zoom の使い方、バーチャルでの参加意識をどう高めるか、グループでの役割などについて講義を受け、具体的な手法を学ぶこととした。

開催日	2021年11月18日(水) 10:00~13:00
講師	大串 恵太(追手門学院大学)
研修内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Zoom を利用したワークショップについて</li> <li>・ブレイクアウトルームの使い方</li> <li>・参加意識を高めるための工夫</li> <li>・参加した人への注意事項のアナウンスについて</li> <li>・全体ファシリテーターの役割</li> <li>・グループファシリテーターの役割と役割の伝え方</li> <li>・資料の提示の仕方</li> <li>・グループで話し合った内容をまとめる手法</li> <li>・グループ分けの方法</li> </ul>
採用した内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・交流会を通して使う資料は Google スライドを活用して 1 ファイルにまとめる</li> <li>・参加してきた人に対しての注意事項は、Google スライドのトップページにまとめ、参加者全員が確認できるよう開始前からファイル共有</li> <li>・例年の対面と違い、企業の参加者を学生が知ることが難しいことから、冒頭で企業の参加者紹介を組み込む</li> <li>・事前参加申込をもとに一旦グループ分けを行っておき、当日参加してきた人を事前にグループ分けしたグループに配置する</li> <li>・参加していることの意識を高めるために、「参加者チェックイン」の時間を設け、身近なお題を提出し全員にチャットで回答してもらうことで、他の参加者の存在を感じ、参加意識を高めてもらう機会とする</li> <li>・グループで話し合った内容は、こちらで用意した Google スライドに入力してもらい、全体共有の時間のグループ発表資料として使ってもらう</li> </ul>

反省点を次に生かす	<ul style="list-style-type: none"> <li>・第1回目は初めてということもあって、グループのファシリテーターを誰が担当するかもよく伝わらないまま、最初うまく機能しないグループがあったことから、第2回目では、名前のあいうえお順の最初の人をファシリテーターにすることとした</li> <li>・第1回は、Google スライドの利用について、グループワークが始まった後に伝えたことから、各ルームに伝える作業が手間取った。そこで、第2回は、グループワークで議論された内容は、色のついた Google スライドのページに入力してもらうよう、グループワークに入る前に改めて確認した</li> </ul>
-----------	---

### <交流会のテーマ>

今年度の交流会では、「コロナ禍になってからあなたの消費はどのように変化したか」を基本テーマとした。

交流会に先立ち検討してきたリーダー会議の中で、私たちは、コロナ禍の中で、3密を避け、会食は少人数で、外出を控えるなどの自粛生活を余儀なくされたことで、日々の生活様式が大きく変わり、それに伴い消費行動も変わっていったことを実感していることについて様々な意見が出された。そこで、各回それぞれのメインテーマについては、コロナ禍で影響を大きく受けたと思われるテーマを設定することとした。ただ、例年の基本テーマである衣食住は、コロナ禍でもあらゆるところで関わっていることから、第1回は、この基本テーマをそのまま設定することとした。

交流会	メインテーマ
第1回	衣食住
第2回	IT・生活環境・観光

### <交流会企画の考え方>

コロナ禍で、私たちの生活様式が大きく変わってきた。それらに伴い人々の消費行動にも大きな変化が起きていることを実感している。その変化がどのようなものであり、どのような影響を社会に与えるのかについて、一人ひとりの消費行動を交換することで、今社会で起きていることを理解し、今後の消費行動の変化について認識を深めることをめざすこととした。

そこで、グループワークを始める前に、アイスブレイクを兼ねて、参加意識を高めるための「参加者チャックイン」の時間に、以下の質問をして、Zoom 内のチャットに入力してもらい、お互いの身に起こっていることを確認しあうこととした。

- ・第1回交流会では「一番最近、買ったものは何ですか？それはどこで買いましたか？」
- ・第2回交流会では、「一番最近行った「旅行」「外食」「デリバリー」は何ですか？それは、いつ、どんなことですか？1つだけお答えください。」

グループワークでは、以下についてグループで話し合い、ニューノーマル時代の消費行動について企業と学生で意見交換することとした。

- ・第1問題提起は、「コロナ禍になってからあなたの消費はどのように変化したか」
- ・第2問題提起は、「With コロナ時代に私たちはどのような消費活動を選ぶのか？」

最後に全体共有の時間を設け、グループワークで話された内容について、各グループの代表が発表し共有する。

## (2) 第1回企業×学生交流会

### 第1回交流会

日時	令和2年12月5日(土) 13:30~15:00																														
会場	Zoomにて																														
テーマ	衣・食・住																														
担当	メインファシリテーター・総合司会：藤井優希(和歌山大学、4期) サポート：浦谷拓弥(大和大学、2期)、岡橋拓摩(大和大学、3期)、 中嶋未歩(和歌山大学、4期)、建林萌恵(和歌山大学、4期)																														
参加者チェックイン	テーマ「一番最近、買ったものは何ですか？それはどこで買いましたか？」																														
ワークショップ「人や社会や地球にやさしい消費行動を考える」	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「コロナ禍になってからあなたの消費はどのように変化したか」</li> <li>・with コロナ時代に私たちはどのような消費活動を選ぶのか？</li> </ul>																														
	 <p>第1回企業×学生交流会 2020年12月5日(土) 13:10-14:55 Zoomにて開催</p> <p>第1回テーマ <b>衣食住</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>時間</th> <th>プログラム</th> <th>全体ファシリテーター: 藤井優希(和歌山大学)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1 13:10(8)</td> <td>交流会の趣旨説明</td> <td>大阪府消費者教育推進学生リーダー代表者 浦谷拓弥(和歌山大学)</td> </tr> <tr> <td>2 13:18(2)</td> <td>岡橋先生のお話</td> <td>岡橋拓摩(和歌山大学)</td> </tr> <tr> <td>3 14:00(10)</td> <td>参加企業のご紹介</td> <td>消費生活協賛会「家康」株式会社 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント 協会消費生活協会(和歌山) 住 日本セーブ協議会(和歌山)</td> </tr> <tr> <td>4 13:30(5)</td> <td>参加者チェックイン</td> <td>全員</td> </tr> <tr> <td>5 13:35(20)</td> <td>今日のテーマ趣旨説明</td> <td>大阪府消費者教育推進学生リーダー代表者 藤井優希(和歌山大学)</td> </tr> <tr> <td>6 13:45(30)</td> <td>グループワーク</td> <td>全員</td> </tr> <tr> <td>7 14:15(30)</td> <td>全体共有まとめ</td> <td>各グループ代表者 藤井優希(和歌山大学)</td> </tr> <tr> <td>8 14:45(3)</td> <td>岡橋先生のお話</td> <td>岡橋拓摩(和歌山大学)</td> </tr> <tr> <td>9 14:55</td> <td>閉会</td> <td>藤井優希(和歌山大学)</td> </tr> </tbody> </table> <p>拡大版は、資料17参照。</p>	時間	プログラム	全体ファシリテーター: 藤井優希(和歌山大学)	1 13:10(8)	交流会の趣旨説明	大阪府消費者教育推進学生リーダー代表者 浦谷拓弥(和歌山大学)	2 13:18(2)	岡橋先生のお話	岡橋拓摩(和歌山大学)	3 14:00(10)	参加企業のご紹介	消費生活協賛会「家康」株式会社 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント 協会消費生活協会(和歌山) 住 日本セーブ協議会(和歌山)	4 13:30(5)	参加者チェックイン	全員	5 13:35(20)	今日のテーマ趣旨説明	大阪府消費者教育推進学生リーダー代表者 藤井優希(和歌山大学)	6 13:45(30)	グループワーク	全員	7 14:15(30)	全体共有まとめ	各グループ代表者 藤井優希(和歌山大学)	8 14:45(3)	岡橋先生のお話	岡橋拓摩(和歌山大学)	9 14:55	閉会	藤井優希(和歌山大学)
時間	プログラム	全体ファシリテーター: 藤井優希(和歌山大学)																													
1 13:10(8)	交流会の趣旨説明	大阪府消費者教育推進学生リーダー代表者 浦谷拓弥(和歌山大学)																													
2 13:18(2)	岡橋先生のお話	岡橋拓摩(和歌山大学)																													
3 14:00(10)	参加企業のご紹介	消費生活協賛会「家康」株式会社 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント 協会消費生活協会(和歌山) 住 日本セーブ協議会(和歌山)																													
4 13:30(5)	参加者チェックイン	全員																													
5 13:35(20)	今日のテーマ趣旨説明	大阪府消費者教育推進学生リーダー代表者 藤井優希(和歌山大学)																													
6 13:45(30)	グループワーク	全員																													
7 14:15(30)	全体共有まとめ	各グループ代表者 藤井優希(和歌山大学)																													
8 14:45(3)	岡橋先生のお話	岡橋拓摩(和歌山大学)																													
9 14:55	閉会	藤井優希(和歌山大学)																													

<参加者数>

種類	参加者数	備考
学生	46名	大阪府講座受講生 4 和歌山大学講座受講生 42
リーダー会	5名	2期生1、3期生1、4期生3
企業	14名	ACAP:ハウス食品(株)、タビオ(株)、ACAP 西日本支部啓発・交流部会副 部会長、雪印メグミルク(株)、伊藤ハム米久ホールディングス(株)、パナ ソニック(株)、大阪いずみ市民生活協同組合、カスタマーケアプラン NACS:繊維製品研究会2、食活研究会2、西日本支部長 日本ヒーブ協議会:第一生命
大学	1名	和歌山大学1
その他	4名	大阪府消費生活センター3、事務局1
合計	70名	グループ分け11班(衣3グループ、食4グループ、住4グループ)

<第1回交流会の様子>

0. 事前準備

1時間前

- ・各自PCを立ち上げる
- ・全員イヤホンをつける(ハウリング防止のため)
- ・各自役割の確認

20分前

- ・Zoom会議をオンライン
- ・googleスライドで作成した今日の流れの資料を共有する
- ・スライドは、事前の準備についての注意事項を出す
- ・参加者を、事前にグループ分けした名簿に応じてグループ分けしていく(ブレイクアウトセッションにて)
- ・グループ担当は、ホスト役に

1. 開会式

司会 藤井優希(和歌山大学)

まず初めに、司会者からネット上での交流会になったことを伝え、協力をお願いした。

2. 交流会の趣旨説明とリーダー会の実績

発表者: 浦谷拓弥(リーダー会代表、大和大学)

主催者であるリーダー会を代表して、交流会の趣旨説明とリーダー会のこれまでの実績について紹介した。

3. 岡崎先生よりご挨拶

今年度コロナ禍の中で養成講座を実施し、企業の方にもご協力をいただきながら交流会を

開催できたことへの感謝が伝えられた。

#### 4. 企業のご紹介

司会者から、本来であれば、実際に対面することでどんな企業の方が参加されているのかすぐにわかるが、Zoom での開催となったことから、参加されている企業の顔が見えにくい  
ため、企業の参加者の皆様から自己紹介をいただくことになったことが伝えられた。以下の  
順番で一言自己紹介をしていただいた。



#### 5. 参加者チェックイン

司会者から、参加いただいている学生、企業の方全員に、今日のワークショップに参加し  
ていることを相互に伝えるために、チェックインの作業をしていただくことを伝えた。

全員、回答をチャットに入力してもらうこと、入力するには以下のルールに従って、入力  
をお願いした。

- ・チャットの対象は「全員」を選択
- ・入力は、名前・所属・回答の順

お題は、

「一番最近、買ったものは何ですか？それはどこで買いましたか？」

5分後に、入力された内容について、司会者から傾向を伝えた。この時間を設けることで、少  
しお互いの顔が見えるようになったことを期待していることを伝えた。

#### 6. ワークショップ

今日のテーマは、「衣」「食」「住」の3つのテーマであることを伝えた。

各グループのテーマは、「衣」「食」「住」いずれかで、すでに決めさせていただいており、  
事前に、ワークショップの参加申込していただいた方については、希望のテーマにグループ  
分けしていることを伝えた。

続いて、グループワークを始めるにあたり、いくつか注意事項を伝えた。

- ・途中でグループに分かれて議論する
- ・グループでは、全体の進行をしていただく人、書記、発表者を決める
- ・役割は、学生が担当
- ・グループでの議論終了後に、全体共有として各グループで話し合われた内容を発表
- ・グループごとにスライドを指定し、自分のグループのスライドの色のついたシートに、議  
論した内容を自由に入力。書記だけでなく、グループ全員が入力可能。最後の発表用資料  
としてもつかうことができるため有効に活用。

続いて、ワークショップの流れと主旨についての説明を行った。

テーマについての説明は、以下の通り。

「皆さんはコロナ禍でどのくらい消費が減少したかご存じですか？こちらのグラフは1世

帯あたりの1ヶ月間の消費支出の変動をまとめたものです。季節変動がもともとありますので、この減少幅すべてがコロナの影響ということではありませんが、2020年3月から5月にかけて大きく減少していることがわかります。

「衣」についてです。外出自粛期間や、テレワークやオンライン授業の実施によって、外出機会が減っている人が多いです。それによって、外出用のおしゃれな服や背広などが不要になった人も多いのではないのでしょうか。実は、衣服の購入額も減少していて、そこから読み取れる変化です。

「食」についてです。外食機会が減少した人が多いのではないのでしょうか？また、飲食店などでテイクアウトやデリバリーを行うところが増え、利用する機会が増えたという人も多いのではないのでしょうか？3密を避けることが重要視される中で、歓送迎会などの飲食店で集まっていた飲み会が減少するとともに、飲み会の新たな形としてオンライン飲み会が実施されるようになりました。定着しているというわけではないそうですが、飲食店への影響も大きいことが想定されます。

「住」についてです。テレワークやオンライン授業の実施に伴い、家にいる時間が増えたという人も多くいるのではないのでしょうか？パソコン作業用の机を購入したり、DIYに取り組んだり、家にいる時間が長くなったことによる家での生活に変化が起こっているようです。また、テレワークに伴い、作業環境の確保という面で、家の間取りなどもそれに即したものが考えられるなど、住生活に限らず、住居そのものについても見直されていることがわかります。」

最後に、グループワーク実施にあたり、注意事項を伝えた。

- ・今からグループに分かれて議論する
- ・グループでは、全体の進行をしていただく人、書記、発表者を決める
- ・役割は、学生が担当
- ・グループでの議論終了後に、全体共有として各グループで話し合われた内容を1分程度で発表
- ・発表では、主に第2テーマにて話したことを基に、2つのキーワードを発表
- ・話し合っている内容を記録するために、グループごとにスライドを1枚用意  
チャットに貼られているURLから入り、班の番号が書かれたところに入力
- ・スライドは参加者全員が確認することができるので、発表資料としても使って
- ・途中何か問題があれば、チャットで知らせる

この後、全員が11グループに分かれて議論した。（ブレイクアウトルームを利用）

## 7. 全体共有

11グループが話し合われた内容について、順次発表を行った。

## 8. 閉会&アンケート

交流会の閉会宣言をした後、参加者にWeb上にあるアンケートに回答して頂くようお願いして終了した。

### (3) 第2回企業×交流会

#### 第2回交流会

日時	令和2年12月13日(日) 13:30~15:00																														
会場	Zoomにて																														
テーマ	IT・生活環境・観光																														
担当	メインファシリテーター・総合司会：中嶋未歩(和歌山大学、4期) サポート：浦谷拓弥(大和大学、2期)、岡橋拓摩(大和大学、3期)、 藤井優希(和歌山大学、4期)、建林萌恵(和歌山大学、4期)																														
参加者チェックイン	テーマ「一番最近行った『旅行』『外食』『デリバリー』は何ですか?それはいつ、どんなことですか?」																														
ワークショップ「人や社会や地球にやさしい消費行動を考える」	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「コロナ禍になってからあなたの消費はどのように変化したか」</li> <li>・with コロナ時代に私たちはどのような消費活動を選ぶのか?</li> </ul>																														
	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>時間</th> <th>プログラム</th> <th>全体ファシリテーター: 中嶋未歩(和歌山大学)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1 13:10(5)</td> <td>交流会の趣旨説明</td> <td>大阪府消費教育学生リーダー代表 浦谷拓弥(大和大学)</td> </tr> <tr> <td>2 13:15(5)</td> <td>岡橋先生のお話</td> <td>岡橋拓摩(和歌山大学)</td> </tr> <tr> <td>3 13:19(5)</td> <td>参加企業のご紹介</td> <td>消費関連専門家会議(ACC)8社 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント相談員協会(NACCS)4社 日本ヒーブ協議会1社</td> </tr> <tr> <td>4 13:20(5)</td> <td>参加者チェックイン</td> <td>全員</td> </tr> <tr> <td>5 13:25(5)</td> <td>今日のテーマ趣旨説明</td> <td>大阪府消費教育学生リーダー会4期生 中嶋未歩(和歌山大学)</td> </tr> <tr> <td>6 13:45(30)</td> <td>グループワーク</td> <td>全員</td> </tr> <tr> <td>7 14:12(30)</td> <td>全体共有&amp;まとめ</td> <td>各グループ代表者 中嶋未歩(和歌山大学)</td> </tr> <tr> <td>8 14:45(5)</td> <td>岡橋先生のお話</td> <td>岡橋拓摩(和歌山大学)</td> </tr> <tr> <td>9 14:55</td> <td>閉会</td> <td>中嶋未歩(和歌山大学)</td> </tr> </tbody> </table> <p>拡大版は、資料17参照。</p>	時間	プログラム	全体ファシリテーター: 中嶋未歩(和歌山大学)	1 13:10(5)	交流会の趣旨説明	大阪府消費教育学生リーダー代表 浦谷拓弥(大和大学)	2 13:15(5)	岡橋先生のお話	岡橋拓摩(和歌山大学)	3 13:19(5)	参加企業のご紹介	消費関連専門家会議(ACC)8社 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント相談員協会(NACCS)4社 日本ヒーブ協議会1社	4 13:20(5)	参加者チェックイン	全員	5 13:25(5)	今日のテーマ趣旨説明	大阪府消費教育学生リーダー会4期生 中嶋未歩(和歌山大学)	6 13:45(30)	グループワーク	全員	7 14:12(30)	全体共有&まとめ	各グループ代表者 中嶋未歩(和歌山大学)	8 14:45(5)	岡橋先生のお話	岡橋拓摩(和歌山大学)	9 14:55	閉会	中嶋未歩(和歌山大学)
時間	プログラム	全体ファシリテーター: 中嶋未歩(和歌山大学)																													
1 13:10(5)	交流会の趣旨説明	大阪府消費教育学生リーダー代表 浦谷拓弥(大和大学)																													
2 13:15(5)	岡橋先生のお話	岡橋拓摩(和歌山大学)																													
3 13:19(5)	参加企業のご紹介	消費関連専門家会議(ACC)8社 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント相談員協会(NACCS)4社 日本ヒーブ協議会1社																													
4 13:20(5)	参加者チェックイン	全員																													
5 13:25(5)	今日のテーマ趣旨説明	大阪府消費教育学生リーダー会4期生 中嶋未歩(和歌山大学)																													
6 13:45(30)	グループワーク	全員																													
7 14:12(30)	全体共有&まとめ	各グループ代表者 中嶋未歩(和歌山大学)																													
8 14:45(5)	岡橋先生のお話	岡橋拓摩(和歌山大学)																													
9 14:55	閉会	中嶋未歩(和歌山大学)																													



<参加者数>

種類	参加者数	備考
学生	44名	大阪府講座受講生 5 和歌山大学講座受講生 39
リーダー会	5名	2期生 1、3期生 1、4期生 3
企業	14名	ACAP:ハウス食品(株)、ACAP 西日本支部啓発・交流部会副部長、雪印メグミルク(株)、伊藤ハム米久ホールディングス(株)、パナソニック(株)、大阪いずみ市民生活協同組合、カスタマーケアプラン、イカリ消毒(株) NACS: ICT2、環境問題研究会 2、西日本支部長 日本ヒーブ協議会: 第一生命
大学	1名	和歌山大学 1
その他	3名	大阪府消費生活センター2 (うち 1名動画参加)、事務局 1
合計	67名	グループ分け 11 班 (IT4 グループ、生活環境 4 グループ、観光 3 グループ)

<第2回交流会の様子>

0. 事前準備 ★は第1回より追加した事項

1時間前

- ・各自 PC を立ち上げる
- ・全員イヤホンをつける (ハウリング防止のため)
- ・各自役割の確認
- ・google スライドのアドレスを全員にチャットで案内★

20分前

- ・Zoom 会議をオンライン
- ・google スライドで作成した今日の流れの資料を共有する
- ・注意事項のアナウンス時に、google スライドにアクセスして立ち上げておくよう依頼★
- ・スライドは、事前の準備についての注意事項を出す
- ・参加者を、事前にグループ分けした名簿に応じてグループ分けしていく (ブレイクアウトセッションにて)
- ・グループ担当は、ホスト役に

10分前

- ・事務局から企業、行政の方へご挨拶と注意点を伝える★

1. 開会式

司会 中嶋未歩 (和歌山大学)

まず初めに、司会者からネット上での交流会になったことを伝え、協力をお願いした。

3. 岡崎先生よりご挨拶

今年度コロナ禍の中で養成講座を実施し、企業の方にもご協力をいただきながら交流会を

開催できたことへの感謝が伝えられた。

#### 4. 企業のご紹介

司会者から、本来であれば、実際に対面することでどんな企業の方が参加されているのかすぐにわかるが、Zoom での開催となったことから、参加されている企業の顔が見えにくい  
ため、企業の参加者の皆様から自己紹介をいただくことになったことが伝えられた。以下の  
順番で一言自己紹介をしていただいた。



#### 5. 参加者チェックイン

司会者から、参加いただいている学生、企業の方全員に、今日のワークショップに参加し  
ていることを相互に伝えるために、チェックインの作業をしていただくことを伝えた。  
全員、回答をチャットに入力してもらうこと、入力するには以下のルールに従って、入力  
をお願いした。

- ・チャットの対象は「全員」を選択
- ・入力は、名前・所属・回答の順

お題は、

「一番最近行った「旅行」「外出」「デリバリー」は何ですか？、それは、いつ、どんなこと  
ですか？1つだけお答えください。」

5分後に、入力された内容について、司会者から傾向を伝えた。この時間を設けることで、少  
しお互いの顔が見えるようになったことを期待していることを伝えた。

#### 6. ワークショップ

今日のテーマは、「IT」「生活環境」「観光」の3つのテーマであることを伝えた。  
各グループのテーマは、「IT」「生活環境」「観光」いずれかで、すでに決めさせていただい  
ており、事前に、ワークショップの参加申込していただいた方については、希望のテーマに  
グループ分けしていることを伝えた。

続いて、グループワークを始めるにあたり、いくつか注意事項を伝えた。

- ・途中でグループに分かれて議論する
- ・グループでは、全体の進行をしていただく人、書記、発表者を決める
- ・役割は、学生が担当
- ・グループでの議論終了後に、全体共有として各グループで話し合われた内容を発表
- ・グループごとにスライドを指定し、自分のグループのスライドの色のついたシートに、議  
論した内容を自由に入力できる。書記だけでなく、グループ全員が入力可能。最後の発表  
用資料としてもつかうことができるため有効に活用

続いて、ワークショップの流れと主旨についての説明を行った。

テーマについての説明は、以下の通り。

「みなさんご存知のように、今年は新型コロナウイルスの感染が拡大し、猛威をふるいま

した。その影響で緊急事態宣言や外出自粛要請が出され、今までは当たり前できていたことができなくなってしまいました。密な状態になりやすいライブ等のイベントや旅行はできなくなってしまい、また緊急事態宣言の影響で商業施設が軒並み閉まってしまったのでショッピングもできなくなってしまいました。今は緊急事態宣言も解除され、以前のようにとまではいかないものの、少しずつ元の生活に戻りつつあります。しかし、新型コロナウイルスの感染拡大は今も収まらず、みなさんもまだまだ不安がいっぱいなのではないかと思います。

「IT」についてです。新型コロナウイルスの影響で、なかなか自由に外出しづらい状況が続いています。でも、だからといって買い物をしないというのは難しいですね。そのため、以前よりもネット通販を利用する人が増えたのではないかと思います。そこで、ITのテーマのグループの方は、通販を利用することによるメリットやデメリット、生活の変化などについて話し合ってもらいたいと思います。

「生活環境」についてです。ライブ等のイベントは、特に密になりやすいため、オンラインでの開催や参加人数の制限、マスクや消毒、声を出さないなどの感染対策の徹底などを余儀なくされています。そこで、生活環境のテーマのグループの方は、私たちがこのような現状にどう向き合っていけばよいのかについて、イベント開催地への影響や、地域経済への影響など様々な視点から話し合ってもらいたいと思います。

「観光」についてです。今、海外旅行は渡航制限などで行くことが難しい状況になっています。国内旅行は、GO TO トラベルなどの支援制度ができたものの、まだまだ行くことに不安を感じている方も多いのではないかと思います。そこで、観光のテーマのグループの方は、旅行に行きたいけどなかなか行きづらいという気持ちのハードルはどこから来るのか、また、この状況をどう打開するのかなどについて話し合ってもらいたいと思います。

最後の全体共有の場では、各テーマの発表に加えて、コロナ禍におけるピンチをチャンスにするための方策についても発表してもらいたいと思います。新型コロナウイルスの影響でできなくなってしまったことはたくさんありますが、その中でも何か新しくできることはないか、アフターコロナに向けてこれからどうしていけばよいのかについて話し合ってもらいたいと思います。」

## 7. 全体共有

11グループが話し合われた内容について、順次発表を行った。

## 8. 閉会&アンケート

交流会の閉会宣言をした後、参加者に Web 上にあるアンケートに回答して頂くようお願いして終了した。

#### (4) 大阪府消費者教育学生リーダー認定

例年、第3回交流会の最後に大阪府消費生活センターによる認定式を執り行ってきた。しかし、今年度はコロナ禍で、交流会はオンラインで開催されたことから、認定式を行うことができなかった。そこで、認定要件を満たした学生に対して付与された認定証ならびに認定カードは郵送によって認定学生に届けることとした。

令和2年度 認定者数	10名(7大学)
------------	----------

#### (5) 企業×学生交流会5年間のテーマについて

これまで実施してきた交流会での企業講演及びワークショップのテーマは以下の通り。

##### <令和2年度 交流会テーマ>

テーマ	年度回	ワークショップテーマ
衣食住	R2 第1回	with コロナ時代に私たちはどのような消費活動を選ぶのか？
IT・生活環境・観光	R2 第2回	with コロナ時代に私たちはどのような消費活動を選ぶのか？

##### <平成28年度～令和元年度 交流会テーマ>

テーマ	年度回	企業講演	担当企業	ワークショップテーマ
衣	R1 第1回	足と靴の話---靴を安全・快適にお履き頂く為のダイアナの取組--	ダイアナ株式会社	自分のために靴を選択するということとは？！
	H30 第1回	花王の生活者視点活動～衣類用洗剤を中心に～	花王株式会社	循環型社会・内なる消費ってなに？！
	H29 第1回	履き心地、デザイン、長持ち」の裏付けとなる靴下づくりの姿勢	タビオ株式会社	もったいない消耗品をなくすために～どう伝えるかを考えよう！
	H28 第1回	スポーツウェアの素材と機能を知る	ミズノ株式会社	正しい商品知識をもってモノを選ぼう
食	R1 第2回	トリドールの考える価値創造	株式会社トリドールホールディングス	料理中に出てくるゆで汁や廃食油に名前をつけよう！
	H30 第2回	ネスレの存在意義(Purpose)－共通価値の創造(CSV)の実践	ネスレ日本株式会社	「食」は、家庭内や職場内における環境をどのように豊かにすることができるのか？
	H29 第2回	小売現場における食品衛生への取り組み	株式会社 消費科学研究所	保存期間について～家の中の食べ物大丈夫？

	H28 第3回	①食品メーカーにおける環境への配慮	日本ハム株式会社	食品ロス問題と向き合おう
		②個人店舗が考える食品ロスの対応は～人に寄り添う～	ハートイン・菜	
住	R1 第3回	パナソニックの消費者志向経営～これからのスマートライフ（創エネ・省エネ・蓄エネ）	パナソニック株式会社	エネルギーのムダ使い～罪悪感を感じない解決策はこれだ！
	H30 第3回	地震対策と地球環境を守るための取り組みについて	大阪ガス株式会社	身近な場所でできるエネルギーの節約方法とその先にある生活スタイルを考える
	H29 第3回	広く社会や地球環境に貢献する存在であり続けることをめざして	TOTO株式会社	水資源に対する消費行動を見つめ直そう！
	H28 第2回	NTTドコモにおけるCSR	株式会社NTTドコモ	再確認！ネットのメリット・デメリット

リーダー会では、リーダー会独自ホームページの中で「リーダー会辞典」を作成し、その中で、リーダー会の活動の中から生まれた言葉（造語）を、辞典に収めている。交流会の中から生まれた言葉（造語）は次の通りであった。

<リーダー会辞典>

単語	意味	言葉が生まれた時期
もったいない消耗品	消耗品は消耗品でも丁寧に扱ったり、正しい扱い方をすれば長持ちするので、消耗品として軽く扱うともったいないということ。	平成29年度第1回交流会ワークショップ
衣類ロス	本来はまだ着用できるのに廃棄されたり、収納されたまま着用されずに年数が経ち、劣化してしまっただけで衣類が無駄に廃棄されること。	平成29年度第1回交流会ワークショップ
適水	節水のために水を使わなすぎても不具合が起こる。節水も大切だが、無駄な水を無くし、その上で適切な量の水を使うことが大切という考え方。	平成29年度第3回交流会ワークショップ
外なる循環・内なる循環	循環型社会を、外なる循環・内なる循環と定義し、「新しい観点から循環型社会を捉え直す」。外なる循環とは、自分のコミュニティ以外の外部にアプローチすること。内なる循環とは、自分の生活環境の中での営みにアプローチすること。	平成30年度第1回ワークショップ

## 第7節 啓発活動・広報活動

### 1. 「大阪府消費者教育学生リーダー会専用ホームページ」による情報発信

リーダー会の活動内容を広く知ってもらうために、リーダー会専用ホームページを開設し、大学生間ネットワークの形成を促進できるよう学生自ら情報発信し、今後仲間となる人材を確保する道を拓くことを行っている。本ホームページでは、できるだけリーダー会の活動が分かりやすく伝わること、顔が見える情報発信の仕方を工夫することをめざしている。

今年度は、消費者教育啓発 web ゲームを制作し、ホームページで公開することとした。

また、工夫していることは以下の点である。

- ①リーダー会以外の人たちにも自分たちの活動に興味を持ってもらえるよう、ツイッターを利用して、時にはリアルタイムで発信するなど、随時活動の顔が見えるよう紹介する。
- ②リーダー会に参加するための手続きについて分かりやすく紹介するコーナーを設ける。
- ③交流会への参加申込をホームページから登録しやすくする。

リーダー会のホームページ

[http://www.aice-p.com/consumer/student\\_leader/](http://www.aice-p.com/consumer/student_leader/)



なお、リーダー会のホームページは、リーダー会独自の情報発信となることから、発信するときのルールについては、平成30年度に、以下の通り定めた。

#### 【情報発信するときのルール】

##### ●基本ルール

- ・個人の同意を得ていない写真等は発信しない。
- ・間違った情報を発信しないようにしよう。
- ・メンバーは発信した内容の事後報告をする。

##### ●Twitterのルール

- ・アカウントは利用者を定めて担当者が管理する。
- ・情報を求める利用者の為のツールづくりを行う。
- ・個人を攻撃する目的で利用しない。
- ・運用上支障がなければブロック機能を利用する事はしない。

# 大阪府消費者教育 学生リーダー会

TOP

私たちについて

企業×学生交流会

ボランティア活動

参加するには

学生リーダー会特典



**企業×学生交流会**  
を開催しています！



詳しくはこちら！▶

私たちが**提供**します!!

**啓発ゲーム**

そのときあなたは  
どうする？

つくってあそべる▶

私たちは

**こんな活動**  
をしています！



色々やっています！▶

## 私たち、大阪府消費者教育学生リーダー会と共に活動しませんか？

日々、様々なモノ・サービスを消費する中で、商品選択や取引を正しく行えているでしょうか？間違った情報による商品選択や意図しない契約によってトラブルに巻き込まれないように商品知識を知ることは賢い消費者の第一歩です。また、大量消費社会になった今、持続可能な社会形成が求められており、自らの行動や選択の社会に対する影響を考えていかなければなりません。自らの行動、選択で社会を考える賢い消費者の大学生代表として演劇、企業×学生交流会を企画して消費者教育活動を広めています。皆さんと活動の輪を広げられることを心よりお待ちしております！

## News

- 2021.2.23 **作成物**  
消費者教育啓発Webゲーム「そのときあなたは どうする」をオープンしました！
- 2020.12.13 **イベント**  
令和2年度第2回企業×学生交流会を開催しました！（リーダー養成講座受講生対象）
- 2020.12.5 **イベント**  
令和2年度第1回企業×学生交流会を開催しました！（リーダー養成講座受講生対象）
- 2020.10.15-12.18 **講座**  
令和2年度消費者教育リーダー養成講座（Web）を開催しました！
- 2020.1.26 **イベント**  
令和元年度第3回企業×学生交流会を開催しました！
- 2019.12.15 **イベント**  
令和元年度第2回企業×学生交流会を開催しました！
- 2019.11.23 **イベント**  
令和元年度第1回企業×学生交流会を開催しました！
- 2019.10.13 **イベント**  
大和大学学祭で、フリーマーケットのブース出店を行いました！
- 2019.9.14-15 **講座**  
令和元年度消費者教育リーダー養成講座を開催しました！
- 2019.8.8 **イベント**  
大阪金融広報委員会主催「夏休み！親子で楽しむお金探検隊」に参加し、ワークショップ「おこづかいについて考えよう！」を行いました。
- 2019.7.30 **イベント**  
大阪府立中央図書館主催「キッズライフアカデミー」に参加し、ワークショップ「金銭教育 お小遣いの使い道を学ぼう」を行いました。
- 2019.07 **イベント**  
有限会社ダブル・ワークス及び産学協働人材育成機構AICEが令和元年度大阪府消費生活センター「大学生期における消費者教育推進事業」の受託事業者に決定されました！
- 2019.1.20 **イベント**  
平成30年度第3回企業×学生交流会を開催しました！

シェアする Twitter シェア LINEで送る

### @consumer\_aiceさんのツイート

**大阪府消費者教育学生リーダー会**  
@consumer\_aice  
「エシカル消費」と「食品ロス削減」で未来を変える！シンポジウムが開催されます。本講座で学んだSDGsの振り返りの参考に。  
開催日：2020年12月17日（木）オンラインで開催。  
caa.go.jp/policies/polic...

♡ [+] 2020年12月9日

**大阪府消費者教育学生リーダー会**  
@consumer\_aice  
消費者学生リーダー会 aice-p.com/consumer/  
消費者庁から、「エシカル消費」の下記パンフレットが公表されました。以下からダウンロードできます。興味のある方は積極的に活用されてはいかがでしょうか。caa.go.jp/policies/polic...



♡ [+] 2020年11月28日

**大阪府消費者教育学生リーダー会**  
@consumer\_aice  
大阪府消費者教育リーダー養成講座の受講生を募集します。参加お待ち！aice-p.com/consumer/cours...

## ■消費者教育啓発 web ゲーム「そのときあなたは どうする？」



### そのときあなたは どうする？

#### ① つくる

- 私たちの日々の消費行動についてのシレンマ問題をつくるゲームです。
- 問題とその回答を3種類のタイプ別に考えます。
- 自分の作ったゲームコンテンツは、名前を付けてプログラムとして公開することができます。
- ゲーム問題をつくるには、ログイン画面から「新規会員登録」が必要です。「初めての方はこちら」から新規登録してください。
- 「新規会員登録」で設定したIDとパスワードでログインすると、ゲーム問題をつくるページに入ることができます。

つくるページへ



#### ② あそぶ

- 私たちの日々の消費行動についてのシレンマ問題に回答し、自分がどんなタイプの消費行動をしているかを判定するゲームです。
- 5問すべてに回答すると、「消費者市民社会の一員であること」の認定証が発行されます。
- 「①つくる」でつくった自分のゲームコンテンツで遊ぶこともできます。

あそぶページへ



消費者問題って、人ゴトだと思いませんか？

地球はモノであふれ、環境問題も深刻です。

私たち一人ひとりみんな消費者です。

一人ひとりが「自分が何をかうか？」「何を使うか？」によ

って社会や地球環境は大きく変わります！

一人ひとりの消費行動は小さいかもしれませんが、

でも、大勢集まると大きな社会問題を解決する力にもなるのです。



買い物をするときやサービスを受けるとき、あなたが日々何気なく行っている「選択」は、どっちにするか迷うことも、あるいはどうしても1つに決められないほどの「シレンマな選択」もあるはず。



あなたの選択が地球の未来をつくります。

だから、ちょっと立ち止まって、その「選択」について、「消費」について、ゲームを通じて一緒に考えてみませんか？



「そのときあなたは どうする？」ゲームは、消費者教育啓発プログラムとして開発したものです。ゲームは「①つくる」と「②あそぶ」の2種類からできています。①でゲームコンテンツを作って、②で自分の作ったコンテンツで遊ぶことができる、参加型のゲームシステムです。



#### ○ 小学校・中学校・高校・支援学校・大学の先生がたへ

- このシステムは、消費者教育啓発プログラムの教材として使っていただけるようになっています。
- 教材として利用したい方は、「新規会員登録」する際に、「みんなで作る」を選択してください。先生の管理用IDと児童・生徒用のメンバーIDの2種類を発行いたします。
- 管理用IDは、一度作ったコンテンツの編集、削除、また公開・非公開、プログラム名などの変更を行うことができます。
- メンバーIDでは、つくることがだけです。
- 消費者市民社会の一員として、一人ひとりが考える、そんな機会に利用していただけたら幸いです。
- [ゲームの遊び方取説](#)

#### キャラクター紹介



なまえ：さいふのフッちゃん

愛称：フッちゃん

消費者からお金を運んだので、財布のキャラクターになりました。

エコでクリーンな、地球に優しいイメージを持たせるために、白色を選び、葉を持たせてみました。

消費者教育に対して難しさなどを感じる事があるかもしれませんが、このキャラクターによって、優しさや柔らかさが伝われば幸いです。

作者：長谷川望



## 2. 全国消費者フォーラムでのリーダー会活動紹介

前述の第2章第5節「2（4）全国消費者フォーラムでの発表動画作成」の項で紹介したが、今年度、情報発信の一環で全校消費者フォーラムでのビデオ発表に申請し、採択された。残念ながらコロナ禍でフォーラム自体は中止となったが、リーダー会では発表準備のために、発表内容の検討、企画、動画づくりを行った。

その成果である動画は、リーダー会ホームページに掲載し、リーダー会の活動と今年度開発したwebゲームの紹介する動画として、新たなツールを得た。動画の一部はwebゲームの説明になっており、その部分は、webゲームの取り扱い説明動画として、学校の先生向けの紹介コーナーに掲載することができた。今後のニューノーマル時代を考えると、動画での発信は、リーダー会活動を広く理解してもらうための効果的なツールとして、今後も作っていきたい。

## 3. チラシ等による広報

本取組の中で以下の取組について、広く広報するために、例年チラシ等を作成してきた。しかし、今年度は、本取組をすべてオンライン上で実施することから、チラシを印刷して配布する手法をやめ、PDFでの広報とした。PDFを使つての発信方法は以下の通りであった。

種類	内容	配布先
「養成講座」募集チラシ	10/15～12/18の養成講座の募集用チラシ	<ul style="list-style-type: none"><li>・チラシを作成し、PDFをホームページに掲載</li><li>・関西SDGsプラットフォームのイベント掲載並びにメルマガ発信</li><li>・消費者庁ポータルサイトに養成講座の案内及びチラシ（PDF）を掲載</li><li>・ボランティア募集サイト activoに養成講座の案内及びチラシ（PDF）を掲載</li><li>・大阪府ホームページにより公募</li><li>・大阪府消費生活センター公式ツイッターによって公募を呼びかけ。</li></ul>

## 4. ホームページによる広報

本取組の成果や、日々の取組内容については、ホームページに適宜掲載し、成果について情報発信した。

本取組のホームページ

<http://www.aice-p.com/consumer/index.html>



大阪府消費生活センター委託事業「大学生期における消費者教育推進事業」  
産学協働人材育成機構AICEを活用した  
大学生による消費者教育推進の取組

この消費者教育推進事業について      大阪府消費者教育リーダー養成講座について      大阪府消費者教育学生リーダー会とは      大阪府消費者教育学生リーダーの認定

大阪府消費生活センター委託事業「大学生期における消費者教育推進事業」  
産学協働人材育成機構AICEを活用した  
大学生による  
消費者教育推進の取組  
消費者教育推進大使  
©2014もずやん

産学協働人材育成機構AICEを活用した大学生による消費者教育推進の取組は、平成28年度、平成29年度、平成30年度、令和元年度、令和2年度大阪府消費生活センター委託事業「大学生期における消費者教育推進事業」として採択されました！

News

令和2年度

2021.02.23 **お知らせ**  
大阪府消費者教育学生リーダー会では、消費に関するジレンマ問題について、楽しんで考えながら遊べる消費者教育啓発Webゲーム「そのときあなたははどうする？」を開発しました！

2020.10.15-12.18 **講座**  
令和2年度大阪府消費者教育学生リーダー養成講座（Web講座）を開催しました！

2019.06 **お知らせ**  
有限会社ダブル・ワークス及び産学協働人材育成機構AICEが令和2年度大阪府消費生活センター「大学生期における消費者教育推進事業」の受託事業者に決定されました！

令和元年度

2020.1.26 **イベント**  
令和元年度第3回企業×学生交流会を開催します！

2019.12.15 **イベント**  
令和元年度第2回企業×学生交流会を開催しました！

2019.11.23 **イベント**  
令和元年度第1回企業×学生交流会を開催しました！

2019.9.14-15 **講座**  
令和元年度消費者教育リーダー養成講座を開催しました！

2019.06 **お知らせ**  
有限会社ダブル・ワークス及び産学協働人材育成機構AICEが令和元年度大阪府消費生活センター「大学生期における消費者教育推進事業」の受託事業者に決定されました！

Pick Up!

大阪府消費者教育学生リーダー会  
一緒に活動しませんか！  
「どんなところが、なにを学んでいるの？」  
リーダー会をもっと知りたい！

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS  
12 つくる責任 つかう責任  
2030年に向けて世界が合意した「持続可能な開発目標」です

大阪府では、SDGsの推進を図り、SDGs先進都市をめざしています。本事業は、SDGsに掲げる17のゴールのうち、「12 つくる責任つかう責任」のゴール達成に寄与するものです。

## 5. 関西 SDGs プラットフォームへのイベント掲載

本事業の共同企業体の1つである産学協働人材育成機構 AICE は、関西 SDGs プラットフォームの会員であることから、本事業で実施している「養成講座」並びに「交流会」について、本プラットフォームのホームページ上のイベントページに掲載するとともに、同内容のメールマガジンでの配信を行った。（資料8）

本フォーラムのホームページやメルマガへの投稿は、本事業がSDGsの一環としても活動していることを外に向けて情報発信する狙いがあった。特に、リーダー会ではSDGsを活動の柱の1つとして消費者教育の行動指針にも組み込まれていることがある。リーダー会のホームページのトップのスライドには、「SDGs（持続可能な開発目標）の12番目「つくる責任 つかう責任」を企業と学生が共に考える活動を行っています！」と宣言している。

関西 SDGs プラットフォームのホームページ

<https://kansai-sdgs-platform.jp/>



## 第3章 取組に対する効果の検証

### 1. 効果検証のための調査について

効果を検証するために、実施した取組についてアンケート等による調査を行った。  
調査で使用した質問紙は以下のとおりである。

番号	アンケート種類	対象	目的
1	「養成講座」受講者アンケート ※独自開講のみ調査	受講生	養成講座の目的が理解され、講座が受講者にとってどのようなものであったかを検証
2	交流会アンケート（学生用、企業用）	参加学生 参加企業等	交流会の参加者にとって、交流会がどのようなものであったかを検証。参加した学生、企業など立場によって参加動機も異なる事から、別の質問紙を用意した。

### 2. 「養成講座受講者アンケート」から見た効果の検証

#### （1）アンケート結果（平成28、29、30、令和元、2年度）

「養成講座」を受講した学生に対して、全課程修了後にアンケート調査を実施した。  
（資料2「講座修了申請フォーム」内）検証は、この5年間について行った。（和歌山大学の科目を受講した学生は入っていない。）  
アンケート結果は、以下の通りであった。

#### <アンケート調査結果>

	H28	H29	H30	R1	R2	合計
受講生回答数	21	18	17	3	7	66

【Q1 本講座をどのように知ったか】	H28	H29	H30	R1	R2	合計	割合
チラシ	0	2	1	0	2	5	8%
友達の口コミ	4	0	2	0	0	6	9%
先生や大学関係者	16	15	12	2	3	48	73%
その他	1	1	2	0	2	6	9%

【Q2 受講動機(いくつでも可)】	H28	H29	H30	R1	R2	合計	割合
講義内容	10	7	5	2	6	30	45%
自己啓発	6	4	2	0	4	16	24%
資格認定	12	12	9	2	2	37	56%
消費者教育について知りたかった	9	5	4	1	3	22	33%
消費者教育のスキル	5	4	5	1	3	18	27%
リーダー会活動に興味	5	1	3	0	1	10	15%
リーダー会活動に参加したい	2	3	1	0	1	7	11%
他大学の先生の講義	0	2	0	0	3	5	8%
大学以外の社会人講師の講義	2	3	1	0	1	7	11%
他大学の学生や社会人と知り合う	4	3	4	0	3	14	21%
ボランティア活動がしたい	1	3	3	0	3	10	15%
その他	1	0	2	0	0	3	5%

【Q3 受講して良かったこと(いくつでも可)】	H28	H29	H30	R1	R2	合計	割合
普段の大学講義と異なる体験	14	10	7	1	5	37	56%
消費者教育の重要性が理解	11	9	9	1	6	36	55%
消費者教育学生リーダーの認定	8	9	3	0	2	22	33%
消費者教育のボランティア活動	7	2	1	0	2	12	18%
他大学の先生の講義	2	4	9	1	4	20	30%
大学以外の社会人講師の講義	7	3	8	1	3	22	33%
消費者教育学生リーダーの自覚	2	3	3	0	4	12	18%
他大学、大学以外の人との交流	10	7	3	2	0	22	33%
他大学の学生とのチーム活動	4	2	1	0	2	9	14%
その他	0	0	0	0	0	0	0%

(上記以外にあればお書きください)

- H28
- ・法律やキッカケなど、根本的な部分を学べて良かった。
  - ・消費者教育といった新しい分野について学ぶことが出来て良かったです。
  - ・自分で定めた目標「いい補佐になるためリーダーについて学ぶ」というものの全体像(?)が見えた。
  - ・サークル以外で社会人になっても消費者教育に取り組める場所(+つながり)が得られた。
  - ・消費者教育について知れたこと。
  - ・消費者教育について以前より知識を得られました。
- H29
- ・消費者教育がどのようなものなのかわかった。

- ・企業の人に直接お話しが聞けたこと。
  - ・消費者としての視点から社会を見て考えられた。
  - ・来年から、小学校教員として社会に出ていこうと考えている。学校現場で、消費者教育を展開していけるような授業のイメージをもつことができた。
- H30
- ・他大学の方と知り合い、話をするのがとても新鮮でした。
  - ・日本ハムの川口さんのお話を聞くことができた。自分のレベルの低さが分かった。
  - ・消費者教育の重要性を理解できた。

【Q6 安全・安心な消費生活を送る方法がわかったか？】

	H28	H29	H30	R1	R2	合計	割合
よくわかった	2	2	1	1	5	11	17%
わかった	16	16	15	1	2	50	76%
あまりわからなかった	3	0	0	0	0	3	5%
まったくわからなかった	0	0	1	0	0	1	2%
その他	0	0	0	0	0	0	0%

【Q7「消費者市民社会」の形成のためにとるべき行動について】

	H28	H29	H30	R1	R2	合計	割合
よくわかった	2	4	1	1	7	15	23%
わかった	16	13	14	2	0	45	68%
あまりわからなかった	3	0	1	0	0	4	6%
まったくわからなかった	0	0	0	0	0	0	0%
その他	0	0	0	0	0	0	0%

【Q4 不満だった点】

- H28
- ・ボランティアなどもスケジュールも事前に伝えて欲しかった。急に言われたのに、参加前提っぽく話が進んだので、行きたくても行けなかったのが申し訳ない。
  - ・自分がまだ消費者リーダーとして、物足りないと思った。
  - ・初めての講座での消費者社会の定義が分かるのに時間がかかり少し遅れてしまった。
  - ・もう少し時間が欲しかった
  - ・準備期間が短かった。1、2回と3回の間が長かった。
  - ・AICEの説明等、はじめの触りがもう少し欲しかった。
  - ・イベントまでの準備期間が少なかった
  - ・主催者さんの立ち位置がイマイチ分からず不安だった。(先生方の個人的な意見がとても聞きたかった。)
  - ・組織や所属が全くわからなかった。交流会の具体的な目的や目標がわからないまま参加したので、意義を見出せなかった。
  - ・時間がない。消費者教育、消費者市民社会について理解が浅い。
  - ・一気に講義を開きすぎ
  - ・強いて挙げるなら遅れて連携があまりとれなかったこと。
- H29
- ・休み時間をもう少しほしかった。
  - ・講義の時間が何度も前後したこと
  - ・資料が少し味けなく、見づらかった。
  - ・話がわからないことが多々ありました。同じことを何度も話していて、一番何を私たちに伝えたいのかが分からなかったです。
  - ・もっとわかりやすく説明して講義をしてほしい。
- H30
- ・場所が分かりにくく、迷った。
  - ・今年の参加者が少なく残念だった。
  - ・時間が長いと思いました。

- ・もう少し日本ハムさん（企業）の話を聞きたかった。
  - ・今後の予定についてのアナウンスが十分ではなかったと思う。
  - ・話がつまらない、もう少し興味をもてるような話し方をして欲しい。講義資料が見にくい、もっと単的にまとめることはできないのか、講義の仕方が面白くない、資料に書いてあるものだけを言われても眠くなる。今回2回の講義だけで良いと言われてたのに、交流会に出ないといけないとはどういうことなのか、ちゃんと情報共有して下さい。中途半端すぎる資格として。
  - ・資料にのっていることがあまり話されなかった点。資料を見ても分からないから、メモを取るが、すぐ話が変わって、最後までメモできなかった。
- R1
- ・あまりきちんと理解しないままに、企画作りをしてしまったこと。
- R2
- ・一つのことを深掘りして、特定の分野についての専門性を高めたかった。消費者市民社会という大きな枠組みのなかで、専門としている分野についての講義を受けたい。
  - ・楽しかったです。
  - ・確認テストの送信が、完了したのかどうか、見て分かるようにして欲しかった。
  - ・企業×学生交流会のグループディスカッションで意見を交換する時間が短く、あと15分ほど頂けたらより意見交換が出来たように感じました。また、グループディスカッションについて提案なのですが、テーマに対して意見を出せる範囲が、時間に対して少々広いと感じましたので、ディスカッションのテーマの数を減らす、もしくはテーマをもう少し細かく設定することで、何について話すのが明確に決まり、短い時間でもより良いディスカッションが出来ると思いました。

### 【Q5 消費者教育学生リーダーによる消費者教育普及啓発活動についてどう思いますか？】

- H28
- ・学生が活動する点は、良いと思った。学生の中には、何かイベントをしたい、資格が欲しくて来る人、意図を理解してもらう必要があると思った。
  - ・消費者リーダーにとって自分の意識を高めるチャンスだと思う。
  - ・まだ、あまり経験がないので、今度の企業との交流会やもっと色々な場所で啓発を行なっていきたい。
  - ・もっと消費者教育を世間に知ってもらえるようにしたい。
  - ・すごく良いと思う
  - ・一人一人が考えないといけない問題だと思うので、活動していくことは大切だと思います。
  - ・普段あまり体験できない活動が出来たので良かったです。
  - ・貴重な体験だった
  - ・良い取り組みだと思う
  - ・講義で得たことの何を啓発するのが分からない。
  - ・参加者が受け入れやすいと思う（権威的でない、楽しさも加えられる）。専門性に欠けることから、誰かと協力しなければならない。協力相手のメリットになれば良いと思う。
  - ・大学生期にこういった活動は最適だと思う
  - ・いろいろなボランティアを自主的に参加し、主催していくことで社会に貢献できるのだと思います。
  - ・これから頑張って広げていきたいと思っています。
  - ・個人として行っていくことも大事だとは思いますが、リーダー会として組織化をしっかりしてやっていく必要があると思います。
  - ・大人が教えるよりも同じ立場の人が教えることで親しみも増してとても良いと思う。
  - ・自分のことなのに周囲の人にも影響を与える活動なので、そこは素晴らしいなと思ったし、参加も考えておきたい。
  - ・必要性の高いものだと思う。悪質な商法を減らせると思う。
  - ・消費者の身近には様々な危険があるので、活動で他の人々にも知らせられるのはとても良いと思います。
- H29
- ・消費者教育普及啓発活動というのを聞いたことがなかったので、もっと多く活動していったほうが名前を広げられると思う。
  - ・学生リーダーが活動することで大学内でのネットワークができ、それを超えたネットワークもできると思う。
  - ・消費者教育学生リーダー一期生の人達に話を聞いていると、この活動はとても社会に良い影響を与えていると思いました。
  - ・消費者各自が自分の身を守るようになるためにも、もっとこの活動が広がってほしいと思う。
  - ・消費者教育のことを知らない人はたくさんいると思うから、とてもいいと思う。
  - ・自分たち一人一人が自主的に取り組むものである。
  - ・教える方も教えられる方も、いい体験になると思う。
  - ・自分の成長にもつながる活動ができるので、とても良いと思う。
  - ・良いことだと思いますが、学生もさらには企業の方々も知らないことがあるので、もう少し広められたらいいのかなと思います。
  - ・このような取り組みは大人が学生に対して取り組んでもあまり進まないと思うので、同世代の学生が

- 学生に取り組んだ方が良いと考える。
- ・消費者教育は必要だと思う。
  - ・大学生等の若い世代の人は、同世代の人から啓発されることで、より身近に感じ、考えられそうで良いと思います！
  - ・企業との関わりをもちながら、自分たちで企画を考えながら活動できる場所が良いと思いました。
  - ・インターネットの普及によって、トラブルなどが増え、社会問題になっているので、社会からとても必要とされると思います。
  - ・こらからの社会にとって、必要になると思います。
- H30
- ・リーダーを集めるために、もっと知らせるべきだと思います。興味のある学生はたくさんいると思います。
  - ・自分も活動に参加したいと思った。
  - ・消費者教育学生リーダーが主体となって取り組んでいる活動なので、その活動を推進することを非常に良いと思う。
  - ・日頃、消費者として過ごしていながらも、消費することについて、ここまで深く考え、学んだことがなかったので、啓発すべきだと感じた。
  - ・同じ大学生なのに頑張っている人がいると、刺激を受けました。
  - ・これからの時代を担う若者に対して、消費者教育をすることは、とても大切だと思うから、良い活動だと思う。
  - ・学生の新しい考え方が社会に反映されて良いと思う。
  - ・同世代である人たちがしっかり話せており、自分も深く考えるきっかけとなりました。
  - ・参加する前に思ってたよりも、規模が大きい色々な企業がかかわっているなと思った。
  - ・今後、需要が高くなると思うので良いと思う。
  - ・知っておいておいた方が良い知識ばかりなので、良いと思いました。
  - ・イマイチどういった内容をしているのか分からなかったのですが、何がどのように良い活動なのか分かりませんでした。
  - ・学生が自分達からこういったことを考えていることは、今後の社会につながると思うから、とても良い機会だと思った。
  - ・他の大学生が経験していないことを経験することができるのは良いと思う。
- R1
- ・学生中心にすると効果的だと思う。
  - ・次の若い世代に広げるために大事だと思う。
- R2
- ・環境への配慮やフェアトレードなど SDGS に基づいた活動で、非常に意義があると思います。
  - ・消費者教育普及啓発活動によって、通販とかのトラブルを回避することができ、被害にあう消費者の減少につながるのではとても良いことだと思います。
  - ・大阪府などが支援して活動を行うことができるので安心して活動に参加できると思いました。
  - ・消費について意識する人が増えたら、今後もっと自然環境が良くなると思う
  - ・非常に良いことだと思います。会社の方や先生方が啓発するのに加えて学生達も啓発活動に参加することは、18歳以下の子供たちに消費活動への関心を持たせやすくすると思います。それが消費者市民社会に繋がると考えます。
  - ・これから(コロナ禍)は、インターネットでの情報発信が必要だと感じた。
  - ・消費者教育啓発活動に限らず、啓発活動全般に言えますが、企業が広告やCM等を使って行う啓発活動と、学生が主体的に行う啓発活動では、相手への響き方が違うと感じており、学生が行う方が、相手の方は興味や関心、応援したいという気持ちを持って聞いてくれる可能性が高いため、相手へ内容が伝わりやすいと感じました。そのため、個人に対しての説明において、学生リーダーはとても大きな意味があると思いました。逆に企業が行う啓発活動は多くの人に広く知らせる事ができるのが強みなので、同じ啓発活動においても場面や状況に応じた使い分けが必要だと感じました。

## 【Q9 自由な意見】

- H28
- ・消費者リーダー会で自立、独立の大切さ重要さがわかりました。
  - ・時間の割り振りが厳しいと感じた。学生リーダーで集まる機会を学生リーダー会で決めていかないといけない。
  - ・短期間の中で消費者教育とは何かを学び、さらに子供達にゴミの問題を教えるイベントが、こんな短期間で出来るとは思わなかった。
  - ・自分はまだまだリーダーではないと思います。
  - ・消費、消費者市民社会について、知識・意識がバラバラ過ぎる！ 内部学習のしくみも必要だと思います。
  - ・まだ、これから大学の力で演劇があるので、しっかり頑張りたいです。
  - ・市のイベントで活動していましたが、今後は学校に行って「みんなに」見てもらう機会が増えれば良いのではないかと思います。



- H30
- ・今回の講座で学んだ内容を生かして、積極的にボランティア活動に参加したい。
  - ・他大学の人と交流できて良かった。受講前より、自らの消費者としての考え方が変わった。貴重なお話を聞かせて頂き、ありがとうございました。
  - ・イマイチどういった活動をしているのか講義を受けても分かりませんでした。どういった話をしているのか、何の話だったのか、どういう意図で作られた資格なのか、どういった資格なのか、多分話してはくれたのですが、理解できないまま終わりました。どういう面で活躍する資格なのかを把握できません。結局何の講義だったのでしょうか？受けてためになった！という話は、正直に言ってありません。資格としてできたばかりの物だからか分かりませんが、内容のうすい資格だなという印象を受けました。もっと明確にどういう資格なのかを表して欲しいと思います。正直、眠い講義でした。あと、予定はもっと早く出せないでしょうか？大学生もヒマしている訳ではないので予定をあわせられず困ります。遅いとバイトや他の予定をいれるのもっと早く予定を出して欲しいです。日本ハムのお客様からのクレームに対する改善の仕方には驚き、興味を持ちました。最後の感想の時に、「お客様が神様化している」と言ったことで少し目的が分かりました。
  - ・毎回、予定を出される日が遅いため、2年の後半にやっと受けることができた。先生からは、11日と18日空けるようにと言われたため、ちゃんと、報連相してほしいなと思った。1ヶ月前に言われたら空けることができるのに、1週間前に言われても無理です。どれだけ調整してと言われても、難しい。バイト先にも迷惑をかけてしまうし、家族にも迷惑をかける。大学生の予定をもう少し考えてほしい。絶対に予定を空けておいて欲しいなら、最初かに伝えておくべき。講義に関しては、受けた人から話は聞いていたとおり、つまらなかった。唯一、横田先生のときだけ、すごく楽しく受けることができました。
- R2
- ・ネットでのオンライン販売やゲームの課金など若者が消費者トラブルに陥りやすいことから、若者に焦点をしばった啓発運動を展開したい。
  - ・消費者教育のことについて知ることができるので良かったです。
  - ・対面での活動が楽しみです。
  - ・参加できて良かったです。様々な企業や大学から参加しており、普段話すことのないような方々とお話しできてよかったです。
  - ・家族や友達にエシカルな消費を促せるよう、まずは自分が行動で示す必要があると考えた。
  - ・今回の講義を受講して、消費者教育および消費者教育リーダー活動はより多くの学生に知ってもらえることが大切だと感じましたので、可能でしたら出張講義などを行うことで、より多くの学生に消費者教育とその大切さを知ってもらえることが出来ると考えました。今回は、貴重な講義およびそれに関わる企業との交流会などの時間をくださりありがとうございました。

## (2) 効果の検証 (平成 28、29、30、令和元、2 年度)

受講者アンケート結果から分かった事は、以下であった。

(広報)

- ・講座の広報については、今年度についてもいえるが、先生や大学関係者からの呼びかけで参加している学生が多い(73%)。ただ、一昨年度から講座の応募が激減していることから、現在の独自講座を開講し、府内大学へチラシ等で広く案内する手法は限界があることがわかる。個別の教員による呼びかけが大きな効果を出していることは、今後の広報の仕方や講座の持ち方について検討するための示唆となる結果となった。
- ・一方、学生から直接話を聞くと、大学が学生向けに配信しているネットからの情報で参加した学生が何人かいた。今後は、大学が学生向けに発信する情報に乗ることができるような広報の仕方を工夫する必要がある。

(受講動機)

- ・最も多かったのが「資格認定」(56%)で、資格認定が受講のインセンティブになっていた事が分かる。
- ・次に多かったのは「講義内容」(45%)、「消費者教育について知りたかった」(33%)「消費者教育スキル」(27%)、と続き、消費者教育への関心の高い学生は3割弱であ

った。この4年間実施してきてわかっていることは、元々消費者教育について知っている学生が極めて少く、応募してきた学生でも3割程度の関心にとどまっており、消費者教育というテーマで学生を募集することに限界があるといえるのではないかと、ということであった。しかし、今年度に限ると、「講義内容」に興味を持って参加した学生が86%にも上る。これは、これまでになかった状況である。SDGsの講義を取り入れる大学が増える中で、チラシの環境やSDGsを考えるようなメッセージに興味を持った学生が出てきた可能性があるかもしれない。今後の様子を見守りたい。

- ・「リーダー会活動に興味」（15%）、「ボランティア活動がしたい」（15%）、「他大学の学生や社会人と知り合う」（21%）であった。リーダー会活動を広く知ってもらうことが受講生の増加につながる可能性がある。

（受講してよかったこと）

- ・受講してよかったことは、「普段の大学講義と異なる体験」（56%）、「消費者教育の重要性が理解」（55%）、「消費者教育学生リーダーの認定」（33%）、「大学以外の社会人講師の講義」（33%）と講座内容が学生に理解されていること、また、大学での学びと違った体験に興味を示していたことが伺えた。
- ・受講動機として「大学以外の社会人講師の講義」は11%とそう多くないが、受講してよかったこととして、大学外の教員や社会人講師に興味を持っていることや大学での体験とは異なる体験が挙げられていた。今後の講座づくりについて、養成講座の特徴であるいろいろな大学や企業や行政等との連携した内容に注力することが良いことが分かった。
- ・「普段の大学講義と異なる体験」（56%）に次いで多かったのが、「消費者教育の重要性が理解」（55%）であった。振り返りでの今年度の受講生の発言内容からも伺うことができるが、講義内容を理解し、さらにその重要性に気づいた学生が多いことが分かった。例年に比べて重要性を理解した学生が多かった理由として、オンデマンド方式による講義は一人ひとりの学生の興味や関心が向いたときに受講できたことも良い効果を上げたことにつながっているのではないかと。

（不満だった点）

- ・もっと専門性を高めたかったという学生がおり、消費者教育への関心の高さが伺えた。
- ・今年はネットでの配信であったことから、ネットでの講座提供の仕組みについて、提出物が送信できているかわかるようにしてほしいとの意見があった。次年度対応したい。
- ・交流会でのグループワークの時間が短く、出されるテーマの範囲をもう少し絞ってはどうかという改善点についても提案があった。

（消費者教育普及・啓発活動）

- ・学んでいる内容に大きな意義を感じている学生が見受けられた
- ・大阪府が支援していることで安心して参加できるとの意見があり、行政が支援する取組の良い効果と言える。
- ・消費者市民社会への理解を挙げている学生もいる
- ・コロナ禍の中で、普及啓発にはインターネットをもっと活用するようとの意見。その

皆今後もさらなる対応が必要になるだろう

- ・この活動を学生が行っていることに、社会に対する効果がより高くなることが期待できるといふ学生からの意見があった。本事業の意義を理解し、今後のリーダー会活動への参加が期待できると感じた。

### 3. 交流会アンケートから見た効果の検証（学生・企業）

今年度2回実施した交流会について、それぞれの立場で参加の目的や意図が変わるだろうことから、学生、企業の方それぞれに、別の調査紙を用意して、各回の参加修了後にアンケート調査を行った。実施した内容及び交流会で得られたアンケート調査結果をもとに、この5年間を振り返ってみる。

#### （1）効果の検証（平成28、29、30、令和元、2年度）

調査紙はWeb上にアンケート用フォームを設置し、第1回、第2回とも同じフォームを使用した。

例年企業からはもっと学生の参加を促すようにとの要望が強いが、今年度も和歌山大学の科目の受講生が多く参加したことから、その点については企業の要望に応える形となった。今年度は、オンラインでのワークショップと例年と形態が変わったことから、アンケート項目も変更した。

今年度の結果を含め、この5年間をアンケート結果から振り返ってみる。

<学生>

#### 【Q3 参加してよかったこと】

- ・「消費者教育について考えることができた」こと

#### 【Q2 参加してみて不満だったことは？】

- ・「遠隔ではなく、対面で企業の方と話がしたかった」(41%)、「時間が短かった」(41%)が最も多かった。
- ・「もっと企業の消費者に対する配慮を知りたかった」(34%)と、今回企業の講演がなかった分、こうした意見も高くなったと思われる。
- ・進行に対しても「進行がスムーズでなかった」(20%)と不満を上げる学生も多かった。初めてのZoomでのワークショップで今後の改善点も多く見つけたので、オンラインでの進行に対して今後の対応が求められる。
- ・テーマについても「テーマが話しにくかった」「他のテーマについても話したかった」が共に11%と、テーマに対する不満を含め関心があったことは良かった。

<アンケート調査結果>

なお、企業の回答者数は毎年参加者数の変動がないが、学生は年度によって人数の差がある。そこで、変化をみるとき、割合で比較することとした。

【回答数】

	H28	H29	H30	R1	R2	合計
企業 回答数	29	24	28	44	17	142
学生 回答数	39	47	24	54	61	225

【Q1 本交流会をどのように知ったか】

【企業】	H28	H29	H30	R1	R2	合計	割合
チラシ	0	0	0	0	-	0	0%
友達の口コミ	3	2	1	0	-	6	4%
所属団体からの誘い	18	18	26	38	-	100	70%
HP	1	0	0	1	-	2	1%
その他	8	4	1	6	-	19	13%

【学生】	H28	H29	H30	R1	R2	合計	割合
チラシ	1	3	2	2	-	8	4%
友達の口コミ	16	4	7	1	-	28	12%
先生や大学関係者	12	28	14	46	-	100	44%
HP	0	1	0	1	-	2	1%
その他	9	11	2	4	-	26	12%

本項目については今年度調査しなかった。

【Q2 参加動機】

【企業】	H28	H29	H30	R1	R2	合計	割合
交流会の内容	9	7	12	24	10	62	44%
学生のお話を聴けるから	10	10	13	22	10	65	46%
学生がどう考えているのか知りたかった	19	14	20	28	11	92	65%
リーダー会活動に興味	10	5	6	10	5	36	25%
学生と交流するチャンス	12	11	14	14	11	62	44%
知人や所属団体に誘われた	6	1	9	15	11	42	30%
その他	1	2	0	3	0	6	4%

【学生】	H28	H29	H30	R1	R2	合計	割合
交流会の内容	18	12	10	20	-	60	27%
自己啓発	10	8	5	7	-	30	13%
企業の話	16	11	11	28	-	66	29%
消費者教育について知りたい	5	11	3	5	-	24	11%
消費者教育のスキルを身につけたい	13	13	4	4	-	34	15%

リーダー会活動に興味	8	6	2	3	-	19	8%
他大学の学生や社会人と知り合う	11	9	4	7	-	31	14%
ボランティア活動がしたい	2	1	3	3	-	9	4%
友人や先生に誘われた	12	11	10	15	-	60	27%
その他	3	5	1	11	-	20	12%

【Q3 参加して良かったこと】

【企業】	H28	H29	H30	R1	R2	合計	割合
学生がどう考えているかを知ることができた	24	22	17	30	12	105	74%
リーダー会活動を知ることができた	21	7	12	27	9	76	54%
学生と交流することができた	15	12	16	27	9	79	56%
企業活動の多様な側面を知ることができた	3	5	8	12	0	28	20%
その他	1	0	0	0	0	1	1%

【学生】	H28	H29	H30	R1	R2	合計	割合
消費者教育について考えることができた	26	31	13	29	44	143	64%
消費者教育活動に興味を持った	11	11	5	17	19	63	28%
リーダー会活動を知ることができた	11	10	6	6	6	39	17%
消費者教育の普及啓発活動をしたいと思った	6	10	5	4	7	32	14%
企業の消費者への配慮を知ることができた	19	23	11	24	18	95	42%
企業活動の多様な側面を知ることができた	23	19	8	28	18	96	43%
学生や企業の方との交流関係が広まった	13	11	7	8	7	46	20%
学生や企業の方とのチーム活動	10	14	10	15	14	63	28%
その他	0	1	0	1	3	5	2%

参加してよかったことは、企業は、参加動機と同じ項目が1番「学生がどう考えているのか知ることができた」（74%）、次に「学生と交流することができた」（56%）との結果となった。本交流会に参加したことで、「リーダー会の活動を知ることができた」（54%）と昨年より10%増加しており3番目に挙がっていた。交流会がリーダー会活動を積極的に企業に伝えていく機会になっていることが分かった。

学生は、1番に「消費者教育について考えることができた」（64%）と、交流会に参加して、改めて消費者教育と向き合っている姿が分かった。2番目に「企業活動の多様な側面を知ることができた」（43%）、「企業の消費者への配慮を知ることができた」（42%）、と消費者教育を通じて企業の新たな面を理解していることが分かった。これは、交流会が、通常の企業説明会などとは異なり、企業理解を促す上で効果的であることを示している。しかし、今年度に限ると、例年とは異なり企業の講演がなかったことから、30%弱と割合が低下している。改めて企業の活動を伝えることが学生の興味関心を高める効果があることが改めて分かった。企業活動は消費者

志向経営に向かっており、交流会を広く大学や学生に周知していくときの1つのヒントがそこにあると言える。

【Q5 今後このような交流会があれば参加したいか？】

【企業】	H28	H29	H30	R1	R2	合計	割合
ぜひ参加したい	23	22	15	37	10	107	75%
友人を誘って参加したい	2	1	4	3	1	11	8%
参加するかもしれない	4	0	6	2	6	18	13%
参加しない	0	0	0	0	0	0	0%
わからない	0	0	1	1	0	2	1%

【学生】	H28	H29	H30	R1	R2	合計	割合
ぜひ参加したい	28	20	9	16	23	96	43%
友人を誘って参加したい	0	9	3	11	22	45	20%
参加するかもしれない	9	16	9	21	14	69	31%
参加しない	0	0	0	1	0	1	0%
わからない	2	2	3	5	3	15	7%

今後交流会に参加したいかを聞いたところ、企業、学生ともに1番が「ぜひ参加したい」(75%、43%)、「参加するかもしれない」(13%、31%)と続いた。学生については、「友人を誘って参加したい」が、1年目が0人、2年目9人、3年目3人、4年目11人、今年度22人と増加傾向にある。今後、学生の口コミで参加が広がることに期待したい。

【Q6 今回の交流会には満足か？】

【企業】	H28	H29	H30	R1	R2	合計	割合
大変満足	22	15	5	27	4	73	51%
満足	6	8	20	16	9	59	42%
普通	0	0	1	1	1	3	2%
やや不満	0	0	0	0	2	2	1%
不満	0	0	0	0	1	1	1%

【学生】	H28	H29	H30	R1	R2	合計	割合
大変満足	21	29	9	15	12	86	38%
満足	18	15	5	29	37	104	46%
普通	0	3	7	9	10	29	13%
やや不満	0	0	1	0	2	3	1%
不満	0	0	2	1	0	3	1%

交流会の参加満足度を聞いたところ、企業、学生ともに「大変満足」（51%、38%）、「満足」（42%、46%）と参加者の90%前後が満足を示した。ただ、今年度に限ると、「大変満足」の割合が企業、学生共に少し減っている。Zoomを使った今回の交流会は、まだまだ改善点が多いことを示唆している。今後、交流会のプログラムや学生の参加者数の増加など、さらに力を入れていくことが重要である。

## 第4章 今後への課題と展望

### 1. 今後への課題

#### (1) ニューノーマル時代に向けた本取組の新たな在り方について～今後を見据えた3つのチャレンジ～

2020年、私たちはそれぞれ、これまでに経験したことのないような試練に直面した。「感染症の拡大」という社会的危機のモデルのような現実に対し、生産⇄消費を始めとする経済活動の停滞、社会循環の基礎を構成する学校教育活動への休業要請、また出会いの始点としてのリアルなコミュニケーションの喪失など、全てのヒト、モノ、コトの動きが止まってしまった。「コロナ禍」、そして「コロナ後」の世界をここで大きく語ることは本論の枠を超えてしまうので、ここではそうした困難な時期にあえて行われた本プロジェクト、さらにこれを越えて今後私たちが直面する、あるいは直面せざるを得ない「消費と社会」を巡る諸課題について少しばかり考えてみることにする。

#### ①民法改正に伴う「新しい消費者教育」に向けて

私たちはこれまで「消費者教育」を軸とし、主に地域における若年層を対象として、活動の担い手育成を進めてきた。2016年度より始まった大阪府による本事業では、消費者教育推進法に謳われた「消費者市民」の育成を大学生期という切り口によってすすめてきた。ここにおいて、「消費者教育学生リーダー」養成の前提は、“大学生期”において地域の若年層は、(法的な意味において)市民社会における「保護の対象」からその「担い手」へと立場が変化する、という事実であった。ただ2018年の民法改正に伴って、来たる2022年4月から満18歳を以て成人となり、もはや大学生期とされる若者は市民社会の一員として文字通り「一人前」の担い手としての役割が期待される立場となる。我々のプログラムにとっては、言うなればその前提が大きく変化することとなり、消費者“市民”教育における柱の建て方を、今一度再検討する必要性が生じると考える。具体的には先ず、これまでより2年前倒しになったことで、消費者教育の一方の柱である、消費をめぐるトラブルから「身を守る」ためのスキルをより早期に身につけなければならなくなったこと、そしてもうひとつは、消費者市民としての意識をどの段階で身につけるか、という点である。これらについて、現実的には中等教育(中学高校での教育)との擦り合わせが必要であると考え。上述のように、私たちが受け持つ大学生期においては、高校卒業段階において既に市民としてまた消費者市民としての責任と役割が求められる。それらは、ある意味で、中等教育段階において既に完了しているという前提に立たざるを得ないものである。これまで私たちは、「大学生期」に対して責任を負ってきたわけであるが、今後は、仮にその枠組みが維持されたとしても、そこにある主旨を果たすためには、高校までの(公的な)教育カリキュラムと併せて、私たちのプログラムを見直してゆかねばならないと考える。



## ②持続可能な社会発展に向けて：SDGsと2025EXPO

2021年3月、本稿執筆時点においては、昨年から延期になった東京2020オリンピックの動向は明確には読めていない。ただそのような中で、さらにその次の「2025年大阪万博」に向けて、大阪商工会議所などによる複数のプレ・イベントが開催されるなど、次第に機運は盛り上がっている。コロナ禍の最中、2020年に策定された「大阪・関西万博基本計画（Master Plan）」においては、「2030年をゴールとする持続可能な開発目標（SDGs）への取組は、世界共通の課題の解決をめざすものであり、本万博を開催する意義である」と記されており、2025大阪万博の基本的価値としてSDGsが位置付けられている。私たちは、本プログラムを通し、SDGsにおける12番目の目標「つくる責任 つかう責任（Responsible Consumption and Production）」を達成すべくカリキュラムを設計してきた。今後2025年に向け、大阪府による消費者教育担い手育成事業として、SDGsを、さらに2025EXPOによる国際的発信を見据えながら、これからの消費者教育の持続的発展を支えてゆかねばならないと考える。

## ③コロナ禍を契機としたICTへの対応～大阪から世界へ

100年前のスペイン風邪の蔓延以来、世界中のほぼ全ての人類にとって、初めての経験となった感染症のパンデミックは、私たちの世界に想像を超える大きな被害をもたらした。いまだ完全な収束が見えない中でその被害の全体像を論ずることは不可能であるが、この時点から見える新たな展望に関し、消費者教育、並びにその担い手育成という視点から考えてみる。

コロナ禍は、人と人との出会いを奪ってしまった。これによって失われたものはそれぞれ個人によって違いはあるけれども、そうした危機的状況の中でも、私たちはそれに替わる新たなコミュニケーションの手段を見出した。今回、（私も含めて）社会の多くの人々が活路を見出したのは、インターネットに依拠した新たなコミュニケーションツール、中でも所謂「テレビ会議システム（オンラインシステム）」であった。ZoomやGoogle Meet、MicrosoftによるTeamsなど、提供元の違いはあれど、遠隔地に居る人々を結ぶ、リアルタイム、ビジュアルコミュニケーションツールとして、大いに役立つことになった。私たちのプログラムも、今年度においては“Zoom”によるリアルタイム会議と事前録画によるオンデマンドの方式を併用することにより、事業開始以来初めての「オンライン」開催となった。事前準備の煩雑さや事業当日のシステムトラブルなど、新たな取り組みにおけるさまざまな課題に直面したものの、最終的には当初の予定どおり開催することができ、異例の状況の中で一定の成果を上げることができたと考えている。ここで考えるべきは、今回の危機的状況への緊急的対応を経て、私たちが今後に向け何を教訓に、また何を成果として残すべきかということである。課題としては、言うまでも無く、変化する状況に即応する危機管理の体制である。先に述べた法制の変更のような社会的条件の変化、そして今回のような公衆衛生上の対応など、今後もさまざまな状況の急変が予想される。そうした場合において、その都度適切、的確に対応しうるよう私たちの危機管理に向けた意識を研いでおく必要がある。そしてここで、今回の対応を通して得た成果として考えられる事柄を記しておく。今回、事業が全編オンライン化されたことによって、参加者にとって時間、空間、そして財政的な制約が大きく取り払われた。主催者側である我々にとっても、ここには大きなメリットがある。「いつ

でも、どこでも」というわけにはゆかないが、極端に言えばスマートフォンのような情報機器さえあれば、どこからでも本事業に参画することができる。大学生期の若者に、事実上「プラスα」で学びの負担を求める現状の消費者市民教育活動においては、こうした「オンライン」構造を導入することによるメリットは計り知れないものがあるかもしれない。こうして得た新たな「武器」をもとに、これからさらなる対外発信力を期してゆきたい。

## (2) ニューノーマル時代のリーダー会の新たな在り方について

先にも述べたように、成年年齢の引き下げにより「大学生期」の意義はいま大きく変わろうとしている(2年の引き下げは、二十歳の若者にとっては人生の10%に相当する!)。リーダー会は、基本的には私たちのプログラム「養成講座」を通じて養成された学生を組織化するものであるが、本養成講座自体にリーダー会が大きくコミットしている。こうした、先輩が後輩を導くような教育システムの事を“Peer Tutorial”(または単に“Tutorial”)方式と呼ぶ。これまでは大学入学後、先輩後輩の関係性の中で作業を進めてきたが、今後は、成人となる段階(あるいはその直前の段階)から、先輩(tutor)としてあるいはお手本(mentor)として、若年層を導く役割を果たさねばならない。つまり、今後のリーダー会の役割は、「大学生」を越えて、高校、そして時には中学の年齢層の子供達にも働きかける必要が生ずる。そこには、次の時代を担う文字通り「次代の担い手育成」が課題として浮かび上がり、かくして消費者市民学生リーダー養成は、公教育における消費者教育の本流と合流することになる。若者を対象とした、若者による、若者のための消費者教育が、本事業の次のステップにおいては求められるのである。

持続可能性(sustainability)とは「社会」を持続させること、そして「世界」を危機から救い未来に向けて持続させることである。「若者」を支援することは、それ自体が未来に繋がる持続可能性への鍵であり、担い手育成事業を背後から支えることは、社会における「大人」にとってある意味で最も重大な責務であると考えられるものである。

## 2. 今後への展望

ここでは、今年度事業の終結にあたり、今後想定される具体的な作業について記すことにする。

### ○「消費者教育」のSDGsとしての戦略的再定義

これまで私たちは、消費者教育についてSDGsの12番目「つくる責任、つかう責任」の一部として理解し、またそのような形で講座においても語ってきた。もちろんこれについて大きな誤りではないのだが、先に述べた大阪万博をめぐる動きのように、状況が次第に変化し、その社会的ニュアンスが動いてくるなかで、私たちもその定義について日々検証を加える必要がある。より具体的には、SDGsの一部としての消費者教育ではなく、SDGsを達成するための有力な戦略としての消費者教育をめざすということになる。ここにおいて、SDGsの他の目標との関係性や、官民双方のスタンス、さらに実際のニーズの動向まで見極めながら作業を進める必要がある。

## ○ネットワークの拡大→他の同様の取り組みとの連携（京都・神戸）

これについては昨年からの懸案でもあるが、近年、各地の学生組織や自治体による消費者教育の担い手育成に関わる事業が行われており、本事業として、こうした他地域、他団体による類似事業との連携を深めなければならないと考えている。本取り組みは、いうまでもなく公共団体による事業であり、その意味で高い公益性を有する。「考える消費者=消費者市民」の育成は、いうまでもなく社会全体における喫緊の課題である。より効果的、かつ効率的な「担い手育成」の推進にあたり、今後、多方面かつ広域による事業の展開が望まれる。こうしたときに、今年度のコロナ禍を契機とする「オンライン」への移行は大きなメリットとして意味づけられることは言うまでもない。

## ○プレゼンテーション

本事業においては事業開始以来、ウェブページを通じた多角的な情報発信（配信）を行っており、今年度は単独で機能する教材の配信まで行なっている。発信されるそれぞれの情報は、当然ながら一定のクオリティを持つものであるが、今後は、それらが具体的に誰に、またいつ、どのように活用されるのか、さらにそれは実際どの程度有用なのか、といった、アウトリーチの部分にまで拡大した提供体制が求められる。また、インターネットとは紛れもなくInter-Networkなのであり、その意味で、SDGsとして世界共通のゴールとして位置付けられる「消費⇄生産」をめぐる諸課題を、世界の人々と共有し、また交流できるよう、情報発信のあり方を見直してゆく必要がある。

## ○広域的単位化

本事業では、昨年度(2019年度)より「養成講座」と和歌山大学の教養科目「消費者市民と社会」と連携させ、南大阪大学コンソーシアムにおける単位互換の対象科目として位置付けることで、同コンソーシアム加盟大学の学生であれば、誰でも受講でき、かつ単位として認定されるようになった。これにより、受講者数は大きく増えることになり、大阪府下並びに近畿圏内の消費者教育の振興にこれまで以上に大きく貢献することとなった。ただ、課題としては対象地域が「南大阪」であることで、物理的に「北大阪」が除外されてしまうこととなり、さらに言えば、大阪以外の（和歌山を含む）他の府県の大学生が対象とならない事態が生じている。昨年より、受講対象者の居住地（所属大学）による制限は無くなったものの、大学での「単位」という、目に見える実利の面で差がつくのは、やはり一定の不利益を導く可能性がある。これについては、今後の課題として早急に対応を検討してゆきたいと考える。

代表構成員：有限会社ダブル・ワークス

構成員：産学協働人材育成機構AICE

〒591-8025 堺市北区長曾根町 130-42

さかい新事業創造センター100

<http://www.osaka-unicon.org/>

Tel 072-240-7071 Fax 072-240-7081