

令和3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
～リーダー会自立化基盤強化に向けた情報発信強化をめざして
(第2ステージ)～

事業報告書

令和4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	11
第2章 実施内容	12
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	12
1. 応募者の確保と募集	12
2. カリキュラムの考え方	13
(1) 9つの重点課題.....	14
(2) カリキュラムの考え方～3部構成による講座づくり.....	16
(3) 獲得を目指す知識及びスキル.....	16
(4) 受講から修了認定までの一連のWeb対応.....	17
(5) 消費者教育の担い手育成としての工夫.....	18
(6) 循環型学習モデルに基づいた講座づくり.....	18
3. コロナ禍で具体的に開講した養成講座カリキュラム.....	19
(1) 講座開催時期	19
(2) 講座内容(カリキュラム)	20
(3) オンライン研修での受講生へのケア.....	23
(4) 講義動画の作成及び配信.....	23
(5) 応募者数、修了者数	32
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	33
(1) 大学教育課程の中での単位化	33
(2) 大学教育課程の中でのボランティア活動.....	34
(3) 単位互換制度の活用	34
(4) 具体的に開講された和歌山大学の単位認定科目のカリキュラム	35
(5) 大学コンソーシアム大阪との単位互換実施に向けて.....	37

第2節	SDGs と消費者教育.....	38
1.	SDGsと消費者教育.....	38
2.	リーダー会にとってSDGsとは.....	38
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・自立の在り方	40
1.	第2ステージ自立化基盤強化に向けた対応.....	40
2.	活動の柱.....	41
3.	ヒト（組織と役割）	43
4.	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.....	44
5.	大阪府消費者教育学生リーダー会について.....	44
6.	大阪府消費者教育学生リーダー会登録者数.....	47
7.	大阪府消費者教育学生リーダー会議.....	48
8.	活動しないリーダー会学生への対策.....	50
第4節	大阪府消費者教育学生リーダー認定	51
1.	認定要件.....	51
2.	認定の事務手続き	52
3.	大阪府消費者教育学生リーダー認定者数.....	52
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	53
1.	消費者教育啓発Webゲームのシステム改修のための提案と ゲームコンテンツの改修.....	56
2.	「Web版国民生活7月号」への執筆.....	57
3.	「18歳成年年齢引下げ」リーフレットの作成	57
4.	Webゲーム「そのときあなたは どうする？」紹介リーフレットの 作成	59
5.	大阪府消費者教育学生リーダー養成講座の講義動画撮影.....	61
6.	大阪府消費者教育学生リーダー養成講座のTA.....	61
7.	大阪府消費者フェアへの参加.....	62
8.	和歌山大学後期集中授業「消費者市民と社会」のTA.....	63
9.	Webゲーム「そのときあなたは どうする？」授業支援.....	63
10.	全国消費者フォーラムでの動画による分科会発表.....	66
11.	マスメディアへの取材対応.....	69
12.	大阪府消費者保護審議会での活動紹介.....	70
13.	高校でのリーフレット配布.....	70

第6節 企業×学生交流会の開催	73
1. リーダー会主催の Zoom による交流会の開催と対面での開催...	73
(1) Zoom による交流会開催.....	73
(2) 対面による第3回交流会の開催(中止)	75
(3) 第1回企業×学生交流会.....	77
(4) 第2回企業×学生交流会.....	82
(5) 大阪府消費者教育学生リーダー認定.....	86
(6) 企業×学生交流会6年間のテーマ.....	86
第7節 啓発活動・広報活動.....	89
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	89
2. 全国消費者フォーラムでのリーダー会活動紹介	92
3. 新聞取材での活動紹介.....	92
4. 大阪府消費者保護審議会でのリーダー会活動紹介	92
5. チラシ等による広報.....	92
6. 事業のホームページによる広報.....	93
7. リーフレットによる広報.....	94
8. 関西 SDGs プラットフォームへのイベント掲載.....	94
9. 「内閣府地方創生 SDGs 官民連携プラットフォーム」での分科会設置	95
第3章 取組に対する効果の検証	97
1. 効果検証のための調査について	97
2. 「養成講座受講者アンケート」から見た効果の検証.....	97
(1) アンケート結果(平成28、29、30、令和元、2、3年度).....	97
(2) 効果の検証(平成28、29、30、令和元、2、3年度).....	102
3. 交流会アンケートから見た効果の検証(学生・企業)	104
(1) 効果の検証(平成28、29、30、令和元、2、3年度).....	104
第4章 今後への課題と展望	109
1. 今後への課題.....	109
(1) 循環型消費者教育事業をめぐる課題.....	109
(2) ポストコロナを見据えた「新しい消費者教育」	109
(3) 学校における「新しい消費者教育」	110
(4) 民法改正.....	111
(5) 大学コンソーシアム大阪との連携について.....	111
2. 今後のロードマップについて.....	112

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 Web 講座の仕組みとホームページ上の Web 講座
- 資料 3 大阪府消費者教育学生リーダー養成講座修了申請&アンケートフォーム (Web 版)
- 資料 4 大阪府消費者教育学生リーダー認定要件チェック&認定申請 (書面、Web 版)
- 資料 5 大阪府消費者教育学生リーダー会登録 (書面、Web 版)
- 資料 6 個人の肖像権使用についての承諾書
- 資料 7 「大阪府消費者教育学生リーダー養成講座」修了証
- 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 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、チラシ
- 資料 1 0 大阪府消費者教育学生リーダー会議次第
- 資料 1 1 ウェブ版「国民生活」7月号消費者教育実践事例執筆
- 資料 1 2 「18歳成年年齢引下げ」リーフレット
- 資料 1 3 Web ゲーム「そのときあなたはどうする？」リーフレット
- 資料 1 4 大阪府消費者フェア 2021 チラシ
- 資料 1 5 Web ゲーム「そのときあなたはどうする？」問題作成用紙
- 資料 1 6 全国消費者フォーラム演題目次
- 資料 1 7 新聞取材 (産経新聞、共同通信)
- 資料 1 8 大阪府消費者保護審議会発表資料
- 資料 1 9 企業×学生交流会次第 (第1回～第3回)
- 資料 2 0 内閣府地方創生 SDGs 官民連携プラットフォーム分科会企画書
- 資料 2 1 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 2 2 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 (6年間集計)
- 資料 2 3 交流会アンケートフォーム (学生用、企業用)
- 資料 2 4 交流会アンケート結果 (第1回、第2回)
- 資料 2 5 交流会アンケート結果 (6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（2022）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、経済を担う成年として、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。

これまでの5年間で、リーダー会の活動基盤や基本的な活動内容については整備できたことから、今年度からを第2ステージと位置付け、数年後にはリーダー会が自立できる基盤の強化を図る。そのために、リーダー会の知名度と活動レベルを上げる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

昨年度に引き続き、新型コロナウイルス感染症の感染拡大が止むことはなく、大阪府では7月12日から8月1日までまん延防止等重点措置、8月2日から9月30日まで緊急事態宣言が出された。その後、事態が収まるかには見えなが年明けから感染が急拡大し、令和4年1月27日から再びまん延防止等重点措置が出される状況にあった。

そのため、今年度も昨年度に引き続き、基本的にはオンラインでの取り組み実施をベースとすることとした。しかし、今年度の事業が始まった後の9月には感染拡大の減少傾向がみられたことから、学生からも希望の多かった対面で実施する第3回交流会を追加で実施することを模索し、1月23日に岸和田浪切ホールでの対面実施に向けて準備を行った。結果的には令和4年1月上旬

からこれまで以上の急激な感染拡大によるまん延防止等重点措置が出されたことから中止を余儀なくされた。

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

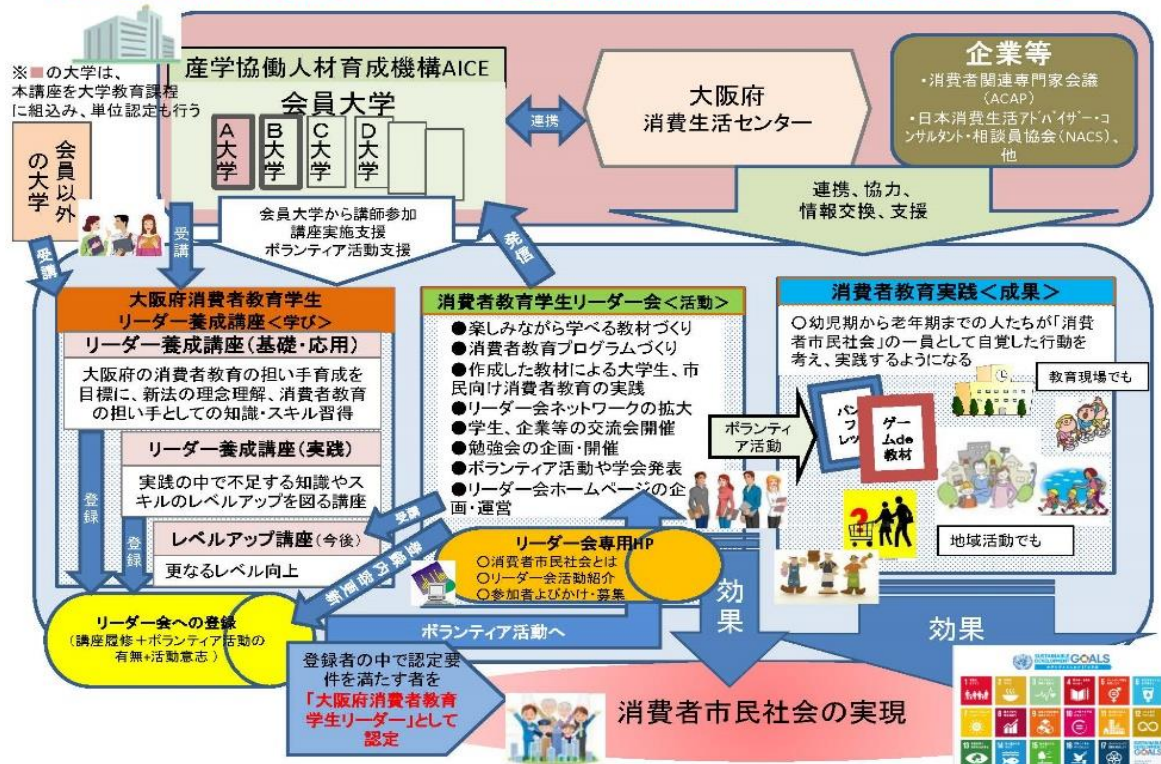
本取組では、事業目的を達成するために、以下に取り組んだ。実施にあたっては、大阪府消費生活センターと適宜打合せをしながら円滑な事業推進を図った。今年度もコロナ禍の影響によって 3 密を避けることを求められたことから、養成講座及び大学生のボランティア活動及び大阪府との打ち合わせ等、すべて Web 上にて実施した。

- ① Web 配信による養成講座実施の仕組み構築及び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の消費者教育の新たな担い手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 リーダー会所属の活動していない学生に対する活動参加への勧誘の取組
- ⑤ 学生リーダー認定の実施
- ⑥ 大学生による消費者啓発・ボランティア活動の実施
- ⑦ ボランティア活動で行う消費者教育啓発プログラムの Web システム及びコンテンツの改善
- ⑧ ボランティア活動及び養成講座の授業の一環として、2 種類のリーフレット（18 歳成年年齢引き下げ啓発リーフレット、Web ゲーム「そのときあなたは どうする？」紹介リーフレット）を作成
- ⑨ 第 2 ステージとしてリーダー会の知名度を上げるための広報活動の拡大
- ⑩ リーダー会ホームページの改善及びツイッターの活用活性化
- ⑪ 和歌山大学の教育課程で提供する講座「消費者市民と社会」（南大阪地域大学コンソーシアム（以下、「南コンソ」と記す。）単位互換科目）と連携し、当講座の受講生で希望する学生についてはリーダー会への参加を認め、要件を満たすものについては「大阪府消費者教育学生リーダー」として認定
- ⑫ 大学コンソーシアム大阪（以下、「コンソ大阪」と記す。）や南コンソとの連携推進
- ⑬ 和歌山大学の教育課程で提供する講座「消費者市民と社会」（南コンソ単位互換科目）のコンソ大阪会員大学の学生が受講できる方策を検討

- ⑭ 消費者教育を SDGs のひとつとして明確に定義し、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
- ⑮ 内閣府「地方創生 SDGs 官民連携プラットフォーム」の分科会を新規に開設し、「消費者市民社会の実現に向けて何ができるか」をテーマにリーダー会が主催
- ⑯ 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 産学協同人材育成機構 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、会計総務、個人情報作業責任者
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	業務責任者、講座担

	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 基盤教育機構 特任准教授・キャリア開発センター チーフコーディネーター	当、業務担当
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
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 戦略会議メンバー、武庫川女子大学 教授	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

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。

◆産学協働人材育成機構 AICE
①本取組の推進及びとりまとめ ②消費者教育リーダー養成講座の募集及び開講に係る業務 ③大学への協力とりつけ（教員及び学生の委員及び養成講座参加協力） ④学生リーダー会活動の支援、 ⑤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 会議開設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「消費者教育学生リーダー」認定及び認定に係る業務 ⑩報告書の作成 ⑪会計等申請関連事務全般
◆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）
①消費者教育への助言協力 ②講座講師及び養成講座用動画作成への参加 ③消費者教育ボランティア活動への協力、助言、広報協力 ④アンケート回答協力
◆大学（教員、学生）：和歌山大学、AICE 会員大学、他
<教員>①研究協議会への参加協力 ②養成講座講師及び養成講座用動画作成への参加 ③アンケート調査紙作成、分析、検証協力 ④学生リーダー会活動指導助言 ⑤消費者教育ボランティア活動支援

<p>⑥システム開発支援</p> <p>⑦動画作成編集支援 ⑧報告書作成協力</p> <p><学生>①「消費者教育リーダー養成講座」を受講</p> <p>②「消費者教育」啓発ボランティア活動に参加（Web システムコンテンツづくり）</p> <p>③修了生のうち要件を満たした者は「消費者教育リーダー」として資格認定</p> <p>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><和歌山大学>①教育課程一般教養科目群「消費者市民と社会」（後期集中講義）を大阪府消費者教育学生リーダー認定プログラムとして設定し、開講</p> <p>② ①の受講生をボランティア活動に参加させる</p>
<p>◆コンソ大阪</p>
<p>①養成講座の募集協力</p> <p>②次年度以降の連携の在り方検討</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ネット配信によるリーダー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ていることから、リーダー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、並びにリーダー会登録、認定申請までの一連の流れを Web で行う仕組みを整備した。（資料2 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

リーダー養成講座の講義を動画で Web 配信する。Web 配信するコンテンツについては、帝塚山学院大学の情報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孤独な受講者にしないためのリーダー養成講座や交流会でのプログラム内容の工夫

ネット配信された講座では対面式と異なり受講生は孤独に受講することが多い。途中で断念する学生を一人でも少なくするために、オンタイムの講座を複数取入れ、リーダー会の学生や企業の方と直接話す機会を増やし、つながっている感覚をもって受講してもらえよう、オンタイムでの講座を増やし、対面でリーダー会のメンバーと一緒に講座を受講できるようカリキュラムを工夫した。また、交流会では、対面に取り入れていた企業活動紹介を組み込んだ。

④18歳成年年齢引き下げに伴う高校生向け啓発リーフレットの作成

令和4（2022）年4月から、成年年齢が18歳に引き下げられる。成年になることで、何が変わり、何ができるようになり、どんな責任が生じるのか。このことを一人ひとりが自分の問題として考え、準備できる内容とした。学生リーダー会の学生は、最近まで高校生であったことから、高校生が知りたいことや理解してもらいやすい言葉で伝えることができることを利点として高校生に受け止めやすいリーフレットづくりを目指した。

⑤第2ステージとしてリーダー会の自立化に向けた基盤強化のための注目度を高める情報発信強化

将来、大阪府からの補助金終了後にリーダー会が自立して活動を継続していくには活動資金確保を含む基盤強化が欠かせない。5年間のリーダー会活動の蓄積の上に、今後リーダー会の活動に共感してもらう人を増やすとともに、活動費を生み出すための基盤強化のために、今年度からのリーダー会活動を第2ステージと位置づけ、これまで開発した啓発プログラムや実績の見せ方の工夫、発信の道具となるためのリーフレットづくり（ゲーム紹介、18歳成年年齢引き下げ啓発）、他の学生団体との連携イベントなど、注目度を高めるための情報発信を強化した。

⑥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？」のバージョンアップ

昨年度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？」をさらに進化させるためにバージョンアップを図った。現在、ゲームは「年齢層」でジレンマ問題を選択するが、さらに「テーマ別」では環境、特殊詐欺、健康、衣、食、住といった分野からも問題を選択できるように項目を追加し、また、「消費行動の場面別」では、購入、利用、廃棄といった消費行動についても選択できるよう項目を追加し、消費の持つ分野の多様性を具体的に見せることでアプローチできる入口を増やし、SDGs 関連の授業も含めて小中高校等の学校や市民団体の方により使ってもらいやすくした。

また、サブIDを取得した人（グループ利用者）は、独自のアンケートを作成できるようにし、教材としての利用効果や授業の改善点や参加者意識等を確認することができるよう改善した。

⑦小中高校の授業で活用しやすくするための授業支援ボランティア活動の導入

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？」を学校の授業等で教材として使ってもらいやすくするために、リーダー会の学生が Zoom や動画を使って事前にゲームへの理解を促し、使い方を伝えるとともに、授業当日には子どもたちからの質問に対応するなど担当する教員の授業サポートを行う授業支援ボランティア活動を導入した。

⑧大学コンソーシアム大阪との連携

受講生確保強化のために、現在活用している南コンソの単位互換制度に加え、学生募集についてコンソ大阪とも連携を図った。なお、今後、コンソ大阪の会員大学にもリーダー認定ができる講座を単位互換科目として提供できる方法について共同で検討した。

⑨リーダー養成講座の名称を「大学生のための消費者市民大学」と命名

将来のリーダー会自立後を見据えた第2ステージとして、リーダー養成講座の名称に「大学」を取り入れる。受講への親しみやすさをつくることに加え、将来、リーダー会が自立して活動を進めることを見据え、養成講座を広く企業や市民に対する消費者市民社会への基礎理解のための基礎講座として活用できる基盤づくりのために、名称を変更した。

(3) 実施スケジュール

本取組の実実施スケジュールは、以下の通りであった。

	6月	7月	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										
交流会										
ボランティア活動										
啓発ゲームシステム改善										
啓発ゲームHP上で公開										
リーダー会議										
アンケート・効果の検証										
リーダー認定										
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

リーダー養成講座の受講生の確保が年々難しくなる中、昨年度はコロナ禍で大学生が大学に登校できない環境が生じたため、学生に募集内容が届く環境がさらに見通しにくくなった。そこで、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、大学コンソーシアムの単位互換制度を利用することとした。昨年度に引き続き今年度も、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リーダー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目指した。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2参照。)

そこで、本講座の開講が学生に広く届くよう、昨年度に引き続き、チラシはPDFでのみの作成(資料1)とし、ホームページ上に掲載する他、Web開催の利点を活かし、本事業以外のポータルサイトを積極的に活用(資料7)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。

本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、リーダー会ホームページ掲載及びリーダー会ホームページ内ツイッター配信の他、以下を行う。

- ・大学の協力を得て、大学がもつ学生への配信機能を活用し講座情報を配信
- ・コンソ大阪の協力を得て、会員大学に講座情報を案内
- ・消費者庁「消費者教育ポータルサイト」への掲載
- ・関西SDGsプラットフォームのイベント掲載及びメルマガ配信
- ・連携予定の和歌山大学の開講科目「消費者市民と社会」は、南コンソ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している科目であることから、2つの大学コンソーシアムホームページに掲載

＜南コンソ 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

・AICE 会員大学 (9p「4. 事業実施体制 (1)実施体制 (2)実施にあたってのそれぞれの役割」参照。)に情報提供。

令和3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」
～リーダー会自立化基盤強化に向けた情報発信強化をめざして(第2ステージ)～

消費者教育推進センター
消費生活センター

大学生のための消費者市民大学
「大阪府消費者教育学生リーダー養成講座」

STEP1 消費者教育学生リーダー養成講座を受講
STEP2 学生リーダー会でボランティア活動
STEP3 大阪府消費者教育学生リーダーに認定

募集定員・応募締切 定員30名(先着順) 応募締切 令和3年10月31日(日)

応募される方はこちら
定学協働人材育成機構AICE事務局
〒545-8501 大阪市東淀川区1-10-10 淀川駅前ビル1008
電話 03-5426-2400 FAX 03-5426-2401
E-MAIL consumer@aice-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、消費者として自立した判断能力をもち、社会に出た際には消費者市民社会の発展に貢献するために活動を行うことができる力を身につける学生を育成するための本事業を行っています。
「消費者市民社会」とは、一人ひとりが自らの消費行動が社会に与える影響を人々や地球環境に影響を及ぼすことを考えて実践し、未来の子どもたちや社会のために公正でよりよい発展をもたらすよう、積極的に参画する社会のことです。あなたも消費者教育学生リーダーとなって、大阪のそして地球の未来づくりに力を発揮してみませんか。

STEP1
大学生のための消費者市民大学
「大阪府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
開講日：令和3年9月17日(金)～11月30日(火)
会 場：web開催 <http://www.aice-p.com/consumer/index.html> (大阪府消費生活センター)

◆基礎講座 (web講座+オンタイムZoom)
○開講式
○消費者教育の基礎的な知識を学び、自分の問題として整理・理解できるようにします

◆応用講座 (web講座+オンタイムZoom)
○企業の商品やサービスや学生リーダー会の活動を学びます
○消費者教育を行うために必要な知識・スキルを学び、実践内容を具体的に考えます

◆実践講座 I (web講座+オンタイムZoom)
○ボランティア活動について学びます
○消費者教育に関する「実践パンフレット」の企画を考え、制作に参加します

◆実践講座 II (web講座+オンタイムZoom)
○企業×学生交流会 (Zoomでのオンタイム) 第1回：11月6日(土) 第2回：11月20日(土)
○振り返り。消費者教育学生リーダーになるために何をしたいかを考えます
○修了式

Zoomにて開催!

STEP2
大阪府消費者教育学生リーダー会活動
http://www.aice-p.com/consumer/student_leader/
○ボランティア活動 啓発教材のシステム開発 & コンテンツづくり、イベントでの消費者教育等でボランティア活動を行います。
○交流会 人学生と消費者教育を行っている企業等との交流会を実施します。企業×学生交流会。を企画・主催。
第1回・第2回は、実施予定を待たず実施します。第3回 11月23日(日)予定実施に引き続き実施予定です。

STEP3
大阪府消費者教育学生リーダー認定(大阪府消費生活センター認定)
○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消費者教育ボランティア活動に1回以上参加
③大阪府消費者教育学生リーダー会に登録

募集チラシ (8/31～10/31)

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」を実施した。講座では、消費者とし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育成するとともに、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し活動することができる人材を養成し、大阪の消費者教育の新たな担い手リーダーとして輩出を目指した。

(1) 9つの重点課題

講座カリキュラムを開発するにあたっては、その内容について重点課題を以下の9つ置き、この9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を設け、Zoomを使った双方向のグループワークを行った。

一方、昨年度の課題で出た受講途中でのリタイアへの対応について、Web講座の弱点として、受講生が孤独に学びに向き合うことが多いことからモチベーションの維持が難しいといった学生の声があった。

そこで、受講途中で興味を持続してもらえよう、オンタイムの講座を適宜盛り込み、顔が見える状態を作り出し、つながっていることを確認しながら学べるようカリキュラムを構成した。交流会では、Zoom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が、閉じたグループ内での意見交換となり、他のグループからの刺激を受けながらの意見交換が難しいとの意見がリーダー会議でもあり、交流会のプログラム内容についてもリーダー会で昨年度の反省を踏まえ、グループワークが活発化するよう運営を工夫した。

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」。令和4（2022）年4月からの成年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」。昨年度に引き続き、和歌山大学の「消費者市民と社会」（2単位、南コンソ、高等教育機関和歌山コンソーシアム（以下、「コンソ和歌山」と記す。）の単位互換提供科目）との連携で実施する。修了者は単位認定される。開講大学の拡大を企図しているが、コロナ禍の影響で今年度も大学の拡大は難しいものの引き続き協力要請を行う。（別紙8「和歌山大学「消費者市民と社会」カリキュラム」参照。）

第5に、「リーダー認定された学生の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、リーダー認定された既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支援を通じて自

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カリキュラムづくり。

第6に、SDGsの本取組への位置付け。消費者教育をSDGsのひとつとして明確に定義し、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。SDGsの12番目に位置付けられる「生産と消費」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。本講座では、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。今年度リーダー会として関西SDGsプラットフォームの会員登録を行い、本講座についても本プラットフォームを通じて講座案内を掲載する。

第7に、孤独な受講者にしないためのカリキュラムの工夫。昨年度の課題としての孤独な受講者にしないための対応として、カリキュラムの要所要所にオンタイムの講座を複数取入れ、リーダー会の学生や企業の方と直接話す機会を増やし、つながっている感覚をもって受講してもらい、モチベーションが維持できるようカリキュラムづくりを行う。

第8に、企業×学生交流会プログラムに企業等の活動紹介。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、企業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に、昨年度に引き続き、企業×学生交流会（以下、「交流会」と記す。）を講座の中に組み込む。ただ、受講生からはもっと企業のことを知りたかったという声も多く、また、Zoomでのワークショップはグループ内で閉じた意見交換となることから、いろいろな企業とつながっていることを実感してもらうために、ワークショップに入る前に、参加企業や団体から社会的配慮した活動について簡単に紹介するコーナーを設ける。

第9に、講座名称を「大学生のための消費者市民大学」と命名。リーダー会の自立後を見据えた第2ステージでは、リーダー養成講座の名称を「大学生のための消費者市民大学」と命名する。リーダー会の学生からも、大学を名称に取り入れることで受講への親しみが出てくるとの声が多かった。一方、将来的にリーダー会が自立して活動を進めることを見据え、養成講座を広く企業や市民に対する消費者市民社会への基礎理解のための講座として、例えば、企業の新人研修の一環として有償で提供するなどのニーズ創出のための命名でもある。Web講座の配信は、受講生の理解度の深まりと参加のしやすさという結果を得た。今後、社会人の受講にも応えることができる講座としてさらに進化させるための布石とする。

(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>【基礎講座】 消費者教育・消費者市民社会の基本理念などの概論及び、企業活動を通して学ぶ消費者教育への理解（講義）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者教育の考えかたに関する内容 ・新法（平成24年消費者教育推進法）に関する内容 ・社会発展における持続可能性(Sustainable Development)に関する内容 ・成年年齢引き下げによる消費者被害の危険 ・SDGsの中での「つくる責任 つかう責任」
<p>【応用講座】 消費者教育の手法及び教材開発に関する内容（講義&演習）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・企業や市民団体等で行われている活動を知る ・消費者教育のいろいろな手法の紹介 ・リーダー会活動紹介とその活動について考える ・教材の作り方について学び、実際に作ってみる
<p>【実践講座ⅠⅡ】 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"> ・ボランティア活動を行うにあたっての基礎知識を学ぶ ・活動企画の作り方について学ぶ ・交流会企画を考える ・大阪府消費生活センターの現状について理解 ・被害にあわないための消費者教育に関する内容 ・企業×学生交流会の実施 ・振り返り <ul style="list-style-type: none"> ○学んだことを振り返る ○消費者教育リーダーとしての何をするかを考える ○レポートの提出について ・修了式

(3) 獲得を目指す知識及びスキル

本講座で獲得する知識及びスキルについて、以下を目指す。

<知識>

- ・新法が目指す消費者教育について理解できる
- ・消費者市民社会とは何かを理解できる
- ・消費者教育の目的や意義を理解できる
- ・社会発展における持続可能な社会（SDGs）について理解できる
- ・企業活動の消費者指向経営について理解できる

- ・リーダー会の活動目標を理解できる
- ・ボランティア活動について理解できる
- ・大阪府の消費者行政について理解できる
- ・大阪府で起こっている消費生活に関する問題を理解できる

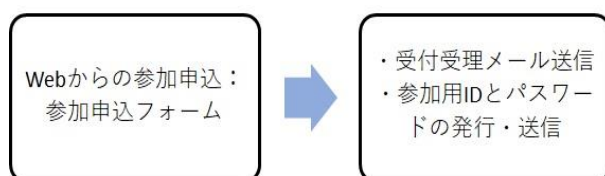
<スキル>

- ・本講座で学んだことやその意義を、市民や小中高大学生に伝えることができる
- ・ボランティア活動を行う際に、注意すべきことを意識して実践できる
- ・消費者教育啓発活動の企画及び運営ができる
- ・他の大学生や企業の方とコミュニケーションをとることができる
- ・消費の観点で選択のジレンマ問題を作成することができる
- ・地球や社会の未来に対して自分のすべきことを自分事として考えることができる
- ・消費者教育の学生リーダーとして、消費者教育啓発活動を行うことができる
- ・リーダー会の一員として、他のメンバーと協力して活動することができる
- ・リーダー会の活動や消費者教育について、本講座の受講生に対してTA (teaching Assistant) として伝え、教えることができる
- ・企業×学生交流会で、企業と意見交換することができる

(4) 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。

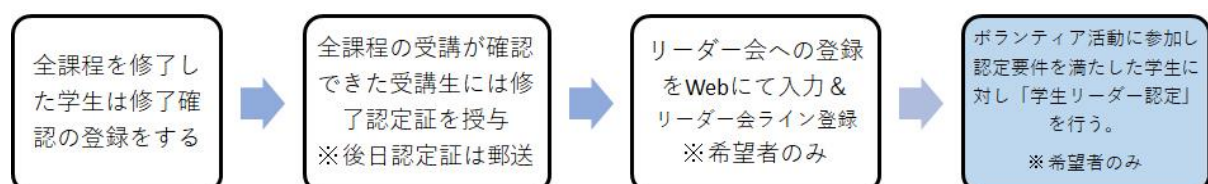
<受講申込>



<受講>



<講座修了認定>



(5) 消費者教育の担い手育成としての工夫

本講座では、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、以下のプログラムを組み込むことで、講座修了後に担うべき役割について、少しずつ理解できるようにした。特に、昨年度の Web 講座でのモチベーションの低下を防ぎリーダー会への参加意識を高めるために、今年度実施するボランティア活動に講座の中で参加できる以下のカリキュラムを用意した。

しかし、実際には、今年度最後まで修了しリーダー認定申請を行った学生は3名にとどまった。結果からみると、オンタイムでの Zoom の講座を増やしたことで、対面であれば2日間で修了する講座が、4日~5日と増えたことにより負担感が増した可能性がある。オンラインで開催する講座については、リーダー会への参加意識を高めるための工夫は、受講生の負担とのバランスを考慮しながら検討する必要があることを改めて知る結果となった。

- ・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**」(5限目)
- ・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**」(9限目)
- ・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**」(3限目、6限目)
- ・リーダー会の活動指針である「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解決につながることを自覚し、行動につなげていこう」を理解するために、昨年度開発した消費者教育啓発 Web ゲーム「そのときあなたはどうする？」で「つくる」、「あそぶ」を体験する「**活動を通じた消費者教育の手法を学ぶ①②**」(3限目、6限目)
- ・リーダー会の活動に実際に参加する機会を提供するために、今年度実施するボランティア活動に実際に参加し企画を考える「**消費者教育啓発プログラム企画を考える**」(9限目)

(6) 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。

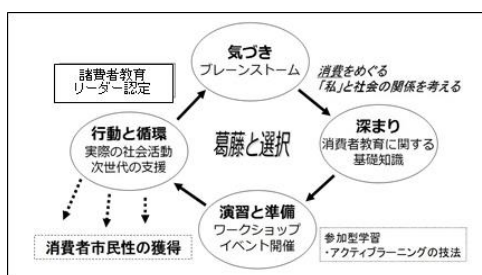


図1 消費者教育における循環型学習モデル

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。

名称	大学生のための消費者市民大学「大阪府消費者教育学生リーダー養成講座」
開講時期	9月17日から配信を開始し、12月25日まで配信した。
講座 日数	<p>◆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企業活動からみた消費者教育についての学びを通して、消費者教育の必要性や目指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）</p> <p>◆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）</p> <p>◆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）180分）</p> <p>◆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。企業×学生交流会の組込。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190分、修了式含む）</p>

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
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）

(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 ○追手門学院大学 基盤教育機構 特任准教授・キャリア開発センター チーフコーディネーター 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、 消費者支援機構関西（KC'S） ○リーダー会
ティーチングア シスタント (TA)	大阪府消費者教育学生リーダー認定者を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。

※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。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。

大学生のための消費者市民大学
「大阪府消費者教育学生リーダー養成講座」 カリキュラム (Web講座)

◆基礎講座 会場：大阪府消費者教育推進事業ホームページ ※はオンデマンド

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	AICE 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 リーダー会員登録及び大阪府リーダー認定について	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 講義 (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 (SDG s) (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) オンタイム Zoom 9/18 (土)	◇活動を通じた消費者教育に関する手法を学ぶ① 演習 (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 ○消費者教育啓発Webゲーム「そのときあなたは どうする？」でジレンマ問題をあそぶ (スマホで)	岡崎裕 学生リーダー会

◆応用講座 会場：大阪府消費者教育推進事業ホームページ ※はオンデマンド

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 講義 (1) 企業の消費者教育活動について (40) (2) ACAPの活動紹介 (20) (3) NACSの活動紹介 (20)	日本ヒーブ協議会 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)
5限目※ (30分)	◇学生リーダー会活動の紹介 講義 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) Webゲーム「そのときあなたは どうする？」の開発 (4) 企業×学生交流会による啓発 (5) ホームページによる広報	学生リーダー会
6限目 (70) オンタイム Zoom 9/25 (土)	◇活動を通じた消費者教育に関する手法を学ぶ② 演習 (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 ○消費者教育啓発Webゲーム「そのときあなたは どうする？」でジレンマ問題をつくる (スマホで) ○他の人がつくった問題を「あそぶ」で相互に体験する ○ジレンマ問題 (質問+回答3パターン) 10問をゲームに登録 (&エクセルシートで提出課題) (2) 振り返り	岡崎裕 学生リーダー会

◆実践講座Ⅰ 会場：大阪府消費者教育推進事業ホームページ ※はオンデマンド

時限(分)	講座内容	講師(予定)
7限目※ (30)	◇ボランティア活動論 講義 (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 講義 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 (90) オンタイム Zoom 10/9(土)	◇消費者教育啓発プログラム企画を考える 演習 (1) リーダー会が今年度実施するボランティア活動を紹介 ①消費者教育啓発Webゲーム「そのときあなたはどうする？」紹介パンフレット作成 ②「18歳成年年齢引き下げ」啓発パンフレット作成 (2) 参加したいボランティア活動を選び企画を考える ①3限、6限で作って遊んだゲームについて、ゲームの目的や遊び方を楽しくわかりやすく紹介するための企画 ②高校生を対象として、成年になることによって生じる責任を確認し、意識改革を求める啓発プログラムを企画 (2) 企画案発表、企画書提出	岡崎裕 リーダー会

◆実践講座Ⅱ 会場：大阪府消費者教育推進事業ホームページ ※はオンデマンド

時限(分)	講座内容	講師(予定)
10限目※ (60)	◇大阪府の消費者行政 講義 ◇令和元年度大阪府及び市町村の消費生活相談の概要 講義 ◇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 講義	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)
11限目 (90) オンタイム Zoom ①11/6 (土) ②11/20 (土)	◇第1回企業×学生交流会 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 企業活動紹介 ② ワークショップのテーマ趣旨説明 ③ グループで意見交換 ④ 各グループで出た意見を発表(全体共有) ◇第2回企業×学生交流会 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(ACAP、NACS、日本ヒーブ協議会)
12限目 (30) オンタイム Zoom 11/20 (土)	振り返り「消費者教育リーダーになるために」 (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) 大阪府リーダー認定申請について (5) 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

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。そこで、講義の動画は、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) オンライン研修での受講生へのケア

オンライン研修では、受講生が孤独な学習を強いられることが、昨年度の受講生の声からもわかっていた。そこで、本年度オンライン研修を実施するにあたり、リーダー会議で検討を行った。その結果、できるだけ顔の見える研修形態をとることで、一人で学んでいるのではないことを実感し、修了後のリーダー会活動についても関心を持ってもらうことを目指した。

対応策として2つ導入した。1点目は、養成講座の中に、Zoomによるオンタイムの講座を増やし、その講座にはリーダー会の学生がTAとして参加し、対面と同じような環境づくりを行った。その結果、3限目、6限目、9限目の講座はZoomオンタイムで実施し、リーダー会メンバーがTAとして参加した。オンラインではあるが、インタラクティブな会話をしながら講義を進めることができた。2点目は、9限目の企画づくりの際に、対面時と同じように、今年度のリーダー会で実施するプログラムを企画づくりのテーマに取り入れた。テーマは、2種類のリーフレット作成である。企画からリーフレット完成まで一貫して参加するハードなプログラムである。

しかし、次第に参加者が減少してきた。オンライン研修での受講生に対するケアとして新しい試みを導入したにもかかわらず、最終的にすべての講座を修了した学生は、受講希望者12名のうち2名という結果となった。この結果をどう見るか。

1つは、対面であれば2日間の研修ですべて修了する講座が、短時間であれ、5日に及んだことは、受講生からすると負担感が増した結果となった。2つには、今年度の受講希望者のうち、受講した学生の多くが武庫川女子大学の学生であり、それ以外の学生の参加が極端に少なかったことは、受講者にとってはいろいろな大学の学生との交流という意味では物足りなさがあったと考えられる。半面、リーフレットづくりへの参加は、完成までに10数回のZoomやラインを使っての打ち合わせを重ねて完成させたことから、大変な作業負担となったが、興味を持ってくれた受講生にとっては大学生の日常生活にとっては体験できないことに参加でき、公的メディアとなるリーフレット完成に直接関わった経験は貴重なものになったに違いない。

これらのことから、今後オンライン研修を実施する場合は、オンタイム講座の日程の工夫やいろいろな大学から学生が参加して魅力あるリーダー会を演出する必要があるだろう。

(4) 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。

昨年度より増やしたのが、Zoomを使ったオンタイム方式である。受講生同士、リーダー会や講師との交流を増やし、本事業への関心を高め、リーダー会に興味を持ってもらうためであった。しかし、結果的に、参加者が徐々に減ってきたのは大きな反省点である。理由は、オンタイムが増えたことによる負担増も同時に生まれことその他、カリキュラム内容に

についても問題がなかったか見直しが必要と考えている。

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：3 限目・6 限目の手法を学ぶ、9 限目企画を考える、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 6）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

基礎講座	
<p>開講式：挨拶 西村清弘</p> 	
<p>1 限目：オリエンテーション 岡崎裕</p> 	
<p>2 限目：消費者教育の基礎理解 ①概論 岡崎裕</p> 	
<p>3 限目：活動を通した消費者教育に関する手法を学ぶ① 演習 岡崎裕、リーダー会★</p> 	

応用講座

4 限目 (1) : 消費者教育の基礎理解②～企業活動からみる 企業の消費者教育活動について 木谷あゆみ

消費者教育の基礎理解②
～企業活動からみる
(1) 企業の消費者教育活動について
日本日本ローソク協会 関西支部
イカリ消費株式会社
木谷あゆみ



生活力UPのための5カ条

- ①なぜ?本当かな?という問題意識を持つ
※情報をそのまま鵜呑みにせず、意味や理由を考える習慣をつけよう
- ②複数の情報源を用いて自分で調べよう
※ネット上には信憑性のない情報が多く存在します
※信頼できる情報源を確認し、多角度から調べよう
- ③自分の五感を磨こう
※開封後の賞味期限商品の判断は最終的に自分が行います
※判断できるように日頃から訓練しましょう
- ④自分のものさし・判断基準を持つ
※答えは一つではありません
※判断材料・基準をもち、メリット・デメリット両面から考えよう
- ⑤次世代のことも考えよう
※環境問題に代表されるように、次世代の暮らしへの配慮は重要です

4 限目 (2) : ACAP の活動紹介 新居由莉

消費者教育の基礎理解②
～企業活動からみる
(2) ACAP の活動紹介
消費者関連専門家会 (ACAP) 理事
ハワース食品株式会社
神宮宇慎



企業の消費者対応部門の役割

消費者志向経営において消費者対応部門の役割は重要!

お問い合わせ 意見・苦情

迅速・的確・丁寧な対応、情報提供

商品・サービスの改善

情報・提案 働きかけ

情報・提案 働きかけ

経営戦略に反映

関係部門

マーケティング、品質保証、生産・研究開発 等

企業

5つの役割

- ①問い合わせ、意見、苦情への対応
- ②いただいた声の活用、リスク管理
- ③消費者教育・消費者啓発への取組
- ④消費者視点や消費者志向の経営戦略への反映
- ⑤外部団体・行政との窓口、交流、情報交換

4 限目 (3) : NACSP の活動紹介 中村智恵美

消費者教育の基礎理解②
～企業活動からみる
(3) NACSP の活動紹介
日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会 (NACSP)
NACSP 日本支店 事業委員長
中村智恵美



2. 会員の活動内容について

消費者教育・啓発に取り組む

学校・地域・企業などの要請に応じて講師を派遣しています。

主な講座内容は、消費者問題・環境・契約・金銭などの消費者教育です。

2020年度NACSP日本支店で行った講座は、全部で21講座の消費者教育を行いました。

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

消費者教育のいろいろな手法の紹介
(1) 学生リーダー会について
大阪府消費者教育学生リーダー会 代表
摂南大学 3 回生
長島亘輝



4 リーダー会活動への参加のステップ

消費者教育学生リーダー養成講座の受講

リーダー会登録

ボランティア活動の実践

企業×学生交流会の企画・運営

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
大阪府消費者教育学生リーダー会 代表
大阪大学 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) : Web ゲーム「そのときあなたは どうする？」の開発

消費者教育のいろいろな手法の紹介
 (3) WEBゲーム「そのときあなたは どうする？」の開発
 大阪府消費者教育学生リーダー会 副代表
 和歌山大学 3 回生
 藤井 優希



ゲームの流れ

つくる	あそぶ
1、ログイン	1、カテゴリー選択
2、入力フォームに質問と回答を入力 →データベースに蓄積	2、質問 (5 問) に回答
3、公開・非公開選択	3、回答に応じたタイプを表示 * 「レಕ್ಕリエコタイプ」 「おっちょこちよ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 タイプのいずれかを表示
* 「子ども」「若者」「家族」「高齢者」の 4 カテゴリーに分類	4、修了証受け取り

5 限目 (4) : 企業×学生交流会による啓発

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
 関西大学 4 回生
 青木 竜也



どんなことをするの・・・？
 テーマ 衣・食・住



第一部 活動紹介 第二部 ワークショップ

5 限目 (5) : 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
 (5) 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 広報部リーダー
 和歌山大学 3 回生
 中嶋 未歩

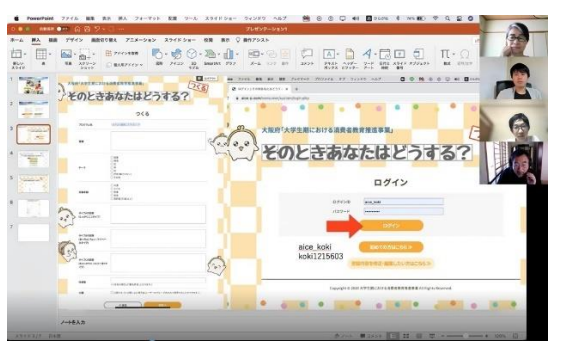


ホームページの内容

- ▶ リーダー会について
- ▶ 企業×学生交流会
- ▶ ボランティア活動
- ▶ リーダー会に参加するには
- ▶ 学生リーダー会辞典

6 限目 : 活動を通じた消費者教育に関する手法を学ぶ②
 岡崎裕、リーダー会★

活動を通じた消費者教育に関する手法について②
 演習
 和歌山大学 教務
 岡崎 裕
 学生リーダー会



実践講座 I

7 限目: ボランティア活動論

岡崎裕



ボランティア活動～10の分野～

1. あつめる
収集は、気軽に始められるボランティア。定数を集めると、集めたものが物品と交換されたり、援助活動などに役立てられます。また、買ひ物で、支援が必要な人々を援助することもできます。
例) 使用済み切手・プリペイドカード、ベルマーク、現金(募金)、品物(「ザー」の活用)、電子決済に伴うポイントなど
2. てつだう
お年寄りや障がい者が、不意なく安心して日常生活を送る手助けをします。簡単なものから訓練の必要な専門的なもので、いろんな活動があります。
例) 外出介助・用事代行(ガイドヘルパー)、履し物の手伝い、手話・対面翻訳など
3. つくる
人に役立ちたい気持ちを、つくることで表しましょう。手軽に作れるものからちょっと専門的なもので、多彩な活動があります。
例) 手芸品や小物、顔紙テープ、点字図書、自動具

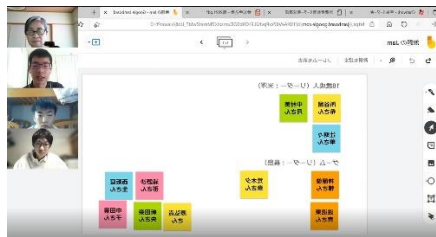
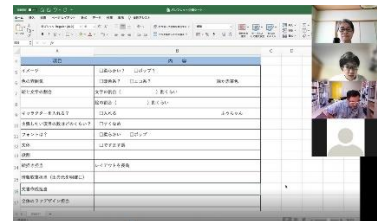
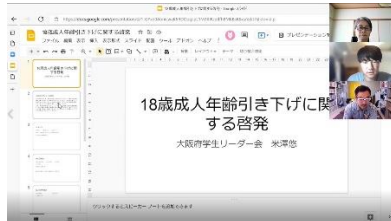
8 限目: 企画づくりを考える

大串恵太



9 限目: 消費者啓発プログラム

ム企画を考える★



実践講座 II

10 限目 (1) : 大阪府の消費
者行政 久川真奈



消費者教育の取組に関するイメージマップ



10 限目 (2) : 令和 2 年度大
阪府及び府内市町村の消費
生活相談の概要 勝田結衣



「健康食品」と「化粧品」の定期購入トラブルが増加



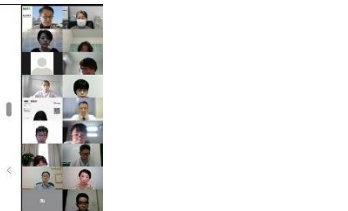
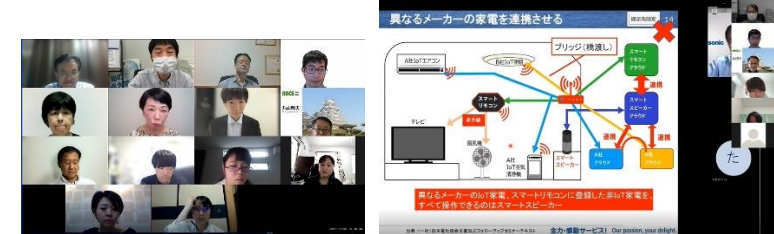
10 限目 (3) : 特定非営利活
動法人消費者支援機構関西
(KC'S) の活動



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となりますが、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: 住と ICT



11 限目 (2) : 交流会①★

リーダー会

テーマ：食品ロス & 食に伴うロス



企業様自己紹介

ACAP → NACS → 日本ヒーブ協議会

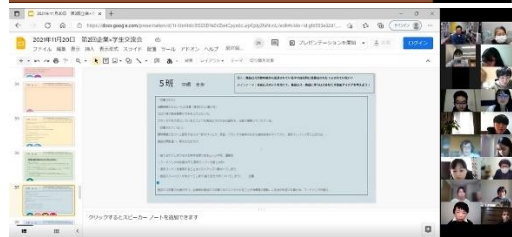


アルバイトでの経験

キッチンでパスタを作る際、盛り付けを間違えてしまった

会社のルールでは直ちに破棄しなければならない

おうちでパスタを作っている時、麺を茹ですぎてしまい、癖で捨てようとしてしまってハッとした！！



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

令和3年度 大学生のための消費者市民大学「大阪府消費者教育学生リーダー養成講座」(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 受講期間9月17日～11月30日

- 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(3・6・9・11限目、12限目、修了式)の2つがあります。
- 11限目「企業×学生交流会」は、11月6日(土)と11月20日(土)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、下記の「修了申請フォーム」のバナーから「修了申請」を行ってください。受講の修了が認定された方には、産学協働人材育成機構AICEから、受講の「修了証」が授与されます。
- また、すべて受講を終えた人で大阪府の「大阪府消費者教育学生リーダー認定」を受けたい人は、下記の「資格認定申請&認定要件チェックフォーム」のバナーから申請を行ってください。
- 資格申請が認定された方には、大阪府から、「認定証」及び「認定カード」が授与されます。
- 受講生のみなさんには、是非「学生リーダー会」への登録を行ってください。受講が始まれば、途中いつでも登録ができます。下記の「学生リーダー会登録フォーム」のバナーから登録を行ってください。

修了申請フォーム

資格認定申請&認定要件チェックフォーム

学生リーダー会登録フォーム

基礎講座

教科書はこちら(pdf)

2021ボランティア活動一覧はこちら(pdf)

開講式 5分	1限目 26分	2限目 90分	3限目 60分
<p>開講式挨拶</p> <p>大阪府消費生活センター 西村 清弘</p> <p>西村 清弘</p> <p>movie</p>	<p>オリエンテーション</p> <p>同崎 裕</p> <p>同崎 裕</p> <p>movie</p> <p>クイズ動画</p> <p>確認テスト</p>	<p>消費者教育の基礎理解① 概論</p> <p>同崎 裕</p> <p>同崎 裕</p> <p>movie</p> <p>クイズ動画</p> <p>確認テスト</p>	<p>活動を通じた消費者教育に関する手法について① 演習</p> <p>同崎 裕</p> <p>学生リーダー会</p> <p>オンタイム 9/25(土) 11:00-12:00</p> <p>活動を通じた消費者教育に関する手法を学ぶ①</p> <p>同崎裕・学生リーダー会</p> <p>zoom URL</p>

(5) 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	11/6、12/11、12/12、 12/18、12/19 和歌山大学講座受講生	合計
応募者数	12名	50名	62名
講座出席者数（一部含む）	7名	48名	55名
講座修了者数	2名	48名	50名
講座一部のみ受講者数	5名	2名	7名
リーダー会登録者数	4名	34名	38名
リーダー認定申請者数※	3名	34名	37名
リーダー認定者数	3名	34名	37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（51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3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
武庫川女子大学	7		4	3			2	4
同志社大学	1			1			0	0
大阪商業大学	2	1			1		0	0
大阪樟蔭女子大学	1		1				0	0
関西外国語大学	1			1			0	0
和歌山大学	50	17	11	4	1	7	50	34
合計	62人	18人	16人	9人	2人	7人	52人	38人

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

(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は、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てきた。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、令和元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。

大学教育課程の中で単位化される講座との連携のメリットは、以下が考えられる。

- ・大阪府消費者教育学生リーダーとして育成するプログラムを受講することで、在籍大学で単位認定されること
- ・単位認定されることで、受講生の参加を得やすくなること
- ・受講生が増えることで、本事業の趣旨や目的を多くの大学生に伝える機会となること

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倣うが、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。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。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。

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 1170分 (90分×13回) 実習 180分 (105分×5回) レポート
養成講座	11講座 90分×11回	990分
交流会	2講座 90分×2日	180分
ボランティア活動	・クリスマス親子イベント ・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	180分 100分
レポート	1講座 (全課程終了後に提出)	

(2) 大学教育課程の中でのボランティア活動

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、ジレンマ問題の作成に加え、和歌山大学の科目内に設定されている「泉大津市でのイベント」の企画から当日の運営までを行った。泉大津市のイベントでは、100 名を超える多くの親子連れが訪れ、学生たちは休む時間がないくらいの盛況となった。イベントでは、泉大津市の地場産業である毛布の廃材を利用してクリスマス用のグッズを親子で作成するというものであった。学生たちがグループに分かれ、それぞれが企画したグッズについて参加した子どもたちが作るのを手伝いながら楽しく交流を深めていたのが印象的だった。

ボランティア活動の一環として、第 3 回交流会についての企画から当日の運営までを和歌山大学の受講生に担ってもらうこととした。第 3 回交流会については、当初計画していなかったが、対面での実施希望がリーダー会からも出ていたことから、コロナ感染状況を見ながら、10 月に第 3 回交流会を実施することを決めた。その際に、第 3 回を担当するのは、例年に倣い和歌山大学の受講生の有志によることとした。

12 月 19 日の泉大津市でのクリスマス親子イベントが終わり、授業の全課程の終了後に、第 3 回交流会の企画から運営を担当する人を募った結果、4 名の学生が立候補した。リーダー会のサポートメンバー 2 名を加え、6 名で第 3 回交流会の企画を検討した。テーマは「衣」と決まっていたことから、コンセプトはどうするか？、趣旨に沿って登壇いただく企業をどこにするか？、どんな話をしてもらおうのか？、ワークショップのテーマをどうするか？、当日の司会、ファシリテーター、発表者、企業との連絡係などの担当はどうするか？、など詳細を決めた。決まった企業に登壇を打診し OK が得られた後は、連絡係が詳細を交渉することも決めた。最終的には 1 月に入ってからコロナの急激な感染拡大により、第 3 回交流会は実施できないまま幻の交流会企画となったが、ここで検討された企画内容はリーダー会を通じて次年度に引き継がれていくだろう。

(3) 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コンソ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、コンソ大阪がある。今後、コンソ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。コンソ大阪には、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。

単位互換科目として多くの大学生に単位化される講座として提供されることのメリットは、以下が考えられる。

- ・科目を提供する大学の学生だけでなく、単位互換に参加しているすべての大学に所属する学生に対して、大阪府消費者教育学生リーダーとして育成するプログラムを受講することで単位認定されること
- ・科目を提供している大学だけでなく、単位互換に参加しているすべての大学に対して、本取組の周知を図ることができること

(4) 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、南コンソ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。

一方、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提供した。

事前講座	<p>◆事前オリエンテーション</p> <p>◆11月6日（土）第1回企業×学生交流会</p> <p>◆11月20日（土）第2回企業×学生交流会</p>
基礎講座	<p>◆12月11日（土）9：10～12：20 2講座 180分</p> <p>◆12月12日（日）9：10～10：40 1講座 90分</p> <p>◆会場：和歌山大学オンライン授業、交流会はZoomにて開催</p>
応用講座	<p>◆12月12日（土）10：50～12：20 1講座 90分</p> <p>◆会場：和歌山大学オンライン授業</p>

	◆12月18日（土）10：50～12：20 1講座 90分 ◆会場：泉大津市役所職員会館
実践講座 I 実践講座 II	◆12月18日（土）9：10～10：40、12：10～16：20 12月19日（日）9：10～18：00 ◆8講座 720分、ボランティア活動（親子イベント）「含む」 ◆会場：泉大津市役所職員会館

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9）
担当講師	○岡崎裕 和歌山大学 教授（消費者教育学会会員） ○上田慎二（元鈴鹿大学短期大学部准教授） ○泉大津市生涯学習課 <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、対面での実施が組み込まれたことから、リーダー会の学生が授業の最後の振り返りの時間に参加して、リーダー会活動を紹介し登録を呼びかけた。また、同講座を受講して第3回交流会企画に参加した経験をもつリーダー会の学生からは、第3回交流会企画に参加する体験を伝え、企画担当者の参加をよびかけた。リーダー会の学生が直接呼びかけたことから、リーダー会への登録者、リーダー認定申請者ともに大幅に増加した。また交流会企画担当にも4名の立候補があった。 ※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。



授業、親子イベントの様子

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」に事前に参加登録をしておくこと、提出課題「選択のジ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。

資格認定申請&認定要件チェックフォーム

学生リーダー会員登録フォーム

「大学生のための消費者市民大学～大阪府消費者教育学生リーダー養成講座」との連携講座
[教科書はこちら\(pdf\)](#) [2021ボランティア活動一覧はこちら\(pdf\)](#)

<p>第3講 90分</p> <p>企業×学生交流会 ～ワークショップ編 大阪府消費者教育学生リーダー会</p> <p>オンタイム 11/6 (土) 13:30～15:00 第1回企業×学生交流会 テーマ:【住】</p> <p>学生リーダー会・同崎裕・企業</p> <p>zoom URL</p> <p>事後アンケート</p> <p>参加申込フォーム</p> <p>第1回企業×学生交流会次第</p>	<p>第11講 90分</p> <p>企業×学生交流会 ～ワークショップ編 大阪府消費者教育学生リーダー会</p> <p>オンタイム 11/20 (土) 13:30～15:00 第2回企業×学生交流会 テーマ:【食】</p> <p>学生リーダー会・同崎裕・企業</p> <p>zoom URL</p> <p>事後アンケート</p> <p>参加申込フォーム</p> <p>第2回企業×学生交流会次第</p>	<p>第12講 50分</p> <p>振り返り 消費者教育リーダーに なるために</p> <p>オンタイム 11/20 (土) 15:00～15:50 振り返り</p> <p>講師</p> <p>zoom URL</p>	<p>第3回企業×学生交流会</p> <p>日時: 1/23 (日) 13:30～16:30 会場: 岸和田浪切ホール 4階特別会議室 形式: 対面</p> <p>参加申込フォーム</p>
<p>振り返り 「そのときあなたはど うする?ゲームであそぶ」</p> <p>ゲームであそぶ</p>	<p>振り返り 「そのときあなたはど うする?ゲーム問題をつ くる」</p> <p>ゲーム問題をつくる</p>		

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.

(5) 大学コンソーシアム大阪との単位互換実施に向けて

現在実施している和歌山大学のような連携科目を増やしていきたいと考え、数年前からいろいろな大学に打診を行ってきた。しかし、新しい科目を追加してもらうことは極めて難しく、現在まで実現に至っていない。そこで今年度は、個別の大学ではなく、大学コンソーシアム組織がもつ単位互換を利用した拡大を図ることについて検討を始めた。

現在、和歌山大学の科目「消費者市民と社会」は、南コンソとコンソ和歌山の2つの大学コンソーシアムと単位互換を実施している。ただ、大阪府下にはもう1つコンソ大阪があり、大阪府下の39大学が所属している。そこで、コンソ大阪にも和歌山大学の講座を提供できる道、あるいはコンソ大阪で養成講座を新たに作ってもらうことができるかなどを相談した。コンソ大阪と意見交換する中で、南コンソがもつ「広域単位互換制度」の仕組みを活用できないかとの相談を受け、南コンソとも交渉を行った。その結果、次年度より南コンソの広域単位互換制度をコンソ大阪と開始し、和歌山大学の科目「消費者市民と社会」を広域単位互換科目として提供を開始することについて、それぞれの総会にて決議していただくよう準備を進めてもらうことが決まった。

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、これまで関西 SDGs プラットフォームには、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 が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してきた。今年度は、リーダー会が本プラットフォームに会員登録し、直接情報発信することとした。

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かという点、必ずしもそうではない。

そこでリーダー会では、一人の消費者として、企業の環境や社会への配慮を学び、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/)、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。リーダー会が主催する交流会では、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実情である。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。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。SDGsは、リーダー会の理解しやすい記号として位置付けられているのである。

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・自立の在り方

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年目に入り、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。5年目はコロナ禍で対面での活動はすべて中止となりオンラインでの活動をよぎなくされたことで、リーダー会参加登録の極端な減少という対面を伴わない継続の難しさにも直面することになった。

1. 第2ステージ自立化基盤強化に向けた対応

6年目の今年度は、依然としてコロナ禍が続いておりオンラインでの活動を中心とせざるを得ない状況は昨年度と変わりはない。しかし、今後のリーダー会を考える上で、いかに自立して活動が継続できるか、そのために今から準備すべきことは何かを今回の取組テーマとした。事業名のサブタイトルを「リーダー会自立化基盤強化に向けた情報発信強化をめざして(第2ステージ)」とし、リーダー会の活動基盤は一定整ったとして、今年度からを第2ステージと位置付けた。第2ステージの1年目として、自立に向けた活動基盤強化に向けて「リーダー会を有名にしよう！」というスローガンを立てて活動を後押しした。このスローガンを立てた理由は、リーダー会が有名になり、リーダー会に対するニーズが増えることで活動範囲が広がり、協力者や支援者が増えていく可能性が高くなると考えたからだ。リーダー会議でも検討し、リーダー会を有名にするために役立つことに積極的に取り組むことをこの1年間の活動指針とした。

今年度で6年目となるリーダー会は、1・2期生がすべて卒業し、現役の学生は3・4・5期生となり、代表、副代表、各リーダーもすべて一新した。全員が初めて役職につくという新体制の下で、昨年度以上に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。しかし、新役職メンバーの成長は著しく、対外的な活動がこれまで以上に増える中で、責任感をもって立派にやり遂げることができたことは、高く評価できる。

2月22日に「全国消費者フォーラム」がオンラインで開催された。本フォーラムにリーダー会の発表が採択され、第1分科会で発表した。発表後の質疑応答で、リーダー会の組織について質問があった。代表発表者であった長島君は、回答の中で「自分は5期生で今年新たに6期生を迎える」と発言したが、発表内容と回答を聞いたファシリテーターの萩原先生から、「6年継続していること」と、「毎年新しく入ってくる後輩を先輩が育成・サポートすることで循環した持続可能な組織であること」に注目され、褒めていただいた。現在、コロナ禍が続く中で中心になって活

動するメンバーの減少が課題になったが、その際手助けしてくれたのはすでに社会人となったリーダー会1～3期生の先輩たちであった。このリーダー会の組織としての継続性は、一朝一夕に創られるものではなく、毎年の積み重ねた活動や発言やネットワークが今の継続した組織につながっている。リーダー会の現地点を第2ステージと位置付けることができる所以である。

2. 活動の柱

昨年度に引き続き今年度もコロナ禍により、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、対面のように親しいコミュニケーションを図ることが難しくなるオンラインでのリーダー会議を定例開催として、月1回程度会議を開いて、リーダー会が行うべきことや抱える課題などを共有し、親密なコミュニケーションを図ることとした。

今年度のボランティア活動は、「リーダー会を有名にしよう!」という指針のもとで、リーダー会の活動を対外的に積極的に情報発信していく取組に力を入れることとした。その一環として、2022年4月から試行される「18歳成年年齢引下げ」について高校生を対象に啓発するためのリーフレット作成と、昨年度完成し公開を始めたWebゲーム「そのときあなたは どうする?」の紹介リーフレットの作成と、2種類のリーフレットづくりに取り組んだ。リーフレット作成にあたっては、今年度の受講生にも参加してもらった。理由は、リーダー会で行っていることに触れてもらうことで、リーダー会に関心をもってもらい、リーダー会に参加登録してもらうことにある。リーフレットは主に学校に配布し、教員や児童・生徒に配布される公的メディアにあたり、大学生のうちにこうした責任ある活動に参加する経験をしてもらうことでリーダー会への興味を持ってもらうきっかけにしたかったからである。

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：リーダー会組織は、メンバーが一新することから、「代表」のもとに、以前置いていた「副代表」を復活させて置き、その下に「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活動をけん引した。副代表を復活させたのは、新代表が昨年度受講し今年度から本格的に活動を始める5期生だったことから、これまでのリーダー会活動を知っているメンバーを代表の補佐につけるためであった。副代表を置くことで、リーダー会全体で協力していくという形ができた。また、広報部では、リーダー会議で提案があったツイッター担当者を置いて情報発信の強化を図った。
- (2) 新メンバーへの代替わり：昨年度からリーダー会活動に参加した4期生と今年から参加する5期生を中心とした新しいメンバーが活動の軸を担うこととなった。新メンバーによる代替わりが進み、新たなリーダー会組織として活性化した年になった。
- (3) 教材の提供：昨年度完成したWebゲーム「そのときあなたは どうする?」は、学校の教材

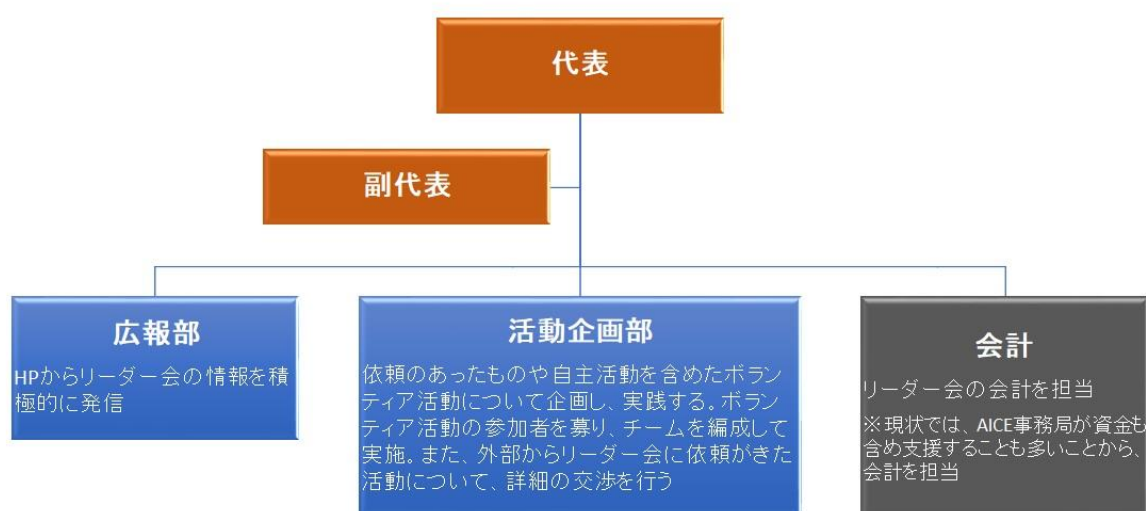
として使えるようシステム開発に工夫を凝らした。今年度は本ゲームを授業で使ってもらうときに、リーダー会がTAとして参加し、ゲームの目的や使い方について説明を行った。「ゲームの提供+TAの派遣」は、今後のリーダー会活動の柱の1つになっていくと思われる。

- (4) 活動指針の発信：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」というメッセージはWebゲームを通して伝えやすくなった。一方、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、今年度会員登録した関西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た。
- (5) リーダー会を有名にしよう！：リーダー会を有名にするために、リーダー会の露出度を積極的に増やし、リーダー会が大事にしている考え方や活動内容を紹介していった。具体的には、国民生活センターウェブ版「国民生活」7月号の中の「消費者教育実践事例集」への執筆、「令和3年度第1回大阪府消費者保護審議会」でのリーダー会活動紹介、「全国消費者フォーラム」での分科会発表、「18歳成年年齢引下げ啓発活動について」の新聞取材（産経新聞社、共同通信社）、高校での「18歳成年年齢引下げリーフレット」配布、高校でのWebゲーム「そのときあなたはどうする？」の授業支援（TA）、2種類のリーフレットの大阪府下高校・支援学校への全校送付などである。
- (6) Webでの交流会の開催：昨年度に引き続き今年度も、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、今年度も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。Zoomのブレイクアウトルームを活用したワークショップでファシリテータをつとめるのが初めての学生もいることから、事前研修を実施し、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、ワークショップのテーマの打ち出し方や気になる点を出し合い、改善を行った。昨年度の課題であった企業と交流していることをさらに実感してもらうために企業紹介を取り入れた。課題はあったものの、事前研修の成果が随所に見て取れる交流会となった。
- (7) Web講座による新メンバーの帰属意識への懸念：昨年度すべてがオンライン上で行われたことから、直接顔合わせ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ことがアンケート結果などから分かった一方で、リーダー会への登録者数の極端な減少については、対面でないことの影響が大きかったと思われる。そこで、今年度は、特に落ち込みの激しかった和歌山大学の科目の受講生に対して、対面でのリーダー会活動の紹介やリーダー会への参加登録の呼びかけを行うこととした。その結果、今年度の和歌山大学の科目受講生の登録が大幅に伸びた。半面、本取組の受講生の修了者が激減した。この理由については、講座のカリキュラム作りや関係性づくりなど多面的に検討し、改善することが必要だと思われる。

3. 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、一昨年度から「ボランティア活動部」と「渉外部」の活動が一体とした「活動企画部」と「広報部」の2つの基本的な組織で活動を行ってきた。今年度もこれを踏襲した。一方、令和元年度から置かなかった「副代表」を復活させ、「代表」を補佐することとした。新たに就任した「代表」が今年度初めてリーダー会活動に参加する5期生だったためである。こうした現状を踏まえ、以下の枠組みとした。

大阪府消費者教育学生リーダー会組織図(2021年度)



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：長島亘輝（5期、摂南大学3回生） ◎副代表：藤井優希（4期生、和歌山大学3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。 ツイッターでも積極的に発信する。
	◎リーダー：中嶋未歩（4期、和歌山大学3回生） ◎ツイッター担当：米澤悠（5期、和歌山大学3回生）
活動企画部	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：長島亘輝（5期、摂南大学3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。

4. 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

昨年度に引き続き今年度もコロナ禍の中で 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。
- ・リーダー会議を月1回程度開催に定例化し、リーダー会で検討すべきことが何かを伝え、定期的に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。
- ・講座の中に、今年度のボランティア活動の1つである2種類のリーフレット作成を組み込み、今年度の受講生にも責任あるリーダー会活動に参加してもらう機会を設けた。
- ・リーフレット作成時には、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呼びかけを行った。

5. 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） 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） ③本事業と連携した消費者教育講座（南コンソの単位互換講座）を受講した大阪府内で活躍する大学生 ④リーダー会に登録後、大学を卒業した者 ※大学卒業時にはリーダー会退会する場合は申し出る。

規 模	昨年度までのリーダー会登録者 101 名に加え、今年度リーダー会新規登録者 38 名。合計 139 名。昨年度は 20 大学からの参加であるが、今年度新たに 1 大学から参加があり、21 大学で構成。
リーダー会の設置及びネットワーク構築	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。
主な活動	<ul style="list-style-type: none"> ・リーダー会による消費者教育の企画・開催・運営を定期的実施し、消費者教育の普及啓発を行う。 ・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。 ・他の組織から依頼を受けた消費者教育活動を行う。 ・交流会を 2 回開催。企画・運営も担当。 ・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。 ・大阪府の消費者教育の推進に協力。 ・リーダー会専用ホームページ等を通じて情報発信。
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、リーダー会議を月 1 回程度の定例開催とし交流を図った。</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、副代表、各部リーダーは、リーダー会議において決定。</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	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。
入会	所定のリーダー会登録フォーム (資料 5) に入力し、事務局へ提出する。
退会	<p>退会の申出を受けるか、ラインの削除により退会とみなし、リーダー会活動からの退会とする。</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"> ・養成講座の履修履歴 ・ボランティア活動履歴 ・リーダー認定履歴 (認定されているか否か) ・活動参加希望、情報提供希望等 ・リーダー会のライン (SNS) 登録

<p>学生指導支援員の導入</p>	<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>
<p>学生の知識・スキル向上のための研修</p>	<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。 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。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>
<p>リーダー会専用ホームページによる情報発信</p>	<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"> ・リーダー会について紹介 ・活動実績の紹介（ボランティア活動、交流会等） ・リーダー会への参加呼びかけ&参加する方法の告知 ・リーダー会の日常的な活動をみえやすくするためにツイッターの枠をつくり、随時リーダー会の活動を紹介 ・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。 ・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 <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>
<p>大学の拡大</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・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。 ・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 ・大学コンソーシアムとの連携を図る。

名簿の更新	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。
-------	--

6. 大阪府消費者教育学生リーダー会登録者数

令和3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
武庫川女子大学	4
和歌山大学	34
合計 2 大学	38 人
1 回生	18
2 回生	16
3 回生	9
4 回生	2
不明*	7

期生	登録者数	令和3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	0	4	5	6	1	3	0
3 期生 (H30 年度)	16	3	3	7	6	0	0	0
4 期生 (R1 年度)	32	26	16	5	0	3	0	8
5 期生 (R2 年度)	13	10	4	2	4	2	0	0
6 期生 (R3 年度)	38	38	18	16	9	2	0	7
合計	139	77	51	36	37	10	3	15
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		76 (9)						
追手門学院大学		17 (15)						
大阪成蹊大学		7 (7)						
芦屋大学		2 (2)						
帝塚山学院大学		5 (4)						
羽衣国際大学		5 (5)						
大和大学		2 (2)						
大阪大学		1 (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 (1)
大手前大学	1
摂南大学	1
奈良教育大学	1
武庫川女子大学	4
合計 21大学	139人 (58)

※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。

7. 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、コミュニケーションを図るためにリーダー会議を月1回程度の定例会議とした。

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10参照。)

会議	日時	場所	内容	参加者
第1回	令和3年5月 2日(火)13: 00~12:30	Zoomにて	<ul style="list-style-type: none"> ・内閣府「地方創生SDGs官民連携プラットフォーム」への参加登録 ・関西SDGsプラットフォームへの参加登録 ・今年度実施したいこと(意見交換) ・国民生活web版7月号の執筆依頼について月号の執筆依頼 	4期生2名 5期生2名
第2回	令和3年7月 17日(土)10: 00~12:00	Zoomにて	<ul style="list-style-type: none"> ・新規活動 ・Web講座のTA及び動画撮影 ・企業交流会について ・今年度のボランティア活動 ・活動していなリーダー会メンバをもらうための方策 	4期生2名 5期生2名
第3回	令和3年8月 28日(土)17: 00~18:00	Zoomにて	<ul style="list-style-type: none"> ・リーフレットリーダーの決定(成年とwebゲーム) ・養成講座のTAに参加できる人の確定 ・消費者フェアに参加する件 ・Webゲームシステムの改善提案 ・今後のスケジュール 	4期生2名 5期生2名

第4回	令和3年9月 15日(水) 11:00~12:00	Zoomにて	<ul style="list-style-type: none"> ・ジレンマゲームの問題修正 ・養成講座の確認 ・消費者フェアからの依頼 ・リーダー会の広報活動 ・今後のスケジュール 	4期生2名 5期生2名
第5回	令和3年9月 20日(土) 12:00~13:30	Zoomにて	<ul style="list-style-type: none"> ・18歳リーフレット企画について ・広報部からの連絡、提案 ・今後のスケジュール 	5期生2名
第6回	令和3年9月 20日(土) 12:00~13:30	Zoomにて	<ul style="list-style-type: none"> ・企業×学生交流会のテーマ決め ・企業×学生交流会の担当者決め ・ワークショップのテーマ決め ・プログラムの工夫 ・登壇 企業 の選定 	
特別 (第7回)	令和3年10月 27日(水) 10:00~12:30	さかい新事業創造センター1階 多目的会議室+ Zoom	<ul style="list-style-type: none"> ○交流会ワークショップ事前研修 ・講師(大手門学院大学 大串先生) ・担当の確認 ・ワークショップ全体の流れの確認 ・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 ・声掛けの方法 ・注意事項の確認 ・グループワークに入るとき ・グループワークでのツール ・全体共有の方法確認 ・テーマについて意見交換 ・企業の参加方法について意見交換 	4期生1名 5期生2名
第8回	令和4年1月 5日(水) 10:00~11:30	Zoomにて	<ul style="list-style-type: none"> ・全国消費者フォーラムの確認 各自の動画内容 全体の繋ぎ 提出期限 リハーサルと本番 ・Web ゲームを授業で使う際の流れの確認 ・令和4年度における活動の希望、意見交換 	4期生2名 5期生2名
第9回	令和4年3月 12日(土) 10:00~12:00	Zoomにて	<ul style="list-style-type: none"> ・リーダー会議に初めて参加される方の紹介 ・活動報告 ・令和4年度における活動の希望、意見交換 	

8. 活動しないリーダー会学生への対策

リーダー会は、毎年養成講座及び本事業連携科目を受講しリーダー会に参加登録した学生によって構成されている。現在延 139 名（うち在校生 77 名）が登録している。しかし、卒業したり、登録してもリーダー会の活動に参加しない学生が多いのが実情である。積極的な活動を行っている学生は、全体の 2 割程度に過ぎない。例年 10 名前後で推移していることが多いが、今年度は 5 名の主要メンバーにより活動を担ってきた。この活層に関わる学生の減少については、昨年度の活動がすべてオンラインで実施になったことから、対面での学生間交流や企業、教員との交流が希薄となり、帰属意識が減退するのではないかということが危惧されていた。実際、今年度に入って、そのことが顕著になったと言える。

そこで、リーダー会議では、活動しないリーダー会の学生をどうすれば活動に参加するようになるかについて、意見交換を行った。そこで出された意見は以下のようなものがあった。次年度はさらに状況が厳しくなることが予想されることから、活動しない学生への対応については、今後も引き続き検討する必要がある。

- ・ちょっとした時間でもできることを伝える（その人の都合で参加できる）
- ・就活で使えるということを打ち出す

一方、企業×学生交流会でのグループファシリテーターについて、今年度は対面時のようにリーダー会の学生が担うこととしたことから、グループファシリテーターを担うリーダー会の学生が足りないことが現実問題として出てきた。そこで、対応策を検討した結果、以下によって対応することができた。

- ・今年度受講生の中からグループファシリテーターを担当したい学生を募る
- ・卒業したリーダー会メンバーに呼びかける

その結果、今年度の受講生から 2 名（実際に当日担当したのは 1 名）、卒業生 3 名がグループファシリテーターとして立候補があり、協力した。この結果は、苦肉の策であったが、反対に卒業した学生たちが現在もリーダー会につながっていることが分かり、改めて循環型のリーダー会の形ができていることの証左になったと言える。今後も積極的に卒業して社会人となったリーダー会の学生がリーダー会活動に参加できるような仕組みの構築が求められるだろう。

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は20名以上を目標としたが、最終的な認定者は37名で目標は達成し、昨年度比でも大幅に増加した。理由は、和歌山大学の科目「消費者市民と社会」の講座が対面で実施されたことから、最終授業にリーダー会の学生が出向き、リーダー会の活動を紹介し、リーダー会への登録と大阪府のリーダー認定について直接学生に呼びかけることができたことにある。昨年度はオンライン上での呼びかけで効果がなかったこととは対照的な結果となった。今後も、リーダー会への登録やリーダー認定登録については、リーダー会の学生が直接呼びかけることが重要である。

【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リーフレット等の企画・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、令和元年度、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。昨年度から、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。結果としては、和歌山県以外の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4)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4)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3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
武庫川女子大学	3
和歌山大学	34
合計 2大学	37人
1回生	17
2回生	13
3回生	5
4回生	1
不明※	1

※今年度までの認定者数は131名となった。

1期生	21人
2期生	19人
3期生	16人
4期生	28人
5期生	10人
6期生	37人
合計	131人

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

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、リーダー会で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る。

しかし、今年度の受講生にとってはコロナ禍で接会って話す機会がなく、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、実際にリーダー会が企画し実施するボランティア活動の中でも深く関わることができるプログラムを授業に組み込んで、リーダー会活動の目的や責任ある活動について直接の体験を通して、リーダー会への理科を深めてもらうこととした。そのためのボランティア活動として、「2種類のリーフレットづくり」を提供することとした。制作作業は、企画から最終的な完成までを担当してもらったために、極めてハードな作業となったが、ここで作られたリーフレットの現物や活用のされ方を見ることで、リーダー会が担っている役割の一端を見てもらうことができたと考えている。これまで新しい受講生には、企業×学生交流会の企画・運営を担当してもらうことを中心に行ってきたが、今後もニューノーマル時代のボランティア活動について方法を模索していく必要があるが、授業の中に組み込んで交流会以外にもボランティア活動体験をしてもらうことは、次のリーダー会メンバーの育成に必要不可欠になると思われる。

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	ボランティア回数延	参加学生
1	「そのときあなたはどうする？」ゲームコンテンツづくり	11月～1月	一般	「そのときあなたはどうする？」システム	「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	22	22
	「そのときあなたはどうする？」ゲーム改修、改修のためのコンテンツ修正	9月～10	一般	「そのときあなたはどうする？」システム	昨年度開発した「そのときあなたはどうする？」システム改善ための検討、改善ために登録コンテンツ修正	16	4

	名称	日時	対象	会場	内容	ボランティア回数延	参加学生
2	「Web版国民生活7月号」執筆	(5月～6月)	一般	—	「Web版国民生活7月号」の消費者教育活動事例紹介のコーナーへの執筆	6	3
3	18才成年年齢引き下げ啓発リーフレット作成	10月～12月	高校生	Zoom	高校生を対象とした成年としての責任の自覚や注意すべきことを促す啓発リーフレットを作成	70	6
4	Webゲーム「そのときあなたはど うする？」紹介リーフレット作成	10月～12月	小中高大教員、受講する児童生徒	Zoom	2020年度に開発したWebゲームを学校の授業や市民団体の人に使ってもらうために、目的・意義や使い方を紹介するためのリーフレットを作成	70	6
5	大阪府消費者教育リーダー養成Web講義動画撮影	事前準備 (PPづくり) 8/24、9/1	養成講座受講生	帝塚山学院大学	Web講座で学生リーダー会についての講義動画撮影	8	4
6	大阪府消費者教育リーダー養成Web講義TA	9/25,10/3,10/9,	養成講座受講生	Zoom	Web講座でオンタイム授業(3限、6限、9限)TAとして授業支援	17	14
7	大阪府消費者フェア	10月～11月 11/13～12/6	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、チラシ作成、主催者側との連絡調整	4	2
8	Web講座 企業×学生交流会	10/27, 11/6,11/20 事前準備 (PP・台本づくり)	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講座の中で企業×学生交流会を実施した。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)	28	14
9	和歌山大学「消費者市民と社会」	12/19	和歌山大学「消費者市民と社会」受講生	テクスピア大阪	第3回企業×学生交流会企画担当学生への支援、学生リーダー会登録及びリーダー認定申請の呼びかけ	4	2

	名称	日時	対象	会場	内容	ボランティア回数延	参加学生
10	大阪府立りんくう翔南高校家庭科授業支援 TA	1/26 (延期予定)	大阪府立りんくう翔南高校1年生徒	大阪府立りんくう翔南高校	大阪府立りんくう翔南高校家庭科の授業で、高1生を対象に、「そのときあなたはどうか？」ゲームを使って授業支援	8	4
11	日本消費者フォーラムでの発表	1/5、1/6～ 1/14、1/13 2/14、2/22 各自動画撮影	一般	Zoom	2/22開催の日本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企画、発表資料作成及び動画撮影、動画の一本化編集、リハーサル、本番	25	4
12	産経新聞取材	12/23	一般	さかい新事業創造センター内 W. WORKS	18歳成年年齢引き下げに伴い、リーダー会の活動紹介のための取材	4	4
	共同通信取材	2/23 (2/28)	一般	Zoom (府立鳳高校)	18歳成年年齢引き下げに伴い、リーダー会の活動紹介のための取材	2	6
13	大阪府審議会にて発表	11/1	大阪府審議会委員	大阪産業創造館	大阪府審議会でのリーダー会活動紹介	4	2
14	大阪府立鳳高校18歳成年年齢引下げリーフレット配布	2/28	大阪府立鳳高校3年生全員、教員	大阪府立鳳高校	リーダー会の活動紹介と18歳成年年齢引下げリーフレットを配布しての啓発活動	3	2
15	ホームページのツイッター発信	年間	一般	リーダー会ホームページ	ツイッターを強化	10	1
	学生リーダー会議	月1回程度開催 5/2、7/17、 8/27、 9/15、 9/20、 10/7、 10/27、 1/5、3/12	リーダー会	Zoom	学生リーダー会の会議。年間の活動について検討。実施のための役割決めや必要事項を準備。		

1. 消費者教育啓発 Web ゲームのシステム改修のための提案とゲームコンテンツの改修

(1) 改修のための提案

昨年度開発した Wev ゲーム「そのときあなたは どうする？」は、学校でのオンライン教材として活用できる開発した。今年度本格的に利用していただくために、大阪府教育委員会や府内校長会などのご意見を参考にして、リーダー会議で検討した結果、以下の点についてシステムを改修することを決めた。特に、教育委員会からの懸念として出されていた、担当教員の許可なく公開できないようにしてほしいとの要望については、今後、学校現場で活用していただくために必須と考え、取り入れることとした。

【Web ゲームシステムの改善点】

- ①ジレンマ問題に、「テーマ」、「消費行動」の項目を追加する
 - ・各項目の追加に伴い、問題のデータベース項目を追加する
 - ・「あそぶ」と「つくる」両方に項目を追加する
- ②「あそぶ」で項目を選択する際に、「すべて」と「その他」を追加する
- ③「つくる」で問題制作者独自のアンケート作成を選択できるようにする（管理画面）
- ④「つくる」で登録するとき、「公開」「非公開」を選べるが、これを、デフォルトで「非公開」しか選択できないようにして、管理画面で「公開」できるボタンをつけるようにする。その際、登録時に、「非公開」の下に後で公開できる旨のコメントを追加する
- ⑤Web ゲーム登録者を自動承認できるようにする（マスター管理画面）

大阪府「大学生期における消費者教育推進事業」

そのときあなたは どうする？ゲーム

プログラムを選ぶ

公開されたプログラムであそぶ

学生リーダー会作成 test1

質問のテーマを選ぶ

健康 環境 衣

食 住 詐欺(騙されない)

その他 すべて

質問の対象年齢を選ぶ

共通 子ども 若者

家族 高齢者(65歳以上) すべて

消費行動の場面を選ぶ

購入 利用 廃棄

その他 すべて

<<戻る 進む>>

※枠で囲った部分が新たに追加した項目。

(2) ゲームコンテンツの改修

上記①の項目追加によるシステムの改修にともなって、すでに登録されているリーダー会のジレンマ問題について、新しいフォーマットに合わせて2種類（テーマと消費行動）の項目の追加入力並びに内容の見直しを行った。

登録済みのジレンマ問題の見直し作業方法については、リーダー会議で検討し、登録されたジレンマ問題をダウンロードして、それらを一旦 google スプレッドシートに載せて、リーダー会で共有し、各自担当を決めて追加入力と内容の見直し作業を行った。スプレッドシートを使うことで、それぞれが修正したものが即時に共有されることから、作業の重複を避けたり、お互いの追加で入力した内容について確認することで、ゲームコンテンツの精査を効率的に図ることができた。

2. 「Web 版国民生活 7 月号」への執筆

4 月下旬に、国民生活センター広報部から、月 1 回刊行のウェブマガジンのウェブ版「国民生活」7 月号にリーダー会への執筆依頼がきた。同マガジンの「消費者教育実践事例集」への執筆である。リーダー会のホームページで Web ゲーム「そのときあなたはどうする？」を見ての依頼であった。依頼の内容は、リーダー会の活動概要、今回作成したゲームの完成までの経緯、具体的な内容についてで、課題や今後の展開等も触れたてほしいとのことだった。

今年度の活動指針が「リーダー会を有名にしよう！」ということから、全国的に情報発信できる機会として引き受けることとした。

(資料 11)

執筆依頼があった後のリーダー会議で、執筆の担当者を決めた。執筆は、昨年度の「全国消費者フォーラム」で、Web ゲーム「そのときあなたはどうする？」の発表動画の作成に携わった 2 名と今年度の代表の次の 3 名で担当することが決まった。

<執筆担当者>

- リーダー会の紹介・今後に向けて：長島 亘輝（代表）
- Web ゲームの完成までの経緯：藤井 優希（副代表）
- ゲームの紹介：中嶋 未歩（広報リーダー）



3. 「18 歳成年年齢引下げ」リーフレットの作成

2022 年 4 月 1 日より、明法の定める成年年齢を 18 歳に引き下げることを内容とする「明法の一部を改訂する法律」が施行される。そこで、リーダー会のボランティア活動の一環として、高校生を対象にした啓発活動として取り組むこととした。その手段としてリーフレットを作成す

ることとした。リーフレットを作成し高校生に配布することで、今年度の活動指針である「リーダー会を有名にしよう！」という目的にも適う。

リーフレット制作は、養成講座のカリキュラムの9限目「消費者教育啓発プログラムを考える」の中で、企画からリーフレット完成までをすべて受講生と一緒に取り組むこととした。すべてがオンラインで行われる中で、受講生がリーダー会に直接触れることが難しい環境を打破するために、リーフレットづくりという社会的責任のあるプログラムを共に体験してもらうこととした。

間近に迫った成年年齢引下げはまったなしで、これから18歳を迎えようとする高校生にとっては知らないことも多いことが想像できる。そこで、リーフレットを作成するにあたって最も検討したことは、少し前まで高校生だった大学生の目から見て、「何を伝えるべきか」であった。あれもこれもとすべて盛り込んでしまうと、本当に知っておくべきことがぼやけてしまう恐れがある。そこで、何を伝えるべきか、それをどう伝えるべきか、極めてシンプルに、分かりやすい言葉、かつ印象的に胸に刺さる言葉で、伝える項目は厳選して最小限にとどめること。まずは手に取ってもらえるよう見た目を工夫すること。これらの点を念頭に置きながら企画づくりを目指すこととした。

【企画から完成までの流れ】

「18歳成年年齢引下げ」リーフレットのリーダーは、米澤悠が担当。

- ①9限目「消費者教育啓発プログラムを考える」で、希望を聞いて担当する受講生を決める。
- ②担当する受講生とZoomのブレイクアウトルームで企画会議を行う。
- ③企画会議では、リーフレットの趣旨、目的について、リーフレットリーダーから説明する。
- ④趣旨、目的をもとに、リーフレットの全体像について意見交換し、対象、イメージ、色、絵と文字の割合、キャラクターは？、見せる項目数、フォント、文体、役割などについて、大枠を決めていく。
- ⑤9限目の終わりに他のリーフレット作成チームと情報共有し、それぞれ参考にする。
- ⑥リーダーが中心となって、各自担当部分を作成し、ゲラにまとめていく。打ち合わせはZoomやラインで行う。
- ⑦ゲラが完成したら、デザイナーがゲラをもとに第1校を作成。
- ⑧第1校をグループで検討し、ブラッシュアップしながら最終校にもっていく。
- ⑨少年法改正の部分について、弁護士の確認をもらう。
- ⑩完成したものを印刷。

本リーフレットづくりで最も大切にすることは、「選択」と「責任主体」であった。自分自身の選択によってその後の人生を左右するような出来事に巻き込まれる恐れがある、かもしれない。例えば、マルチ商法では、声をかけられて被害者になる可能性だけでなく、自分が友達に声をかけて誘うことで加害者になる可能性もある。その「選択」をするのはあくまで「自分だ！」ということ、高校生に強く伝えることとした。

一方で、高校生に配布するということは、自分たちで作ったリーフレットは公的メディアとして責任ある媒体となる。そのことを自覚して制作にあたることは難しい作業であった。特に、少

年法の改正の項で使う表現や言葉の使い方など、誤った表記があってはいけないからだ。大阪府から文言や表現について常に確認をいただきながら完成に至った。「その選択が人生を変える」というキャッチコピーは強い表現になっており、「消費」を狭い視点でとらえると強すぎるフレーズとなってしまうが、「消費」を広い視点でとらえると、先のマルチ商法で見るように人生を変えてしまうほどのことが身に起きる可能性があり、このキャッチコピーが胸に突き刺さる。学生たちは後者の選択をして、このキャッチコピーを表紙に持ってくることにした。これから成年になっていく高校生には突き刺さるメッセージになったと感じている。



「18歳成年年齢引下げ」リーフレット（資料12）

制作を担当した学生の感想は以下の通りです。

中村美月（6期生、武庫川女子大学）

「成年年齢引き下げ」のリーフレットを作成しました。作成のための話し合いは全てリモートで行われましたが、スムーズに会議を行うことができました。平日の午後10時など、対面では集まるのが難しい時間帯でも会議を行うことができる点が、リモート会議の最大のメリットであると感じました。

戸惑った点は、デザインや内容がある程度固まった段階で担当者の方から指摘が入ったことです。事前に担当者の方から、リーフレットのイメージを詳細にきくべきだったのかもしれませんが。リーフレットを作る際、先輩方は未熟な私の意見を受け入れ、尊重してくださいました。そのため、作成はとても楽しかったです。このたびは貴重な経験をさせていただき、ありがとうございました。

4. Webゲーム「そのときあなたはどのような？」紹介リーフレットの作成

「リーダー会を有名にしよう！」の一環として、昨年度制作したWebゲーム「そのときあなたはどのような？」を広く紹介するために、ゲーム紹介リーフレットを作成することにしました。本ゲームは、小中高校など学校の授業として使ってもらえるよう、システム開発時に授業で使うための工夫が随所に盛り込まれているためである。また、コロナ禍を機に小中高校にタブレットが一斉配布されたことによって学校現場で良質な教材用のICTコンテンツが求められるようになってきた。

リーダー会では、消費者問題を考える上で、このゲームを通して私たちの身近な暮らしの中の日々の「選択」に着目し、それを「選択のジレンマ」問題としてそれぞれの人たちの日々の消費

行動について見直す機会を提供している。ゲームは、作られた問題で遊ぶことによって考える場になる「あそぶ」と、その問題自身を自ら作成し作った問題で遊ぶことができる「つくる」の2つの機能をもっている。この「あそぶ」や「つくる」を通して、「日々の選択」が環境や人々の生活に密接にかかわっていることを学ことができる、という優れた消費者教育の教材であり、ICTコンテンツ教材でもある。

リーダー会のこうした思いを広く伝えるためにリーフレットづくりを行うこととした。

リーフレット制作は、養成講座のカリキュラムの9限目「消費者教育啓発プログラムを考える」の中で、企画からリーフレット完成までをすべて受講生と一緒に取り組むこととした。目的は、「18歳成年年齢引下げリーフレット」と同様である。

【企画から完成までの流れ】

Webゲーム「そのときあなたは どうする？」リーフレットのリーダーは、長島亘輝が担当。

- ①9限目「消費者教育啓発プログラムを考える」で、希望を聞いて担当する受講生を決める。
- ②担当する受講生とZoomのブレイクアウトルームで企画会議を行う。
- ③企画会議では、リーフレットの趣旨、目的について、リーフレットリーダーから説明する。
- ④趣旨、目的をもとに、リーフレットの全体像について意見交換し、対象、イメージ、色、絵と文字の割合、キャラクターは？、見せる項目数、フォント、文体、役割などについて、大枠を決めていく。
- ⑤9限目の終わりに他のリーフレット作成チームと情報共有し、それぞれ参考にする。
- ⑥リーダーが中心となって、各自担当部分を作成し、ゲラにまとめていく。打ち合わせはZoomやラインで行う。
- ⑦ゲラが完成したら、デザイナーがゲラをもとに第1校を作成。
- ⑧第1校をグループで検討し、ブラッシュアップしながら最終校にもっていく。
- ⑨完成したものを印刷。



Webゲーム「そのときあなたは どうする？」リーフレット（資料13）

本リーフレットづくりで最も大切にしたいことは、このゲームに取り組んだ児童・生徒がどんな学びをすることができるかを伝えたいと思ったことだ。「日々の選択」が周りの人に、周りの環境に、人々の生活に、どれほど密接に関わっているか。そのことを知って行動するのと、知らな

いで行動することがどれほどの違いを生むのか。それを小中高校の先生がたに知ってほしいと考えた。そのために、児童・生徒に、そして先生に、「みんなの選択で未来は変えられる」「さあ！これからの子ども達に希望を託そう！」という中面のメッセージによってこの学びで得られる子を表現した。

5. 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 5 項目を、4 人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で行われた。

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。撮影修了後には、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	長島亘輝 (5 期生、摂南大学 3 回生)
(2) 大阪府消費者フェアでの活動	浦谷拓弥 (2 期生、大和大学卒業)
(3) Web ゲーム「そのときあなたは どうする？」の開発	藤井優希 (4 期生、和歌山大学 3 回生)
(4) 交流会による啓発	青木竜也 (5 期生、関西大学 4 回生)
(5) ホームページによる広報	中嶋未歩 (4 期生、和歌山大学 4 回生)

6. 大阪府消費者教育学生リーダー養成講座の TA

養成講座では、昨年度の反省から、動画配信だけでなく、オンタイムの Zoom の講座を増やし、できるだけ顔の見える講座づくりを行うこととした。そのため、以下については、Zoom オンタイムでの講座として、リーダー会の学生がティーチングアシスタント (TA) として授業支援を行った。

【Zoom オンタイムでリーダー会が TA に入った講座】

講座	内容	リーダー会 TA
3 限目「活動を通じた消費者教育に関する手法を学ぶ①」	・Web ゲーム「そのときあなたは どうする？」で「あそぶ」を担当	
6 限目「活動を通じた消費者教育に関する手法を学ぶ②」	・Web ゲーム「そのときあなたは どうする？」で「つくる」を担当	
9 限目「消費者教育プログラム企画を考える」	・リーフレット企画づくりのグループワークを担当 ・18 歳とゲームの 2 つのグループ	
12 限目「振り返り」	・リーダー会メンバーとして今年度の受講生と一緒に振り返りを行った	

7. 大阪府消費者フェアへの参加

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、すべて 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。実際には、①リーダー会活動紹介動画の作成、②Web ゲーム「そのときあなたは どうする？」の提供、③Web ゲーム「そのときあなたは どうする？」の紹介チラシ作成で対応した。（資料 14）

<消費者フェアでの実施概要>

期 間 令和 3 年 11 月 13 日（土）～12 月 6 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 *パフォーマンスステージ：事前に収録した参加団体の活動を公開

*ハンドメイド（手づくりコーナー）：消費団体の手作り作品の制作プロセスを動画で紹介、くらしに役立つ情報

*知っとこ情報（パネル、情報、手づくりコーナー）：消費者啓発やくらしに役立つ情報などを動画で公開、レシピやぬりえなどのコンテンツを PFD で提供

*消費生活関連知識確認コーナー：中学生対象

*もずやんをさがせ！

配信した動画は、以下の 2 種類であった。チラシは、人手が足りない中で、リーダー会のラインで呼びかけたところ、リーダー会卒業生が協力を申し出てくれて、制作を支援した。卒業したリーダー会メンバーに対して、今後の在り方を検討する上で貴重な事例となった。

①リーダー会活動及び提供する Web ゲーム紹介	②Web ゲーム「そのときあなたは どうする？」
	 <p>https://www.aice-p.com/consumer/system/</p>

8. 和歌山大学後期集中授業「消費者市民と社会」での TA

< 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 19 日(日)
TA としての役割	<ul style="list-style-type: none"> ・リーダー会活動の事例紹介 ・リーダー会登録の呼びかけ ・第 3 回企業×学生交流会企画・運営を担当する人の呼びかけ（実際の体験談を交えて）
TA 参加学生	2 人（4 期生 1 人、5 期生 1 名）

9. Web ゲーム「そのときあなたは どうする？」授業支援

Web ゲーム「そのときあなたは どうする？」についていかに活用してもらうかについて、今年度のボランティア活動で検討を進めてきた。その一環としてリーフレットづくりがあった。一番の目的は、実際に授業で使ってもらうことであった。

嬉しいことに、今年度、大阪府立りんくう翔南高校の家庭科の授業で、Web ゲーム「そのときあなたは どうする？」を使った授業を行っていただくことが決まった。授業を行う際に、リーダー会の学生が TA として参加して、リーダー会の紹介やゲームの使い方を教えながら授業支援を行った。以下は、実際に参加した学生のレポートである。

りんくう翔南高校実験授業報告書

大阪府消費者教育学生リーダー会
4期生 藤井優希

○授業概要

- ・実施日：2022年2月14日（月）4時間目(10:50-11:40)
- ・対象：1年生「家庭基礎」受講者
- ・参画者：三島先生（りんくう翔南高校・家庭科教諭）、大阪府ギガサポーター、岡崎裕先生（和歌山大学）、中嶋未歩、藤井優希（大阪府消費者教育学生リーダー会）
- ・形態：高校の教室にて実施したが、リーダー会2名はZOOMから参加
- ・主題：主体的な消費者になるために
- ・目標：民法の改正による成年年齢引き下げに伴い、現在より早く法的保護の対象から外れることに

なる一般の高校生に対し、ICT教材の活用によってそれぞれの消費行動を見直し、より積極的な市民として自立するための自覚と資質を育てる

○授業スケジュール

- 00:00 基調提案（三島先生）
00:05 授業趣旨並びに背景（成年年齢引き下げ、消費者教育の必要性など）の説明（岡崎先生）
<学生リーダー会によるICT授業>
00:15 リーダー会の紹介とシステムの説明－①
00:20 HP上で体験「あそぶ」－①
00:25 意見交換→ワークシート配布、一人1問3回答作成、ゲームとして登録－②
00:35 登録された全ての問題にシステムを通じてランダムに回答→意見交換－②
00:45 フィードバック入力→（時間があれば）総括－②
00:50 終了挨拶（三島先生）

*役割分担

- ①中嶋未歩 ②藤井優希

○リーダー会担当箇所の授業内容

- 1、リーダー会の紹介と「そのときあなたはどのようにする？」ゲームの説明
- 2、「あそぶ」
 - ・スライドや実際の画面を共有しながら遊び方を説明
 - ・高校生が実際に「あそぶ」を体験
- 3、「つくる」
 - ・ワークシート（資料15参照）を生徒に1人1枚ずつ事前配布

ヒント：食を取り巻くキーワード

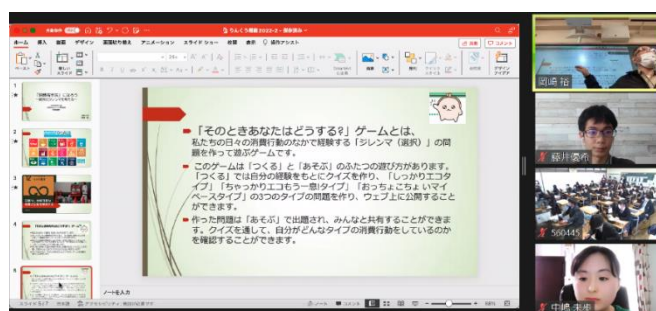


- ・ワークシートの空欄を埋めてジレンマ問題を作る個人ワーク
 - *右画像のようにキーワードをヒントとして提示
- ・作成した問題をゲームの「つくる」で入力
 - *授業時間内でここまで到達した生徒は2名のみ

以下の2項目については、授業終了時間が迫っていたことから、岡崎先生から簡単に案内していただき、授業終了後に、生徒さんたちが各自の興味に基づき実施することになった

- 4、クラスメイトが作った問題で「あそぶ」
- 5、アンケート入力

(参考)
授業の様子



○感じたこと

- ・初めての高校での授業で不安もあったが、和気藹々としたクラスの雰囲気もあり楽しく終えられた
- ・ZOOMからの参加ではあったが、大きなトラブルなどはなく終えることができた
- ・クラス内のITスキルの差が予想以上に激しかったため、各自の進捗に大きな差が出てしまった
→しかし、ZOOMでの参加では各自の進捗はほとんど確認できず、進行の難しさを感じた
- ・時間が足りず、最後まで行き着くことができなかつたため、授業時間(50分)の短さを実感した

○改善提案

- ・手順書の作成：操作手順をまとめた手順書を作成し、授業時に配布
→タブレット操作の得手不得手による進捗の差をフォローする一手段
→各自で進捗に応じて手順を確認しながら進めることも可能となり、スムーズに授業を進められる
- ・アイスブレイクの導入：グループやペアで自分の消費行動について振り返る等
→「あそぶ」(受け身)と「つくる」(主体)のギャップに戸惑い、問題を考えてくださいと言っても何をしたらいいのか迷っている生徒が多かったと感じた
→急遽、キーワードをいくつか並べたスライドを作成・共有したがあまり反応は良くなかつた
→アイスブレイク後に問題を考えるようにすると思えばよくなるのではないかと考える
- ・ジレンマ問題の説明の工夫：タイプの意味等の説明をよりわかりやすく、また、問題の具体例の充実
→高校生は「ジレンマ問題」や各タイプについて初めて聞き、理解が追いついていない印象を

受けた

→高校生という新たな啓発対象に対し、どんな点に気を付けながら説明すると良いか検討が必要

・説明簡略化のための工夫：説明内容のブラッシュアップと重複箇所の削除

→説明を時短し、実際のワークにかける時間をできる限り増やすため

TAとして参加した学生の感想は以下の通りである。

中嶋 未歩（4期生）

リーダー会の説明と遊ぶの説明を担当しました。

遊ぶ時の操作に生徒が手間取ってしまっている様子で、予定していた時間を大分オーバーしてしまいました。そのせいで作った問題について意見交換をする時間を取れなかったので、リーダー会の説明をもう少し短くしてもよかったかなと感じました。

オンラインでの参加だったので、話がきちんと生徒に伝わっているのか、理解してくれているのか、興味を持って聞いてくれているのか反応が分かりづらく不安な気持ちが大きかったです。次また高校で授業をする機会があれば直接出向きたいなと強く感じました。

今回は初めての高校での授業ということもあって、こちら側も生徒側も不慣れな部分がたくさんあり、うまくできなかった部分が目立ってしまったかもしれません。次同じような授業をやる時は、説明をできるだけコンパクトにするように心がけ、実習や意見交換の時間を多めに余裕を持って取るようにすればもっと円滑に進むのではないかと感じました。

10. 全国消費者フォーラムでの動画による分科会発表

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。昨年度は採択されたものの中止となった。今年度は、コロナ禍の中、すべて動画でのオンライン開催が決まり、発表者の募集があった。リーダー会では、昨年度発表できなかったwebゲーム「そのときあなたは どうする？」についての内容を、今年度も継続して発表することを願った。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、昨年度に引き続き、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、提供を始めてから1年経つことから、ゲームの活用についても発表に組み込むこととした。（資料16）

発表前の2月14日には、Zoomの接続テストと発表当日の発表の流れを確認するためのリハーサルが行われた。当日の発表者である代表の長島君が参加した。

発表当日は、発表者の代表として長島君が動画の後の補足説明、質疑応答への回答を行った。

<発表者一覧>

1. リーダー会について	長島亘輝（代表、5期生）
2. リーダー会活動紹介	長島亘輝（代表、5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、2種類（つくる、あそぶ）で構成	藤井優希（4期生）
②「つくる」、「あそぶ」の説明	中嶋未歩（4期生）
③利用の効果及び今後への期待	米澤悠（5期生）

<スケジュール>

日程	摘要	内容
11月20日	企画会議	動画の役割分担、話す内容の決定
1月5日	企画会議	各自、動画の内容を共有し、全体の流れを確認 （各自2～3分程度、12分以内）
1月5日～13日	各自動画撮影	各自で動画を Zoom で作成
1月13日	動画提出期限	各自で撮影した動画を提出。 長島君が、動画を1つに編集
1月14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14日	動画提出	国民生活センターへ提出
2月14日	リハーサル	Zoom 接続テストと流れの確認（長島）
2月22日	全国消費者フォーラム	発表当日（長島）

<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、教材、ICT コンテンツ
主旨	<p>大阪府消費者教育学生リーダー会は、2016年に大阪府「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。現在まで101名が登録。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。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自分の消費行動について考えてみませんか！」というもの。</p> <p>昨年度、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。従来対面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。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されることを期待している。本ゲームのねらい、今年度のシステム改善、利用実績、今後について紹介する。</p>

< 発表動画一覧 >

<p>タイトル</p> <p>令和3年度全国消費者フォーラム</p> <p>参加型オンライン啓発プログラムの 開発と提供を始めて</p> <p>令和4年2月22日</p> <p>大阪府消費者教育学生リーダー会 JACCY 長島 巨輝、藤井 優希、中嶋 未歩、米澤 悠</p>	<p>1. リーダー会について</p> <p>リーダー会で大切にしていること</p> <p>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。 そのことを実感し、 行動につなげていくことを目指す。</p>
<p>2. リーダー会活動紹介</p> <p>消費者教育学生の活動(4つの柱)</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 企業×学生交流会の開催 ② ボランティア活動の実践 ③ 学生リーダー会議 ・活動により適宜集会 ④ リーダー会専用ホームページ等による情報発信 	<p>3 ①ゲームの主旨・目的</p> <p>Webゲーム「そのときあなたははどうする?」と</p> <p>ゲームの構成</p> <ul style="list-style-type: none"> ① つくる ・ 選択のジレンマに関する問題を作り、あそぶで出題 ② あそぶ ・ 3択問題を5問回答 ・ 4つの属性と7つのテーマカテゴリー設定 ・ 最後に3つの消費行動のタイプを提示 ・ 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品!タイプ
<p>3 ② 「つくる」、「あそぶ」の説明</p> <p>生徒が「公開する」を選んでも、最終的に管理者側で「公開する」にチェックを入れないと問題は公開されない</p>	<p>3 ③ 利用の効果及び今後への期待</p> <p>webゲームの利用効果</p> <p>大阪府消費者リーダー会養成講座にて、受講者にゲームの作成をお願いしました。</p> <p>(意見) ・ 今まで何気なく行動していたことがSDGsに関わっていることが分かった。 ・ 自分が作成したゲームを小学生にってもらえるので作り甲斐がある。 ・ どの選択が正しいかではなく他の選択肢があることを知れてよかった。</p> <p>webゲームは作り手も遊び手もSDGsの12目標に向けての意識を変える手段になる。</p>

フォーラム当日に発表者として参加した学生の感想は以下の通りである。

フォーラムの参加についての報告書

長島巨輝

2/22 フォーラムの発表を zoom で参加した。
 印象 100名以上の参加者いた。 20分ほどだったが、皆さんしっかりと聞いてくださっていた印象。拍手をしていただいた方もいた。感心していただけた。
 質問では、リーダー会についてと web ゲームについてふたつ尋ねられた。
 リーダー会の質問では「何年続いているのか」
 Web ゲームについては「ゲームを作る際に苦労した点」
 苦労した点に関しては、質問に沿うような回答ができなかったことが心残りだった。
 答えたかった内容：

問題を作るためには、「現在世の中でどんな選択肢があるのか」ということを軸に考えなければならない。そのために自分が生活においてどんな行動をしていたか、詳細に思い出さなければならない（例：買い物をする時や、何の乗り物で行こうか考える時、人から勧められたものを自分に取り入れる時）。重要なのはこの選択に自分が立ち会ったときに、「その選択を行った事実」だけでなく、「その時の自分の感情」も思い出すことだ。

その選択肢は「本当に自分が好んで選んだ選択」なのか、それとも「本当はもう一つの選択肢を選びたかったけれど、楽だからこっちを選んだ」のかでは、同じような問題でもかなり意味合いが変わってくるからである。

私の感じたことだが、選択のジレンマとあるが、ジレンマは単に「選択」だけでなく、「問題作成における文章の書き方」にも発生しているのではないかと考えられる。理由は問題の伝え方や、問題作成者の価値観によって、捉え方や意味が異なるからだ。そのようなことも意識しながら、これから問題を作ってみたり、クイズに挑戦したりしてみたい。

フォーラムの最後、第一部のファシリテーターの方が、まとめとして各団体の評価をする時間があった。その方は、私たちの発表中にあった「その選択が人生を変える」という言葉にすごく感銘を受けたというお話をしてくださった。この言葉を使用するにあたって、はじめはリーフレットの作成に協力してくださっていた大人の方に反対されていたが、フォーラムで公式的に認められたと思うととても誇らしいと感じた。成年年齢引き下げのリーフレットを作成したグループに感謝したい。

1.1. マスメディアへの取材対応

今年度は、産経新聞社と共同通信社2社から取材依頼があった。「リーダー会を有名にしよう！」の観点から、取材を受けることとした。

取材内容は、2社いずれもが、2022年4月1日からの「18歳成年年齢引下げ」に関する各地域の活動についての紹介記事を掲載したいとのことであった。今後も積極的にメディアへの発信を行っていき、リーダー会の活動を知ってもらおうきっかけとしたい。

<取材>

日時	取材元	記事の掲載（資料17）
令和3年12月23日 10:00~12:00	産経新聞社	令和4年1月3日朝刊 ・本テーマについて近畿の各地域で行われている活動紹介 ・リーダー会については、リーダー会の紹介と18歳成年年齢引下げリーフレットを作成したリーダー会の思いを紹介 ・オンラインニュースでも掲載 https://www.sankei.com/article/20220102-OI2YQG3YPJMIXGBHDRJB3LTMR4/

		
<p>令和4年2月23日 10:00~12:00</p>	<p>共同通信社</p>	<p>未定</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本テーマについて全国各地で行われている活動紹介 ・リーダー会は、リーダー会についてと大阪でのリーフレット作成について紹介 ・府立鳳高校で高3生全員にリーフレット配布を行い思いを伝えている様子、校長先生の話など

1 2. 大阪府消費者保護審議会での活動紹介

大阪府消費生活センターからの依頼で、大阪府消費者保護審議会でリーダー会の活動紹介を行うこととなった。今年度、審議会委員の多くが新しく就任されたとのことで、改めてリーダー会の活動について委員の方に紹介した。3年前にも同様の依頼があったが、今回で2回目となる。

紹介した内容は、①リーダー会について、②リーダー会の活動状況についてである。すでに6期生を迎えているリーダー会の組織及び継続した活動状況、具体的に実績してきたボランティア活動の数々について具体的に紹介した。

委員の一人でもある岡崎先生から、その時の様子を伺ったところ、リーダー会の発表した後は委員会の空気が一変し、リーダー会の活動に対して大きな関心を寄せられたとのことだった。ここでも情報発信の大切さを実感した。(資料18)

<発表者>

- 長島亘輝 (代表、摂南大学3回生)
- 藤井優希 (副代表、和歌山大学3回生)

1 3. 高校でのリーフレット配布

今年度作成した「18歳成年年齢引下げ」リーフレットについて、大阪府立鳳高校から高校3年生全員に配布したいとの依頼があった。「リーダー会を有名にしよう!」の観点から、配布を受けることとした。

配布時期は、卒業式の前日の2月28日に配布された。リーフレットの配布にあたっては、校長先生から事前に、配布するだけでは生徒に響かないため、説明文のようなものを用意してほしいとの要望が出ていた。そこで、リーフレットリーダーである米澤君に、リーフレットに込めた思いを文章にしてもらい、それを配布時に読んでいただくことにした。実際には、リーフレットの内容についての説明文を要望されていたようだ。しかし、内容についてはそれぞれ読み手の受け止め方で異なるだろうが、製作者としての一番伝えたい思いは、必ず相手に届いてほしいとの思いから、米澤君が提供した文章は、その思いが詰まった文章になっている。

2月23日に共同通信社の取材を受けた際に、リーフレットが配布される時の取材を行うことを知り、リーダー会の学生も高校に出向きたいとの申し出があり、許可を得た。

配布当日は、直接学生が参加することができたために、先生が文章を読み上げるのではなく、直接思いを伝えることができた。



<当日の参加者>

- 長島亘輝（代表、摂南大学3回生）
- 米澤悠（18歳リーフレットリーダー、和歌山大学3回生）

今年度は、コロナ禍の関係で直接高校へ出向くことができないことが予想されたため、高校でリーフレットを配布いただくときに、リーダー会としての作り手の思いを伝えるメッセージを作成し、手渡すことにしていた。実際には直接高校へ出向いて配布することができたため使わなかったが、内容は以下であった。

<18歳成年年齢引下げリーフレット 配布時に伝えたいメッセージ>

初めまして。「大阪府消費者学生リーダー会ってなんだろう?」、そもそも「誰だろうか?」って思うかもしれませんが、リーダー会というのは「消費者教育の研修を受け大阪府でリーダー認定された大学生で構成する消費者教育・啓発活動をするボランティア団体」です。僕はその団体の一員の和歌山大学の学生です。今回、私たち大阪府消費者教育学生リーダー会が作成した「18歳成年年齢引き下げリーフレット」を鳳高校の皆さんに配布できることを、とてもうれしく思っています。私たちは、このリーフレットを制作するにあたって、自分たちが高校生だった頃の気持ちを思い出し、多くのことを考え、感じながら作成しました。今日は、その中でも特に皆さんに伝えたいことをお話したいと思います。

鳳高校の皆さんに伝えたいことは2つです。1つ目は今、皆さんは転換期に立っているということです。

2022年4月から成年年齢が18歳に引き下げられます。このことを聞いてもピンとくる方は少ないかもしれません。しかし、成年年齢引き下げによって、18歳になると親の許可なく携帯電話、家や車までもが買えてしまうと考えると、18歳からできることが多くなることに気づくのではないのでしょうか。つまり、18歳から親の許可なく一人で契約するができるようになるということです。そこで注意してほしいことが、新しく契約をできるようになった成年を狙う悪い大人がいることです。未熟で知識のない成年を騙してお金を稼ごうとする業者がいます。リーフレットには具体例として、マルチ商法、定期購入トラブル、少年法改正を載せました。中でも、マルチ商法は、被害者になることも多いのですが、友達を勧誘することで加害者になる可能性のある怖い仕組みです。

伝えたいことの2つ目がリーフレットの赤字で書いてある「選択するのは自分である」ということです。悪い業者に騙されないように自分が責任を持って選択しないといけません。選択を誤ると何万円もお金をだまし取られる可能性があります。このリーフレットに載っていない問題もまだまだあります。そこで常に自分が責任主体になるということを強く意識してほしいと思います。

最後に、もし少しでもこのような啓発活動に興味を持ってもらえる人がいましたら、大学生になって大阪府消費者学生リーダー会にぜひ入って、私たちと一緒に活動して欲しいと思います！このリーフレットが、少しでも皆さんの心のどこかに響くことを願っています。ありがとうございました。

18歳成年年齢引下げリーフレットリーダー 米澤悠

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と対面での開催

(1) Zoom による交流会開催

今年度も対面での交流会企画が実施できないことから、昨年度に引き続き、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。昨年同様、2回の交流会の開催をプログラムした。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。

<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、に加え、企業のことをもっと知りたいという昨年度受講者からの要望を組み込み、昨年度行わなかった企業の基調講演を20分と短い時間ではあるが実施した。また、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）、日本ヒーブ協議会から協力を得て多くの企業の方に交流会に参加いただいていることから、企業の簡単な活動紹介を行っていただくこととした。ただ、時間の関係上、Zoom 内のチャットの機能を使って、企業紹介を行っていただいた。

<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。今年度もそれに倣った。ただ、より具体的なテーマにしたいことから、第1回の「住」は、コロナ禍で在宅ワークが広がったこともあり「ICTと住」とした。第2回は、食品ロスの問題をより具体的に考えてもらうことと、コロナ禍で個別対応を余儀なくされることから食に伴うロスも顕在化してきたことから「食品ロスと食に伴うロス」に決まった。テーマが1つであったことから、チーム分けも円滑に行うことができた。オンラインで行う場合は、チーム分けを円滑に行うことは重要な要素の1つであることから、参加者には、事前に参加登録をお願いした。

交流会	メインテーマ
第1回	ICTと住
第2回	食品ロスと食に伴うロス

<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リーダー会によるグループ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した。ただ、昨年度実施したグループワークファシリテーターの当日参加者による担当については、グループワークが円滑でないとの意見も多く、今年度は廃止した。代わって、今年度はこれまで採用していたリーダー会メンバーがグループファシリテーターを担当し、当日のグループワークの流れを共有した上で各グループのワークショップを行うこととした。

問題が1つあり、当日リーダー会メンバーがすべてのグループのファシリテーターを担当するためのメンバー数が不足することから、受講生と卒業したリーダー会OB・OGに協力を依頼した。その結果、受講生1名、卒業生3名から協力を得ることができた。この結果から、循環型のリーダー会の形が機能していることが分かった。

<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に対して、昨年度実施したものの今年初めて担当する学生もいることから、今年度も、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。

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。中でも、ワークショップでの意見交換を活性化できるようグループワークのテーマをどう伝えていくかについて、多くの時間を割いて意見交換を行った。趣旨がうまく伝わらないと意見交換も盛り上がらないし、まとめるのも難しくなるためである。

開催日	2021年10月27日(水) 10:00~12:30
場所	さかい新事業創造センター 多目的会議室
講師	大串 恵太(追手門学院大学)
研修内容	<ul style="list-style-type: none"> ・Zoomを利用したワークショップについて ・ブレイクアウトルームの使い方 ・参加意識を高めるための工夫 ・参加した人への注意事項のアナウンスについて ・全体ファシリテーターの役割 ・グループファシリテーターの役割と役割の伝え方 ・資料の提示の仕方 ・グループで話し合った内容をまとめる手法 ・グループ分けの方法 ・テーマの設定と伝え方
採用した内容	<ul style="list-style-type: none"> ・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 ・参加してきた人に対する注意事項は、Googleスライドのトップページ

	<ul style="list-style-type: none"> ・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 ・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 ・企業紹介は、時間短縮のためチャットで行う ・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 ・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
反省点を次に生かす	<ul style="list-style-type: none"> ・今年度は Zoom での交流会も 2 年目となることから、運営は前年度より円滑におこなうことができた。 ・円滑に実施できた理由の 1 つとして、グループファシリテータをリーダー会が担当し、事前にテーマやワークショップの進行方法について確認した後に担当することが円滑な運営につながった。 ・企業紹介をチャットで行ったが、今後さらに検討していきたい。

(2) 対面による第 3 回交流会の開催 (中止)

交流会を対面で開催したいとの要望は、昨年度からも大きかった。今年 10 月頃からコロナの感染状況が低く抑えられている状況が続いていた。そこで、2022 年 1 月下旬に以前のように、リーダー認定式を含む第 3 回交流会を開催することを急遽追加することとした。結果的には、1 月に入ってコロナの感染が急拡大し、まん延防止防止等重点措置がとられることになり、直前に中止することになった。以下は、第 3 回交流会の企画を進めた内容について記載する。

第 3 回交流会は、時期的に和歌山大学の科目の受講生が交流会企画と当日の運営を担当してきたことから、今回も同様の対応とすることとした。そこで、12 月 19 日 (日) に和歌山大学の授業の最終日に、和歌山大学の授業を受けて一昨年度に第 3 回交流会企画・運営を担当した経験のあるリーダー会の学生が TA として参加し、自らの体験を伝え、交流会企画・運営にみずから立候補してほしいと呼びかけた。その結果、4 名の学生から参加申出があり、第 3 回交流会の担当者として協力することが決まった。

授業終了後に、和歌山大学の学生 4 名に加えてリーダー会の学生 2 名が企画支援に入り、交流会の企画内容について検討を行った。テーマは「衣」と決まっていることから、どんなアプローチをするのか、意見交換した。その結果、以下の企画内容となった。その後、担当を決めて、企業への依頼も学生が行うことを確認した。


決まった企画内容は以下である。

テーマ	衣
目的	現代人にとって眠りは極めて大きなテーマであることから、眠りやすい寝巻や寝具の選び方を知る。また、眠りについて研究されている西川様の知見を学び、眠りについて考える。
企画コンセプト	寝具と眠りに関わる環境を考える
企画を考えた背景	<ol style="list-style-type: none"> 1. 「衣」をテーマとした場合、断捨離やリサイクルといったルートと、自分自身の身体に直接かかわる部分ということで、何を身につけるかと健康の問題は関係があるのではないか？ 2. 健康を考える中でも睡眠は、各自が自分の問題として考えやすい 3. 睡眠は極めて現代人的な課題となっているテーマ 4. 自分にとっての健康について睡眠を通して考えることができる
企画内容	<ol style="list-style-type: none"> 1. 枕や寝具を製造されている西川様では、「ねむりの相談所」なども設けておられて、睡眠は、西川様にとって、大きなテーマになっているだろうこと 2. また眠りについて研究されているだろうことから、そうしたお話を聞かせていただく中で寝具を含め眠り全体の環境を考えたいこと 3. 1566年から続く企業であることから、500年引き継いでいる大事にしていることなどがあれば、是非聞きたい！ 4. 「ねむりの相談所」はなぜやっているのか、その理由も伺いたい 5. 西川様は、寝具や枕を提供されることで睡眠の入り口をケアされると共に、眠りの相談など、眠りについて考える睡眠の出口のケアをされているその思いを伺いたい
登壇いただきたい企業	西川株式会社
ワークショップのテーマ	正しい知識をもって健康になろう～自分ならどうするかを考える
テーマを決めた理由	質のよい眠りを作りだ出せる部屋・空間とは？」として、初めに参加者それぞれの眠りについて意見交換した後に、布団、枕、パジャマ、音楽や香りなどの空間など、質の良い眠りを作り出せる空間についてグループで意見交換し、情報を含めそれらを手に入れるためには、消費者、生産者がどのようにすればよいのかを考えます。

その後、岡崎先生からのご提案で、泉大津市で毛布等を製造されている「日の出毛織株式会社」にもご登壇いただくことが決まった。

(3) 第1回企業×学生交流会

第1回交流会

日時	令和3年11月6日(土) 13:30~15:00																														
会場	Zoomにて																														
テーマ	ICTと住																														
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) グループファシリテーター：藤井優希(和歌山大学、4期)、米澤悠(和歌山大学、5期)、中村美月(武庫川女子大学、6期)、藤原舞人(和歌山大学卒業、1期)、上田ことみ(和歌山大学卒業、1期)、岡橋拓摩(大和大学卒業、3期生)																														
参加者チェックイン	テーマ「コロナで一番変わった生活は何？」																														
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」	(導入) コロナ禍において、日々の生活とICTの関わり方はどう変化したか? (メインテーマ) ポストコロナとして、ICTの活用によるより良い生活とは?																														
	 <p>令和3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」 第1回企業×学生交流会 2021年11月6日(土) 13:30-15:00 Zoomにて開催</p> <p>大阪府消費者教育学生リーダー会主催 第1回 企業×学生交流会 2021年11月6日(土) 13:30-15:00 Zoomにて開催</p> <p>第1回テーマ 住とICT</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: 中嶋未歩(和歌山大学)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1 13:30(5)</td> <td>交流会の趣旨説明</td> <td>大阪府消費者教育学生リーダー会副代表 藤井優希(和歌山大学)</td> </tr> <tr> <td>2 13:35(2)</td> <td>岡崎先生のお話</td> <td>岡崎裕(和歌山大学)</td> </tr> <tr> <td>3 13:37(5)</td> <td>参加企業のご紹介 (Zoom内のチャットでは、企業のご紹介もあり ます)</td> <td>消費生活関連専門家会議(cocavi)9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(ncsc)4社 日本ヒーブ協議会1社</td> </tr> <tr> <td>4 13:42(5)</td> <td>参加者チェックイン 「コロナで一番変わった生活は何？」</td> <td>全員</td> </tr> <tr> <td>5 13:57(10)</td> <td>今日のテーマ趣旨説明</td> <td>大阪府消費者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 13:57(13)</td> <td>企業による事例紹介</td> <td>パナソニック株式会社 田中義雄氏 (公益社団法人消費者関連専門委員会(CACAP)会 員企業)</td> </tr> <tr> <td>7 14:10(30)</td> <td>グループワーク</td> <td>全員</td> </tr> <tr> <td>8 14:40(15)</td> <td>全体共有&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>9 15:00</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19参照。</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 13:30(5)	交流会の趣旨説明	大阪府消費者教育学生リーダー会副代表 藤井優希(和歌山大学)	2 13:35(2)	岡崎先生のお話	岡崎裕(和歌山大学)	3 13:37(5)	参加企業のご紹介 (Zoom内のチャットでは、企業のご紹介もあり ます)	消費生活関連専門家会議(cocavi)9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(ncsc)4社 日本ヒーブ協議会1社	4 13:42(5)	参加者チェックイン 「コロナで一番変わった生活は何？」	全員	5 13:57(10)	今日のテーマ趣旨説明	大阪府消費者教育学生リーダー会4期生 中嶋未歩(和歌山大学)	6 13:57(13)	企業による事例紹介	パナソニック株式会社 田中義雄氏 (公益社団法人消費者関連専門委員会(CACAP)会 員企業)	7 14:10(30)	グループワーク	全員	8 14:40(15)	全体共有&まとめ	各グループ代表者 中嶋未歩(和歌山大学)	9 15:00	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 13:30(5)	交流会の趣旨説明	大阪府消費者教育学生リーダー会副代表 藤井優希(和歌山大学)																													
2 13:35(2)	岡崎先生のお話	岡崎裕(和歌山大学)																													
3 13:37(5)	参加企業のご紹介 (Zoom内のチャットでは、企業のご紹介もあり ます)	消費生活関連専門家会議(cocavi)9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(ncsc)4社 日本ヒーブ協議会1社																													
4 13:42(5)	参加者チェックイン 「コロナで一番変わった生活は何？」	全員																													
5 13:57(10)	今日のテーマ趣旨説明	大阪府消費者教育学生リーダー会4期生 中嶋未歩(和歌山大学)																													
6 13:57(13)	企業による事例紹介	パナソニック株式会社 田中義雄氏 (公益社団法人消費者関連専門委員会(CACAP)会 員企業)																													
7 14:10(30)	グループワーク	全員																													
8 14:40(15)	全体共有&まとめ	各グループ代表者 中嶋未歩(和歌山大学)																													
9 15:00	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	29人	大阪府講座受講生2 和歌山大学講座受講生27
リーダー会	6人	1期生2、3期生1、4期生2、5期生1、(6期生1)

企業	12人	ACAP:ハウス食品(株)、株式会社コンシェルジュ、住友生命保険相互会社、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)、カスタマーケアプラン NACS:研究会2、湖池屋、西日本支部長 日本ヒーブ協議会:第一生命
大学	1人	和歌山大学1
その他	2人	大阪府消費生活センター1、事務局1
合計	49人	グループ分け7班

<第1回交流会の様子>

0. 事前準備

1時間前

- ・担当者事前ミーティング開始
- ・グループファシリテーターの役割を確認
- ・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人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お伝えする

5分前

- ・マイクをオフ、ビデオをオン
- ・Zoom の表示名を「名前・所属」に変更をお願い
- ・Google スライドへのアクセス方法の確認

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であることを伝え、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：藤井優希（リーダー会副代表、和歌山大学）

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

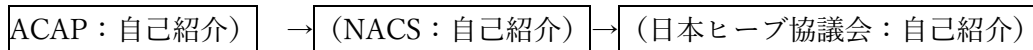
いて紹介した。

3. 岡崎先生よりご挨拶

今年度も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。企業からは、自己紹介の後、それぞれの企業紹介を
チャットにて送信いただいた。



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、氏名・所属・回答の順

お題は、

「コロナで一番変わった生活は何？」

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、「住と ICT～新たな生活様式と ICT との関わり～」についてであることを伝えた。

グループは、こちらで割り当てさせていただい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

・各グループには、リーダー会のメンバーがグループファシリテータを務める

・グループでは、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、テーマについて趣旨説明を行った。

今回、グループワークのテーマは、導入とメインテーマの2つを設定しました。導入の「コロナ禍において、日々の生活とICTの関わり方はどう変化したか？」では、コロナ禍で日々の生活のICTとの関わりで変化のあったことについて、企業・学生それぞれの立場から感じることを簡単にグループ内で共有していただきます。その後、メインテーマ「ポストコロナとして、ICTの活用によるより良い生活とは？」に移り、企業・学生はそれぞれICTとどう向き合い、活用していくべきなのか、また私たちの生活はどう変わっていくのかを話し合っていました。

グループワークを始める前に、私たちがこのテーマにした理由や背景について、企業そして学生の状況についてご紹介した。

新型コロナウイルス感染拡大以降、私たちの生活とICTはより深くかかわるようになりました。企業ではリモートワークが増え、DX推進が進められるようになり、採用活動もオンラインでやる機会が増えました。また、学生も、オンラインで授業を受けることが多くなり、新入生歓迎会といったイベントもオンラインが主流となり、また就職活動もオンラインが多くなりました。

そんな中、企業が実際に取り組んでいるICT化はどのようなものなのでしょうか。

ここからは、約10分間の企業様の事例紹介に入った。

今回ご講演いただくのは、パナソニック株式会社の田中義雄様です。今回、田中様はこのワークショップのお時間は残念ながらご都合が合わないということで、事前に動画でご紹介を頂いております。今回は皆様にはその動画をご覧ください。また、チャットで資料を配布いたしますので、ぜひご覧ください。田中様は交流会終了後のお時間ならご参加いただけるとのことなので、交流会終了後に質疑応答の時間を設けております。こちらは任意参加ですが、田中様へ質問がある方はぜひ残っていただければ幸いです。

パナソニック株式会社 田中義雄様の動画「ICTによる生活の変化～パナソニックの取組を通じて」を流す。

続いて学生の事例紹介を行った。

私たち大学生は、新型コロナウイルス感染拡大以降、オンラインでの授業が増え、大学に行く機会も以前より少なくなりました。このグラフは、2021年夏時点での、大学生の1週間の登校日数のアンケート結果を示したものです。このグラフをご覧くださいと、入学したばかりの1年生では、1週間に1日も登校していない学生が9.4%、1日だけ登校している学生が14.6%、2日登校している学生が15.3%と、合計実に4割近くの学生が週に2日以下しか大学に通えていないのです。また、2年生に至っては1日も登校していない学生が18.3%、1日だけ登校している学生が15.8%、2日登校している学生が16.2%と、実に半数の学生が週

に2日以下しか大学に通えていません。

ここから、比較的履修科目が多いと考えられる1・2年生でもほとんど大学に通えていない学生が少なくないということが分かります。

アンケートでの学生の声を見てみると、オンライン授業に対してプラスの意見、マイナスの意見の両方が見られました。まずは、プラスの意見を一部ではありますが見ていきたいと思います。（意見を読み上げる）このように、見直しができることや、世界の学生と繋がれること、楽なことという理由からプラスに捉えている意見が見られました。

それに対し、マイナスの意見もあります。（意見を読み上げる）このように、友人関係がうまく作れないこと、課題が多くて疲弊してしまうことという理由からマイナスに捉えている意見が見られました。

また、大学生にとってとても大事な就職活動も、最近はオンライン化が進んでいます。株式会社ディスコが行った、全国の主要企業に対する調査では、インターンシップの実施がほとんどオンライン、オンラインが多いと答えた企業は4割にものぼります。

また、就職活動中の学生へのアンケートでは、オンラインでの就職活動にメリットを感じる、どちらかというともメリットを感じると答えた学生が70%、デメリットを感じる、どちらかというともデメリットを感じると答えた学生が15%でした。

オンラインでの就職活動に関しても、プラスとマイナス両方の意見がありました。まずは、プラスの意見を見ていきます。（意見を読み上げる）このように、移動時間や交通費がかからない、地元から離れた企業も受けられるという理由からプラスに捉えている意見が見られました。

マイナスの意見を見ていきます。（意見を読み上げる）このように、コミュニケーションの取りづらさや、本来の自分が伝わらない不安、獲得できる情報量の少なさといった理由からマイナスに捉えている意見が見られました。

ここからグループワークに入るが、改めて先ほどのグループワークの注意点を確認した。

この後、全員が7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


7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) 第2回企業×交流会

第2回交流会

日時	令和3年11月20日(日) 13:30~15:00																														
会場	Zoomにて																														
テーマ	食品ロスと食に伴うロス																														
担当	総合司会：藤井優希(和歌山大学、4期) メインファシリテーター：長島亘輝(摂南大学、5期生) グループファシリテーター：藤井優希(和歌山大学、4期)、中村美月(武庫川女子大学、6期)、藤原舞人(和歌山大学卒業、1期)、上田ことみ(和歌山大学卒業、1期)、岡橋拓摩(大和大学卒業、3期生)																														
参加者チェックイン	テーマ「あなたが見たことがある、または経験したことがある食品ロスについて教えてください。」																														
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」	(導入) 日々の生活の中で、食品ロスや食に伴うロスについて目にしたこと、経験したことについて (メインテーマ) たちはどのような行動をすればこれらの問題は解決するのか?																														
	 <p>第2回企業×学生交流会 2021年11月20日(土) 13:30-15:00 Zoomにて開催 第2回テーマ 食品ロスと食に伴うロス</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>時間</th> <th>プログラム</th> <th>司会</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1 13:30(5)</td> <td>交流会の趣旨説明</td> <td>司会：長島亘輝(摂南大学) 藤井優希(和歌山大学)</td> </tr> <tr> <td>2 13:35(2)</td> <td>岡崎先生のお話</td> <td>大阪府消費者教育学生リーダー実行代表 藤井優希(和歌山大学)</td> </tr> <tr> <td>3 13:37(5)</td> <td>参加企業のご紹介 (Zoom内のチャットでは、企業のご紹介もあり 実演)</td> <td>消費者関連専門家会議(ACAF)8社 日本消費者生活外資企業コンサルタント 相談員協議会(ACC)4社 日本ヒーブ協議会1社</td> </tr> <tr> <td>4 13:42(5)</td> <td>参加者チェックイン 「食品の廃棄について日々感じていること やあなたが見たこと経験したことのある 食品ロスは何?」</td> <td>全員</td> </tr> <tr> <td>5 13:57(10)</td> <td>今日のテーマ趣旨説明</td> <td>ファシリテーター: 大阪府消費者教育学生リーダー実行代表 長島亘輝(摂南大学) ACAF西日本支部支部長 神宮宇直氏 シノクサ食品株式会社 大阪いずみ市民生活協同組合 松浦昭人氏 協議会(和歌山県)消費者関連専門家会議(ACAF) 会 長(長島)</td> </tr> <tr> <td>6 13:57(13)</td> <td>企業による事例紹介</td> <td></td> </tr> <tr> <td>7 14:30(30)</td> <td>グループワーク</td> <td>全員</td> </tr> <tr> <td>8 14:40(15)</td> <td>全体共有&まとめ</td> <td>各グループ代表者 長島亘輝(摂南大学)</td> </tr> <tr> <td>9 15:00</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19参照。</p>	時間	プログラム	司会	1 13:30(5)	交流会の趣旨説明	司会：長島亘輝(摂南大学) 藤井優希(和歌山大学)	2 13:35(2)	岡崎先生のお話	大阪府消費者教育学生リーダー実行代表 藤井優希(和歌山大学)	3 13:37(5)	参加企業のご紹介 (Zoom内のチャットでは、企業のご紹介もあり 実演)	消費者関連専門家会議(ACAF)8社 日本消費者生活外資企業コンサルタント 相談員協議会(ACC)4社 日本ヒーブ協議会1社	4 13:42(5)	参加者チェックイン 「食品の廃棄について日々感じていること やあなたが見たこと経験したことのある 食品ロスは何?」	全員	5 13:57(10)	今日のテーマ趣旨説明	ファシリテーター: 大阪府消費者教育学生リーダー実行代表 長島亘輝(摂南大学) ACAF西日本支部支部長 神宮宇直氏 シノクサ食品株式会社 大阪いずみ市民生活協同組合 松浦昭人氏 協議会(和歌山県)消費者関連専門家会議(ACAF) 会 長(長島)	6 13:57(13)	企業による事例紹介		7 14:30(30)	グループワーク	全員	8 14:40(15)	全体共有&まとめ	各グループ代表者 長島亘輝(摂南大学)	9 15:00	閉会	藤井優希(和歌山大学)
時間	プログラム	司会																													
1 13:30(5)	交流会の趣旨説明	司会：長島亘輝(摂南大学) 藤井優希(和歌山大学)																													
2 13:35(2)	岡崎先生のお話	大阪府消費者教育学生リーダー実行代表 藤井優希(和歌山大学)																													
3 13:37(5)	参加企業のご紹介 (Zoom内のチャットでは、企業のご紹介もあり 実演)	消費者関連専門家会議(ACAF)8社 日本消費者生活外資企業コンサルタント 相談員協議会(ACC)4社 日本ヒーブ協議会1社																													
4 13:42(5)	参加者チェックイン 「食品の廃棄について日々感じていること やあなたが見たこと経験したことのある 食品ロスは何?」	全員																													
5 13:57(10)	今日のテーマ趣旨説明	ファシリテーター: 大阪府消費者教育学生リーダー実行代表 長島亘輝(摂南大学) ACAF西日本支部支部長 神宮宇直氏 シノクサ食品株式会社 大阪いずみ市民生活協同組合 松浦昭人氏 協議会(和歌山県)消費者関連専門家会議(ACAF) 会 長(長島)																													
6 13:57(13)	企業による事例紹介																														
7 14:30(30)	グループワーク	全員																													
8 14:40(15)	全体共有&まとめ	各グループ代表者 長島亘輝(摂南大学)																													
9 15:00	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	21人	大阪府講座受講生 4 和歌山大学講座受講生 17

リーダー会	6人	1期生2、3期生1、4期生2、5期生1、(6期生1)
企業	13人	ACAP:ハウス食品(株)、株式会社コンシェルジュ、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、一般社団法人大授 NACS:研究会3、西日本支部長 日本ヒーブ協議会:第一生命
大学	1人	和歌山大学1
その他	2人	大阪府消費生活センター1、事務局1
合計	43人	グループ分け7班

<第2回交流会の様子>

0. 事前準備

1時間前

- ・担当者事前ミーティング開始
- ・グループファシリテーターの役割を確認
- ・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人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お伝えする

5分前

- ・マイクをオフ、ビデオをオン
- ・Zoom の表示名を「名前・所属」に変更をお願い
- ・Google スライドへのアクセス方法の確認

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であることを伝え、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：藤井優希（リーダー会副代表、和歌山大学）

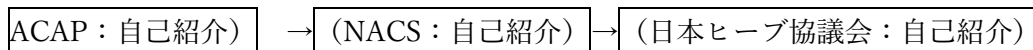
主催者であるリーダー会を代表して、交流会の趣旨説明とリーダー会のこれまでの実績について紹介した。

3. 岡崎先生よりご挨拶

今年度も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。企業からは、自己紹介の後、それぞれの企業紹介を
チャットにて送信いただいた。



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、入力する際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、氏名・所属・回答の順

お題は、

「あなたが見たことがある、または経験したことがある食品ロスについて教えてください。」

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、「食品ロスと食に伴うロス～問題解決への糸口を探る～」についてであることを伝えた。

グループは、こちらで割り当てさせていただい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、テーマについて趣旨説明を行った。

今回、グループワークのテーマは、導入とメインテーマの2つを設定しました。導入の「食品ロスが数年前から言及されている中で総合的に改善はされた？orされていない？」では、企業・学生それぞれの立場から感じることを簡単にグループ内で共有していただきます。その後、メインテーマ「社会にスポットを当てて、食品ロス・食品に伴うロスをなくす改革アイデアを考えよう！」に移り話し合ってください。

まず、このテーマを選んだ理由から説明します。アルバイトの経験がきっかけです。キッチンでパスタを作る際に、盛り付けを間違えた場合、会社のルールでは直ちに破棄しなければいけない。このことが知らず知らずのうちに見についていたのか、家でもパスタを作っている際に、茹ですぎた麺をいつものように捨てようとして、母に「何しているの！」と言われ、はっとしたことがあった。この経験について、バイト先の店長やアルバイトの人に話し、飲食店でのフードロスについて問いかけたところ、「アルバイト一人の声ではシステムは変えられない」「フードロスに取り組むためにはお金が必要となる」と言われてしまった。

今回問題だと気づいた点は3つあります。①食べられるのに捨てる場合の問題で、これは飢餓の問題につながります。②捨てることで生じる環境汚染の問題は、ごみを燃やす際に出る温室効果ガスの問題につながります。③エネルギーの無駄の問題は、生産するときに使うエネルギー問題につながります。

さらに、新型コロナウイルスの感染拡大をきっかけに問題視されはじめた「食に伴うロス」についても考えてみました。感染や密を避ける為に、①バイキングでの感染対策のための手袋が利用されるようになり、それがプラスチックごみの新たな廃棄につながっています。②学校給食やイベントが中止されて食品の取引が減ったことで、大規模な食品ロスが発生するようになりました。

こうしたことを考える中で、「現在、企業が取り組んでいるし「食品ロス」や「食に伴うロス」ってどんなことだろう？」と知りたくなりました。

そこで、グループワークを始める前に、企業が実際に取り組んでいる「食品ロスと食に伴うロス」はどのようなものなのかについて、ご紹介いただきます。

ここから、約10分間の企業様の事例紹介に入った。

今回ご講演いただくのは、ACAPから、ACAP西日本支部長でハウス食品株式会社の神宮字慎様、そして、いずみ市民生活協同組合の松浦昭人様です。では、神宮字様、続いて松浦様、よろしくお願いたします。

ここからグループワークに入るが、改めて先ほどのグループワークの注意点を確認した。

この後、全員が7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

7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。

(5) 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う予定だった。しかし、コロナ禍で第3回交流会は中止されたことから、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3年度 認定者数	37人 (2大学)
------------	-----------

(6) 企業×学生交流会6年間のテーマ

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3年度 交流会テーマ>

テーマ	年度回	担当企業	ワークショップテーマ
住 住とICT～新たな生活様式とICTとの関わり～	R3 第1回	パナソニック株式会社	ポストコロナとして、ICTの活用によるより良い生活とは？
食 食品ロスと食に伴うロス	R3 第2回	大阪いずみ市民生活協同組合	社会にスポットを当てて、食品ロス・食品に伴うロスをなくす改革アイデアを考えよう！
衣	R3 第3回 (中止)	西川株式会社 日の出毛織株式会社	寝具と眠りに関わる環境を考える

<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人前をつけよう!
	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～罪恶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、劣化してしまっって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、「リーダー会を有名にしよう!」ということで、ツイッターでの発信強化を図った。

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/



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

学生リーダー会辞典



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

2021.11.22 **発表**

「全国消費者フォーラム」の第1分科会「持続可能な社会の実現に向けた取組み」で学生リーダー会のメンバーが消費者教育啓発Webゲーム「そのときあなたは どうする?」について、発表します！（オンライン開催）

2022.2.8 **作成物**

啓発活動の一環として、2種類のリーフレットを作成しました。

- 「そのときあなたは どうする?」ゲームの紹介リーフレット
- 18歳成年年齢引下げについての啓発リーフレット

2022.1.3 **掲載**

1月3日【令和4年の関西】消費者トラブル防げ「18歳成人」控え各府県が啓発・産経ニュースに、学生リーダー会活動の活動が掲載されました！

2021.11.22 **発表**

「全国消費者フォーラム」の第1分科会「持続可能な社会の実現に向けた取組み」で学生リーダー会のメンバーが消費者教育啓発Webゲーム「そのときあなたは どうする?」について、動画での発表が採択されました！

2021.11.20 **イベント**

令和3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）

2021.11.6 **イベント**

令和3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）

2021.10.14 **イベント**

内閣府「地方創生SDGs官民連携プラットフォーム」で分科会が承認されました。テーマは、「大学生と考える『消費者市民社会の実現に向けて私たちは何ができるか?』」です。分科会は、11月末～2月末の間で、検討会2回と「そのときあなたは どうする?」ゲーム大会を実施予定です。すべてZoomでの開催です。

2021.9.17-11.30 **講座**

令和3年度大学生のための消費者市民大学「大阪府消費者教育学生リーダー養成講座(Web)」を開催します。（受講生募集中！）

2021.7.16 **掲載**

日本生活センターの月刊誌Web版『国民生活』の「消費者教育実践事例集」に、学生リーダー会活動の消費者教育啓発Webゲーム「そのときあなたは どうする?」が掲載されました！

2021.07

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3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」の受託事業者に採択されました！

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！

シェアする ツイート シェア LINEで送る

@consumer_aliceのツイート

大阪府消費者教育学生リーダー会

2022年4月から成年年齢が引き下げられるから、タイムリーな講演や、オンラインなのでぜひ参加してほしい！
<https://twitter.com/kyotoshohisen/status/1489116646644289537>

2022年2月5日

大阪府消費者教育学生リーダー会さんがツイートしました

消費者庁 子どもを事故から守る!

【窒息や誤嚥のリスク！】ピーナッツ、炒り豆、枝豆等の豆類、アーモンド等のナッツ類などの狭くてかみ砕く必要のある豆やナッツ類は、5歳以下の子どもには食べさせないでください。兄弟が食べていて欲しがってても、与えないで！豆まきは個包装されたものを使うなどの工夫を。
caa.go.jp/policies/polic...

2022年1月28日

大阪府消費者教育学生リーダー会

Twitterのフォロワーを増やす方法を知りたい

2022年2月5日

大阪府消費者教育学生リーダー会

■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？」「何をかうか？」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、ゲームを通し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「10 全国消費者フォーラムでの動画による分科会発表」の項で紹介したが、今年度、情報発信の一環で全国消費者フォーラムでの分科会発表に申請し、採択された。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。

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、今後も作っていききたい。

3. 新聞取材での活動紹介

前述の第2章第5節「11 マスメディアへの取材対応」の項で紹介したが、今年度は、「リーダー会を有名にしよう！」という活動指針を立てたことから、積極的な情報発信を行うこととした。その一環として、新聞社からの取材に積極的に対応することとした。

リーダー会の活動を広く知ってもらうために、マスメディアに掲載されることの効果は大きい。実際、1月3日の産経新聞の取材を見たであろう共同通信社から、1月中旬に取材申し込みが舞い込んだ。有名になることで協力者を増やし、自立化基盤を固めるためには、今後も新聞などに注目されるような取り組みを積み重ねていくことが重要となる。

4. 大阪府消費者保護審議会でのリーダー会活動紹介

前述の第2章第5節「12 大阪府消費者保護審議会での活動紹介」の項で紹介したが、大阪府からの依頼で大阪府消費者保護審議会にて、リーダー会の活動紹介を行った。

審議会の委員でもリーダー会の活動を知る人が少なかったと聞いている。リーダー会の活動の周知を図る前に、本事業についても関係が深い会議の委員の皆様にもリーダー会の存在やその活動について理解いただくことは、極めて重要であると考えている。今後も機会があれば、積極的に報告していきたい。

5. 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、昨年度から本取組をすべてオンライン上で実施することから、今年も引き続き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。ニューノーマル時代を見据え、今後もこうした対応の効果にも注目していきたい。

種類	内容	配布先
「養成講座」募集チラシ	9/17～12/25の養成講座の募集用チラシ	・チラシを作成し、PDFをホームページに掲載 ・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 ・消費者庁ポータルサイトに養成講

		<p>座の案内及びチラシ（PDF）を掲載</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大阪府ホームページにより公募 ・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 ・AICE 会員大学へメール送信 ・コンソ大阪へメール送信し、会員大学へ案内
--	--	---

6. 事業のホームページによる広報

本事業の成果や、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。

本事業のホームページ

<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 大阪府消費者教育学生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

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、令和3年度の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3年度

2021.8.17 **講座**
令和3年度大学生のための消費者市民大学「大阪府消費者教育学生リーダー養成講座（Web講座）」の受講生を募集します！

2021.07 **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3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、消費に関するシ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 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！

2020.07 **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！

どなたも？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
2030年に向けて世界が合意した「持続可能な開発目標」です

12 つくる責任 つかう責任

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。

7. リーフレットによる広報

今年度、リーダー会のボランティア活動の一環として、Web ゲーム「そのときあなたは どうする？」紹介リーフレットと「18歳成年年齢引下げ啓発」リーフレットの2種類を作成した。前者は、リーダー会が、消費者市民社会の実現に向けて中心的テーマに置いている「選択のジレンマ問題」を考慮してもらうため昨年度開発したシステムを、広く利用してもらうためにゲームの内容を紹介したものである。後者は、2022年4月1日から施行される「18歳成年年齢引下げ」について、消費の観点から高校生に向けて啓発するためのものである。

配布先についてどうするのか検討したが、ゲームについては小学校から高校、大学、一般の方まで広く利用してほしいと考えているが、18歳成年年齢引下げについては、高校生を対象としたものであることから、今年度は、まずは高校に向けて配布したいと考えた。配布に先立ち、1月4日の府立高校校長会にて、大阪府消費生活センターから2つのリーフレットについてご紹介いただき、今年度中に配布させていただくことが決まった。そこで、印刷の準備が整った3月に各リーフレット3部ずつを府内の府立高校150校並びに府立支援学校42校に配布することとした。

「第3章第5節13 高校でのリーフレット配布」でも触れたが、府内全高校の配布に先立ち、府立鳳高校の高校3年生全員に配布を行った。これは、府立高校校長会で本リーフレットをご覧になった校長先生から依頼されたものである。今後、お送りしたリーフレットをご覧になった高校が、18歳成年年齢引下げリーフレットだけでなく、ゲームの紹介リーフレットをご覧になり、授業でもWebゲーム「そのときあなたは どうする？」を活用いただくようになることを期待している。Webゲーム「そのときあなたは どうする？」リーフレットについては、今後は、小学校、中学校にも配布を広げていきたい。

8. 関西 SDGs プラットフォームへのイベント掲載

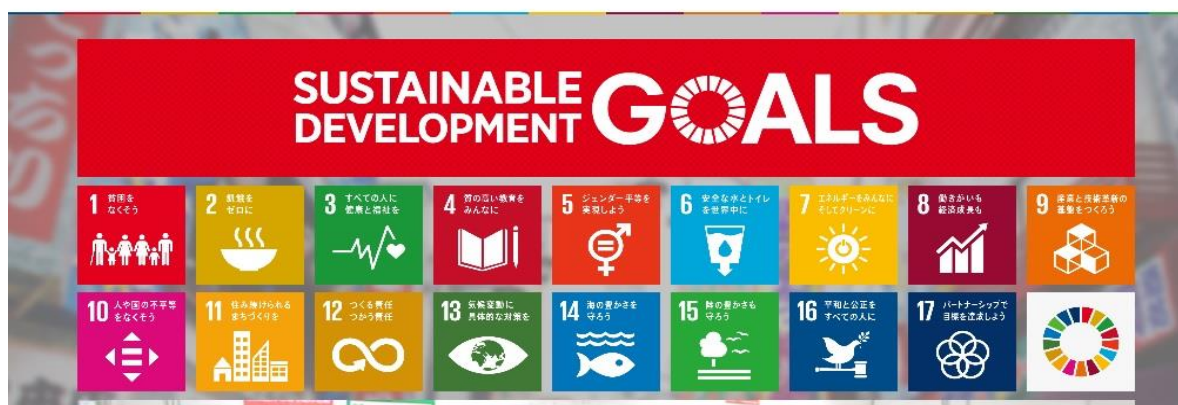
本事業の共同企業体の1つである産学協働人材育成機構 AICE は、関西 SDGs プラットフォームの会員であることから、本事業で実施している「養成講座」並びに「交流会」について、本プラットフォームのホームページ上のイベントページに掲載するとともに、同内容のメールマガジンでの配信を行ってきた。今年度は、リーダー会が本プラットフォームに登録し、直接情報発信を行った。（資料8）

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/>





9. 「内閣府地方創生 SDGs 官民連携プラットフォーム」での分科会設置

本事業の共同企業体の1つである有限会社ダブル・ワークスに、内閣府から「内閣府地方創生SDGs 官民連携プラットフォーム」への参加登録を呼びかけるメール以前から届いていた。リーダー会議で検討した結果、本プラットフォームに参画し、分科会を設置することを決めた。ただ、本フォーラムは法人格をもつ団体しか登録できないことから、有限会社ダブル・ワークスが本フォーラムに登録し、学生リーダー会を主メンバーに立てて分科会を設置することとした。

分科会を開催するにあたり、協力企業であるACAP、NACS、日本ヒープ協議会に参加協力をお願いしたところ、本プラットフォームは登録した団体しか参加できない制約があることから、協力をお願いした団体には本プラットフォームに登録いただくことが必要となることから、3団体すべてから今年度の対応は難しいとの回答があった。今年度、11月頃より分科会を年3回程度開催する予定で計画していたが、今年度の実施を断念し、次年度から再度分科会を立ち上げることにした。

【分科会企画】（資料20）

<p>分科会の目的</p>	<p>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」において、「消費者市民社会」が新しく定義されたことで、これまでの被害にあわないための消費者教育だけでなく、生産者と消費者が持続可能な社会の実現に向けて共に努力していこうという、未来の社会に対して責任ある消費行動が求められることになった。このことは、SDGs12番目の目標「つくる責任 つかう責任」でも示されている。そこで、本分科会では、「消費者市民社会の実現」をメインテーマとして、生産者と消費者、そして行政等と一緒に、未来の地球や社会に対してそれぞれができることについて議論を深め、それを行動につなげていくことを目指す。本分科会では、「大阪府消費者教育学生リーダー会（大学生による消費者市民社会の実現に向けた消費者教育・啓発活動</p>
---------------	--

	の担い手組織。以下、「リーダー会」と記す。)」が主体となって会議を企画運営する。
分科会で解決したい課題	生産者、消費者、行政それぞれが、地球や社会の未来に対してできることは何か？
分科会のもとで行う具体的な活動等	活動概要：メインテーマ「消費者市民社会の実現」に向けて、実現するための両輪である生産者、消費者それぞれができることについて、大学生と共に楽しく一緒に議論を深め、それを行動につなげていく。
活動1： 検討会	実施内容：地球や社会の未来に対して何ができるか？について、企業、大学生、行政、市民団体等が共に意見交換するための検討会を設置する。 年度内の実施回数、実施頻度（予定）：2か月に1回（年3回程度）予定 実施場所：Z00mにて実施
活動2：Web 啓発ゲーム「その ときあなたはど うする？」で遊 ぼう！	実施内容：リーダー会が2020年度に開発した消費者教育啓発Webゲーム「そのときあなたはどうする？」を使って、自らの消費行動についてのジレンマ問題を考えるゲーム大会を開催する。 (https://www.aice-.com/consumer/student_leader/game.html) 年度内の実施回数、実施頻度（予定）：1回 実施場所：Zoomにて実施
① 期待される 成果 (アウトプ ト)	<ul style="list-style-type: none"> ・産官学地域それぞれの立場で、それぞれが地球や社会の未来に対してできる生産活動や消費行動について具体的に考える ・生産者と消費者がお互いの立場について理解を深める ・産官学地域が共に議論しあいつながりができることで、具体的な行動につなげていく足掛かりができる ・それぞれの立場で具体的にできることを宣言する
資金・物資計画	<p>(想定される費用項目・必要物資とその負担者を記載) ※金額は記載しないでよい</p> <p>特になし</p>

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、3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3「講座修了申請フォーム」内）検証は、この6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	R3	合計
受講生回答数	21	18	17	3	7	3	69

【Q1 本講座をどのように知ったか】	H28	H29	H30	R1	R2	R3	合計	割合
チラシ	0	2	1	0	2	0	5	7%

友達の口コミ	4	0	2	0	0	0	6	9%
先生や大学関係者	16	15	12	2	3	3	51	74%
その他	1	1	2	0	2	0	6	9%

【Q2 受講動機(いくつでも可)】	H28	H29	H30	R1	R2	R3	合計	割合
講義内容	10	7	5	2	6	3	33	48%
自己啓発	6	4	2	0	4	0	16	23%
資格認定	12	12	9	2	2	2	39	57%
消費者教育について知りたかった	9	5	4	1	3	1	23	33%
消費者教育のスキル	5	4	5	1	3	0	18	26%
リーダー会活動に興味	5	1	3	0	1	1	11	16%
リーダー会活動に参加したい	2	3	1	0	1	0	7	10%
他大学の先生の講義	0	2	0	0	3	0	5	7%
大学以外の社会人講師の講義	2	3	1	0	1	0	7	10%
他大学の学生や社会人と知り合う	4	3	4	0	3	0	14	20%
ボランティア活動がしたい	1	3	3	0	3	3	13	19%
その他	1	0	2	0	0	0	3	4%

【Q3 受講して良かったこと(いくつでも可)】	H28	H29	H30	R1	R2	R3	合計	割合
普段の大学講義と異なる体験	14	10	7	1	5	3	40	58%
消費者教育の重要性が理解	11	9	9	1	6	2	38	55%
消費者教育学生リーダーの認定	8	9	3	0	2	0	22	32%
消費者教育のボランティア活動	7	2	1	0	2	1	13	19%
他大学の先生の講義	2	4	9	1	4	0	20	29%
大学以外の社会人講師の講義	7	3	8	1	3	0	22	32%
消費者教育学生リーダーの自覚	2	3	3	0	4	0	12	17%
他大学、大学以外の人との交流	10	7	3	2	0	1	23	33%
他大学の学生とのチーム活動	4	2	1	0	2	1	10	14%
その他	0	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。
- H29
- ・消費者教育について以前より知識を得られました。
 - ・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、話をすること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	R3	合計	割合
よくわかった	2	2	1	1	5	2	13	19%
わかった	16	16	15	1	2	1	51	74%
あまりわからなかった	3	0	0	0	0	0	3	4%
まったくわからなかった	0	0	1	0	0	0	1	1%
その他	0	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	R3	合計	割合
よくわかった	2	4	1	1	7	3	18	26%
わかった	16	13	14	2	0	0	45	65%
あまりわからなかった	3	0	1	0	0	0	4	6%
まったくわからなかった	0	0	0	0	0	0	0	0%
その他	0	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。
 - ・時間が無い。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て残念だった。
 - ・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。
- R3
- 動画の長さがまちまちすぎる点。できれば動画の長さのある程度そろえてほしい。

【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ぬ。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。
 - 個人として行な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と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人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いいと思いました。
 - ・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。
- H30
- ・こらからの社会にとって、必要になると思います。
 - ・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と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。
- R3
- ・学生が活動を行うことで、同世代の人たちが興味を持ってくれるのではないかなと思う。よりたくさんの人に知ってもらえるような活動をしたい。
 - ・同じ世代の学生が消費、SDGsについて考え、ボランティアの企画運営をしているというお話を聞く事ができてとても刺激になりました。こういった活動をしている学生がいることをもっと多くの人に知ってもらいきっかけがあると良いと思います。
 - ・社会全体として知っておかなければいけないのにあまり知られていないことも多くみられるので広く知ってもらうためにも必要なことだと考える。

【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けないといけない。
 - ・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、最初から伝えておくべき。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。
- R3
- ・著作権侵害や転売といった消費者のせいで発生する問題についての啓発活動を行ってもいいのでは、と思った。
 - ・リーダー会として活躍している学生に刺激を受けたと共に私自身もリーフレットの作成などを通じて消費者としての行動を見直すことができました。これからもここでの学びを日々の生活に生かし、周りの人々に少しずつでも広めていきたいと思います。

(2) 効果の検証 (平成 28、29、30、令和元、2、3 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(74%)。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。

(受講動機)

- ・最も多かったのが「資格認定」(57%)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」(48%)、「消費者教育について知りたかった」(33%)「消費者教育スキル」(28%)、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6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、昨年度から、「講義内容」に興味を持って参加した学生が90%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。あるいは、教員が消費者教育という切り口で学生に声をかけていただいている可能性もある。今後の様子を見守りたい。
- ・「リーダー会活動に興味」(16%)、「ボランティア活動がしたい」(19%)、「他大学の学生や社会人と知り合う」(20%)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」(58%)、「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」(32%)、「大学以外の社会人講師の講義」(32%)、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。
- ・受講してよかったこととして、他大学の先生の講義、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」(58%)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。交流会でも同様の傾向がみられるが、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。

(不満だった点)

- ・動画の時間がまちまちで、受講のしにくさを指摘している学生がいた。受講用のホームページでも動画の時間をもっとわかりやすく伝えることも必要なことが分かった。

(消費者教育普及・啓発活動)

- ・学生が行っている活動ということで、刺激を受けた学生がいた。
- ・学生が活動することで他の学生に伝わりやすいのではないかと、学生が活動を行っていることに意義を見出している学生もいた。
- ・本取組そのものの重要性に気づき、社会全体の問題として捉えていた学生もいた。本事業の目的が学生にしっかりと伝わっていることが分かる。

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6年間で振り返ってみる。

（1）効果の検証（平成28、29、30、令和元、2、3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。

今年度も、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、アンケートもオンラインでの回答となった。昨年度に比べ、極端に回収率が悪くなっている、特に、企業からのアンケート回収率が悪くなっており、今後の協力の呼びかけを工夫する必要がある。

今年度の結果を含め、この6年間で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」(64%)
 - ・「企業の消費者の配慮を知ることができた」(46%)、「企業活動の多様な側面を知ることができた」(42%)
- と、企業に興味を持ち、企業を知る機会になってることが分かる。

【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」(36%)、「時間が短かった」(30%)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」(24%)と、昨年度より数字が少し好転しているのは、企業紹介を入れたことが関係しているだろうが、時間が短かった分、不満も根強いことが分かる。
- ・進行に対しても「進行がスムーズでなかった」(6%)が昨年度より大きく改善した。グループファシリテータをリーダー会の学生が担当したことが功を奏したと思われる。
- ・テーマについても「テーマが話しにくかった」(18%)、「他のテーマについても話したかった」(15%)と昨年度より増えているが、他のテーマにも興味を持ってもらったことについては感心を持ってもらえたということでもよかった。テーマの話にくさについては、ファシリテーターとともにワークショップでの説明の仕方にさらなる工夫が必要であることが分かった。

<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、変化をみるときに、割合で比較することとした。

【回答数】

	H28	H29	H30	R1	R2	R3	合計
企業 回答数	29	24	28	44	17	3	145
学生 回答数	39	47	24	54	61	33	258

【Q1 本交流会をどのように知ったか】

【企業】	H28	H29	H30	R1	R2	R3	合計	割合
チラシ	0	0	0	0	-	-	0	0%
友達の口コミ	3	2	1	0	-	-	6	5%
所属団体からの誘い	18	18	26	38	-	-	100	79%
HP	1	0	0	1	-	-	2	2%
その他	8	4	1	6	-	-	19	14%

【学生】	H28	H29	H30	R1	R2	R3	合計	割合
チラシ	1	3	2	2	-	-	8	5%
友達の口コミ	16	4	7	1	-	-	28	17%
先生や大学関係者	12	28	14	46	-	-	100	61%
HP	0	1	0	1	-	-	2	1%
その他	9	11	2	4	-	-	26	16%

【Q2 参加動機】

【企業】	H28	H29	H30	R1	R2	R3	合計	割合
交流会の内容	9	7	12	24	10	1	63	43%
学生のお話を聴けるから	10	10	13	22	10	0	65	45%
学生がどう考えているのか知りたかった	19	14	20	28	11	1	93	64%
リーダー会活動に興味	10	5	6	10	5	0	36	25%
学生と交流するチャンス	12	11	14	14	11	1	63	43%
知人や所属団体に誘われた	6	1	9	15	11	3	45	31%
その他	1	2	0	3	0	0	6	4%

【学生】	H28	H29	H30	R1	R2	R3	合計	割合
交流会の内容	18	12	10	20	-	-	60	37%
自己啓発	10	8	5	7	-	-	30	18%
企業の話	16	11	11	28	-	-	66	40%
消費者教育について知りたい	5	11	3	5	-	-	24	15%
消費者教育のスキルを身につけたい	13	13	4	4	-	-	34	21%
リーダー会活動に興味	8	6	2	3	-	-	19	12%

他大学の学生や社会人と知り合う	11	9	4	7	-	-	31	19%
ボランティア活動がしたい	2	1	3	3	-	-	9	5%
友人や先生に誘われた	12	11	10	15	-	-	60	29%
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	R3	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	3	108	74%
リーダー会活動を知ることができた	21	7	12	27	9	2	78	54%
学生と交流することができた	15	12	16	27	9	2	81	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	0	28	19%
その他	1	0	0	0	0	0	1	1%

【学生】	H28	H29	H30	R1	R2	R3	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	21	164	64%
消費者教育活動に興味を持った	11	11	5	17	19	15	78	30%
リーダー会活動を知ることができた	11	10	6	6	6	3	45	17%
消費者教育の普及啓発活動をしたと思った	6	10	5	4	7	1	33	13%
企業の消費者への配慮を知ることができた	19	23	11	24	18	24	119	46%
企業活動の多様な側面を知ることができた	23	19	8	28	18	13	109	42%
学生や企業の方との交流関係が広まった	13	11	7	8	7	6	52	20%
学生や企業の方とのチーム活動	10	14	10	15	14	14	77	30%
その他	0	1	0	1	3	0	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、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」（42%）、「企業の消費者への配慮を知ることができた」（46%）、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。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	R3	合計	割合
ぜひ参加したい	23	22	15	37	10	1	108	75%
友人を誘って参加したい	2	1	4	3	1	0	11	9%
参加するかもしれない	4	0	6	2	6	2	20	15%
参加しない	0	0	0	0	0	0	0	0%
わからない	0	0	1	1	0	0	2	1%

【学生】	H28	H29	H30	R1	R2	R3	合計	割合
ぜひ参加したい	28	20	9	16	23	12	108	42%
友人を誘って参加したい	0	9	3	11	22	6	51	20%
参加するかもしれない	9	16	9	21	14	13	82	32%
参加しない	0	0	0	1	0	1	2	1%
わからない	2	2	3	5	3	2	17	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%、42%)、「参加するかもしれない」(15%、32%)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、5年目22人、今年度6名と増加傾向にある。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	R3	合計	割合
大変満足	22	15	5	27	4	0	73	52%
満足	6	8	20	16	9	2	61	43%
普通	0	0	1	1	1	1	4	3%
やや不満	0	0	0	0	2	0	2	1%
不満	0	0	0	0	1	0	1	1%

【学生】	H28	H29	H30	R1	R2	R3	合計	割合
大変満足	21	29	9	15	12	7	93	36%
満足	18	15	5	29	37	21	125	48%
普通	0	3	7	9	10	2	31	12%
やや不満	0	0	1	0	2	2	5	2%
不満	0	0	2	1	0	1	4	2%

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」(52%、36%)、「満足」(43%、48%)と参加者の90%前後が満足を示した。ただ、昨年度からオンラインになって、「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) 循環型消費者教育事業をめぐる課題

大阪府消費生活センターによる「消費者教育学生リーダー」養成のための「大学生期における消費者教育推進事業」に取り組んで、今年度で6年目を経過した。本事業が行われる直前には、消費者教育推進法の施行を受けた文部科学省の支援に基づく取り組みがあり、爾来各年度の事業展開とそれぞれの成果を以て、大阪の、そして日本の消費者教育の発展に対し一定の貢献を果たしてきたと考える。

ただ、この間にもわたしたちを取り巻く社会の情勢は大きく変化しており、民法改正に伴う成年年齢の引き下げ、学校教育におけるICT化の進展、大阪においては万博の開催とそれに伴うSDGsへの対応、そして、コロナ禍による生活スタイルの変化など、いずれも極めて重要で、内容によっては時間を置かず、即刻対応しなければいけないような緊急の課題も存在する。そうした一連の社会的、現代的課題に対し、消費者教育における学生リーダーの養成事業として、また、その事業の一環として位置づけられる「消費者教育学生リーダー会」の活動そのものを通して、どのように対応できるのか、ここに真価が問われている。

本章では、特に今(2021)年度における成果を踏まえつつ、今後の課題と、さらにその先に開かれる展望について考えてゆくことにする。なお本稿では、「大学生期における消費者教育推進事業」によって導かれるユニークかつ先進的な私たちの循環型消費者教育に関し、これを「新しい消費者教育」と位置付けて、この名称をモチーフとして詳述を進めてゆくことにする。

(2) ポストコロナを見据えた「新しい消費者教育」

2021年度末現在、新型コロナウイルスの感染拡大は未だ終息が見えず、本稿執筆時点においても、大阪府に「蔓延防止等重点措置」に基づく各種の要請が出されている。そもそも新型コロナウイルスは英名“COVID19”と称され、これは言うまでもなく、2019年に初めてその感染拡大が確認されたことに由来する。つまり、最早3年にわたって、私たちは継続的にコロナ禍の渦中にあると言える。こうした状況のなか、昨年度(2020)の本事業においては「完全オンライン」となり、大学生を主たる対象とした消費者教育の担い手育成の趣旨を維持したうえで、異例の状況の中で何とか本来の目的を達成することができたと考えている。そこにおいては、事業目的(意義)の共有と消費者教育に関わる基礎的教養に関する学習(座学)、そしてオンラインでも対応可能な一部の演習を実施し、これに伴って触れることとなった、遠隔学習に必要なツール、並びにその活用に関する基礎的スキルなど、多くが私たちにとって新規で目新しいものばかりであった。そして、コロナ禍2年目(妙な言い方ではあるが)の今年2021年度においては、昨年同様オ

ンラインを基本とした講義とともに、感染拡大の隙間において十分な対策を施したうえで実施した対面での演習、そして18歳成年に対応するための学校（高校）教育への波及を目指した実践ボランティア活動など、事実上のハイブリッド（ハイフレックス）化を進める形となった。昨年の報告書にも示したように、コロナ禍による教育・学習活動に関しては、そこでの制約を必ずしもマイナスの面のみで捉えるのではなく、本事業のような、広域かつ多様な学び手を対象として想定とするような形態においては、むしろそこにあるポジティブな可能性を評価の方が現実的、かつ合理的である。その積極的な側面を整理すれば、概ね以下の3つの点に集約できると考える。

- ①時間的制約の回避：オンデマンドによる映像学習システムを導入することで、「いつでも」学びに向かうことができ、学習場所への移動時間を割く必要がない。
- ②空間的制約の回避：まず、集団的な学びのための場所を確保する必要がない。また、たとえ遠隔地にあっても「どこでも」学びを進めることができる。
- ③財政的制約の回避：上記ともかかわるが、物理的な場所の確保、そして移動にかかる費用の負担が発生しない。さらに学習コンテンツの再利用が可能となり、ここでも費用負担の軽減が期待できる。

こうして、私たちが進める、特定の教育施設に依存しない広域型の循環型消費者教育担い手育成事業について、（時には致命的な形で直面する）いくつかの制約が取り払われ、これによって生じた余力を持って、今後への展開を期することができる。こうしたオンライン（広くICTの活用）による利点を踏まえた学習スタイルをもって、「新しい消費者教育」における特性と位置付けることとしたい。

（3）学校における「新しい消費者教育」

今回のコロナ禍において、広く学校教育は大きな影響を受けることとなった。特に2020年度の春に実施された全国的な学校休業措置は、学校教育の在り方そのものに大きな課題を突きつけることとなった。実際この措置に対し、学校では学びの機会の確保と公衆衛生上の課題との両立に苦慮し、それぞれの学校の人的、物的、そして財政的な環境の違いによって、学習プリントの配布による自宅学習を行う学校や、すでに配備されたタブレットによって、大学のようなリモート学習を進める学校まで、実に千差万別の学習形態がとられることになった。こうした事実により、当時まだ計画段階であったいわゆる「GIGA スクール構想」が数年間前倒しされ、結果的に日本の学校におけるICT化が一気に進展することになった。

さてこうした動きに対して、「大学生期」の消費者教育担い手育成を旨とする本事業としての対応は、大きく2つの局面に分けられることとなった。一つは以前より一部の学校からの要請に基づいて行われていた、（学生リーダー）大学生による高等学校への出前授業についてこれをGIGA スクール対応に進化させること。もう一つは民法改正（成年年齢引き下げ）に伴う、学校における消費者教育のICTへの対応である。今回私たちは、その両方に同時に対応すべく、学校における新しい消費者教育プログラム「そのときあなたはどうする？」ゲームを開発した。すで

に別項において詳しく述べられていると思うが、基本的には、すでに学校で配布される、一人一台の PC やタブレットなどの情報端末を使い、オンライン（Web サイト）によって、「消費行動におけるジレンマ」を題材としたアクティブな学びを進め、最終的に「主体的、対話的で深い学び」につなげようとする試みである。その詳細については別項に譲るとして、学校における情報化（GIGA スクール）化と民法改正に対応した学習の両方の課題に対応しうる「新しい消費者教育」モデルとして提起したい。

（４）民法改正

先の項で述べた「そのときあなたは どうする？」ゲームについては、今年度事業活動の一環として解説のためのリーフレットを作成し、web にてすでに公開している。さらに今年度、もう一つの喫緊の課題である民法改正に伴う成年年齢の引き下げと、これにかかわる啓発のためのリーフレットを作成している。これについては、必ずしも学校教材として限定的に作成されているわけではないが、現状、全国の高校進学率は 98.9% となっており（文部科学省による学校基本調査、2021 年版）、満 18 歳に達する人は事実上高校生であると考えられるため、こちらもまた、学校教育教材として活用されることが想定される。このリーフレットについても詳細は別項を参照していただくこととして、ここではその位置づけと今後の活用可能性について述べる。

民法改正を受けて、今後満 18 歳以上は成年としての扱いを受けることになる。婚姻など、未成年として制限されていた権利が与えられ、個人としての自由がより多く得られるようになるものの、当然ながら、「権利と自由」に伴う「義務と責任」が新たに生じることになる。これまでの規定より早く新成年となる若年層に対し、「消費者教育」の文脈から考えるべき事は、まずひとつの柱として「消費者保護」の観点と、いまひとつは「おとな」として消費者市民社会の推進に関わる者としての責任の視点である。これまでは「未成年」として少年法のもとで保護の対象であった 18 歳および 19 歳の少年は、これからは文字通り「成年」としてその保護対象から外れる事になり、結果的に自分自身で身を守る必要が生じる。先に述べたように 18 歳青年の多くは高校生であり、それは言い換えれば、未だ教育訓練の対象にある人であるため、ここにおいて各自は自分自身で「身を守る術」を学び、身に付けてゆかねばならない。当然ながら、学校教育はこれに対して公式に向き合う必要があり、すでに改正民法対応の学校カリキュラムは用意されていると推察する。ただ、若年層の育成（教育）と「消費者保護」は行政政策上別の領域にあり、こうしたことから、今後学校における消費者教育は、いわば境界領域として、今回本事業において作成したリーフレット「その選択が人生を変える」を有効に活用しながら、より豊かなかたちで発展することが期待される。

（５）大学コンソーシアム大阪との連携について

今年度の課題の 1 つに、大阪府下の大学に広く本事業を広めていくためにコンソ大阪との連携を深めていくことがある。現在の和歌山大学の学生のようにさらに 1 歩進めて、コンソ大阪の会員大学の学生にも、教育課程の中で本事業と連携した消費者教育の授業を受講し単位取得ができ

るような仕組みを作っていくことが1つの課題解決となっていた。そこで、今年度、コンソ大阪あるいは、その会員大学の中で、消費者教育の授業を実施していただき、本事業と連携を図るよう進めていただける大学を模索した。いくつか大学に打診したが、現実問題として、新しい科目を設置することは難しく、検討はいただくものの実現に至る大学はなかった。

そこで、コンソ大阪と対応について意見交換したところ、南コンソが持っている広域単位互換の仕組みを利用して、和歌山大学の「消費者市民と社会」の科目を広域単位互換科目として提供できないかとの相談を受けた。南コンソの広域単位互換の仕組みとは、単位互換の仕組みをもつ大学コンソーシアム間で覚書、科目提供大学と協定書を交わし、双方の単位互換制度を利用することで相手コンソーシアムの科目を受講し単位認定できる仕組みのことをいう。現在、南コンソでは、広島、函館、静岡の大学コンソーシアムと広域単位互換を行っているが、コンソ大阪とは実施していない。

そこで、コンソ大阪から南コンソに対して広域単位互換の利用について9月に相談をもちかけていただき、2月に大枠で合意を取り付け、3月の南コンソの理事会、総会にて承認される運びとなった。3月に南コンソの理事会、総会で承認された後、5月のコンソ大阪の総会、6月の南コンソの総会にて最終承認にされる予定である。これにより、後期科目としての和歌山大学「消費者市民と社会」の科目を、コンソ大阪の会員大学にも提供できることになる。この広域単位互換により、次年度は、南コンソだけでなく、府内39大学を要するコンソ大阪の会員大学学生に対して、単位を取得してリーダー会登録やリーダー認定を行うことができる道が開けることになる。次年度に実現できるよう進めていく。

2. 今後のロードマップについて

「今後の展望」ではなく、ここではあえて「ロードマップ」として示すことにする。

① 消費者教育学生リーダー養成システムの充実・拡大について

大阪において消費者教育を担う学生リーダーの効率的な養成を図る目的から、2019年度からは、和歌山大学の教養科目「消費者市民と社会」と連携する形で養成講座の修了を認定している。ここに至るために、大学としての既定のシラバスに基づいて具体的な講義内容を調整し、大阪府消費生活センターの求める消費者教育の担い手育成カリキュラムをカバーする新たな教育計画を用意している。またここでは、単に和歌山大学生のみを対象とするのではなく、和歌山大学が加盟する「南大阪地域大学コンソーシアム」、並びに「高等教育機関コンソーシアム和歌山」の単位互換システムを活用し、同コンソーシアムに加盟するすべての大学の学生に対して履修の機会を提供し、広く大阪南部と和歌山県の大学生にとってのインセンティブを付与する体制をとっている。現在大阪府では、学生リーダーの認定にあたって、学生自身の居住地や大学の所在地を問わないため、こうすることで、広域での消費者教育のリーダー認定が行われている。ただ、ここからも分かるように、現在単位互換の対象となるのは和歌山と南大阪であり、残る北部大阪の学生へのインセンティブにはつながっていない。そこで、次年度より大阪北部の大学を中心に組織されている「大学コンソーシアム大阪」との協働のもと、単位互換の対象範囲を拡大し、大阪圏全

域をカバーする体制をとることとした。これにより、単に養成講座への参加学生数の拡大を図るだけでなく、講座終了後組織される学生リーダー会の広域でのネットワーク化が期待できる。

② 大学を卒業したリーダー会登録者のリーダー会活動への参加について

本事業は、大学生期を対象としていることから、リーダー会に登録した学生は基本的には最大4年間現役の学生として活動し、その後社会人として大学を卒業していく。ただ、リーダー会議の決定により卒業しても登録が継続する。実際にはリーダー会登録者の中には、多くの卒業生が含まれる。この卒業生は、すでに社会人としていろいろなところで活躍していることが予想される。

今年度、リーダー会のボランティア活動や企業×学生交流会で、現役のリーダー会メンバーでは人手が足りない事態が生じた。そこで、リーダー会に登録している既卒生にラインやメールで協力を呼びかけたところ、何人もから協力の申し出を受け、実際に活動に協力してもらった。このことは、今後のリーダー会活動を考える上で極めて重要な体験であった。リーダー会は、先輩が後輩を指導、育成する循環型の組織を基本とする。今回の出来事は、この循環型が何も現役大学生だけのことではなく、既卒生にも当てはまるものであったことを再認識できた。これまでの基本的なリーダー会の形は、大学生の間に学び、学んだことを周りの大学生に広めていくことを基本に、その対象を広げるという活動形態であった。今回の既卒生の協力は、大学の間に学び、さらに、社会人になって学んだことを周りの人に伝えていくという、新たな地平を広げる可能性を見せてくれた。この現役生と既卒生の役割については、次年度さらに検討していきたいと考えている。

③ 制度的なハードルの克服

本事業は、本質的に大阪府消費生活センターによる「大学生期における消費者教育推進事業」であり、その意味で、小・中・高等学校の児童生徒は対象とならない。ただ、今年度の事業を通して、高等学校における消費者教育が今後、直接・間接に重要なファクターとして位置付けられることが明確になった。ただ、行政として初等中等教育は基本的に教育委員会の所管であり、ここでの事業名称が「教育」であったとしても、そこには所管省庁（文部科学省と総務省消費者庁）としての「ずれ」は厳然として存在する。こうした状況に対し、今次の民法改正、さらには学校教育課程における「消費者教育」重点化の動きなども考え合わせれば、今後はより合理的な判断のもと積極的な協働体制が望まれる。

また、これは先にも述べたように、現在本事業の対象は大阪府から次第に広域に広がる傾向にあり、同様の取り組みを進める京都や兵庫といった自治体とも、関西広域連合などの既存システムも活用しながら、連携体制の構築を目指したい。

④ さらなるパブリケーション

すでに何度も触れたように、今年度は養成講座のほか、具体的アウトカムとして、「そのときあなたは どうする？」ゲームプログラムとその紹介フレット、そして成年年齢引き下げを見据えた「その選択が人生を変える」リーフレットの2種の教材を作成した。こうした成果物については、これらを配布・活用する事による直接的な教育・啓発効果が期待される一方、企画・製作す

る消費者教育学生リーダー会のプロモーションにも貢献する。消費者教育学生リーダー会の活動や、ひいてはその存在自体が、将来の消費者市民社会の担い手となる、より若い年齢層の子供たちにとって、良き「ロールモデル」を示す事にもつながる。例えば、普通の高校生にとって、自分とさほど年齢の変わらない「普通の大学生」たちの活動が、将来の大阪にとってのより望ましい消費者市民を育てる重要なきっかけとなる可能性もある。これこそが、私たちが2015年の事業の開始当初から想定していた「循環型消費者教育モデル」である。今年度、複数の高等学校からの問い合わせのほか、メディアからの取材もあった。このように、さまざまな形でのパブリケーション（公開）を進めることで、今後も大阪の若者による消費者市民社会への貢献を、社会的に示してゆくことが重要であると考えます。

上記のような活動に加え、次年度以降においては、これまでより一般的な形でのパブリケーションを進める。実は、ここに見られるような、産（企業）・官（行政）・学（大学）の連携による組織的、継続的な消費者教育のための担い手育成（循環型消費者教育）事業は、全国的にも見ても大変珍しく、その成果のレベルから見ても、優れた成功事例とすることができる。こうしたことから、早ければ次年度において、日本消費者教育学会において公式の実践研究報告として事業概要を発表し、さらに可能であればこうした内容をより一般的な形で書籍として出版することを検討する。大阪発の新しい消費者教育の試みとして世に問いかけてみたい。

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