令和４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
～リーダー会が保有する啓発教材の学校教育における利活用支援活動の拡充（第２ステージ）～

事　業　報　告　書

令和５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．実施内容 …… 6
３．実施体制 …… 7
（１）実施体制 …… 7
（２）本事業の特徴と強み …… 8
（３）実施スケジュール …… 10
第２章　実施内容 …… 11
第１節　大阪府消費者教育学生リーダー養成講座の開発及び実施 11
１．応募者の確保と募集 …… 11
２．カリキュラムの考え方 …… 13
（１）８つの重点課題…… 13
（２）カリキュラムの考え方～３部構成による講座づくり…… 15
（３）獲得を目指す知識及びスキル…… 15
（４）受講から修了認定までの一連のWeb対応…… 16
（５）消費者教育の担い手育成としての工夫…… 17
（６）循環型学習モデルに基づいた講座づくり…… 17
３．コロナ禍で具体的に開講した養成講座カリキュラム…… 18
（１）講座開催時期 …… 18
（２）講座内容（カリキュラム）…… 19
（３）オンライン研修での受講生へのケア…… 22
（４）講義動画の作成及び配信…… 22
（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）大学コンソーシアムとの単位互換の拡大…… 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
第２節　SDGs と消費者教育…… 39
１．　SDGsと消費者教育…… 39
２．リーダー会にとってSDGsとは…… 39
第３節　ニューノーマル時代における大阪府消費者教育 41

学生リーダー会の継続・自立の在り方 ……
１．　第２ステージ自立化基盤強化に向けた対応
その２：リーダー会学生管理システムの導入…… 41
２．活動の柱…… 43
３．ヒト（組織と役割）…… 44
４．学生が対面で集まることの一部復活とその効果…… 45
５．大阪府消費者教育学生リーダー会について…… 46
６．大阪府消費者教育学生リーダー会登録者数…… 49
７．大阪府消費者教育学生リーダー会議…… 50

第４節　大阪府消費者教育学生リーダー認定 …… 53

１．認定要件…… 53
２．認定の事務手続き…… 54
３．大阪府消費者教育学生リーダー認定者数…… 54

第５節　リーダー会が開発した啓発教材の学校教育における利活用支援を軸としたボランティア活動の実施…… 55

１．学校教育の中でWebゲームを活用してもらうための教材開発
（小学校向けワークブック及び動画の作成）…… 58
２．留学生支援コンソーシアム大阪の留学生との交流企画…… 61
３．追手門学院大学「キャリアデザイン」授業担当…… 64
４．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…… 69
５．大阪府消費者教育学生リーダー養成講座のTA…… 69
６．大阪府消費者フェアへの参加…… 70
７．和歌山大学後期集中授業「消費者市民と社会」のTA…… 71
８．Webゲームの見直し（３つのタイプ名の変更）…… 71
９．Webゲームの問題・回答の見直し…… 72

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）事前研修…… 74
（３）第１回企業×学生交流会…… 75
（４）第２回企業×学生交流会…… 80
（５）大阪府消費者教育学生リーダー認定…… 85
（６）企業×学生交流会７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．他団体でのリーダー会活動紹介 …… 92
３．チラシ等による広報…… 92
４．事業のホームページによる広報…… 92
５．web ゲーム支援教材（ワークブック）による広報…… 94

第３章　取組に対する効果の検証 …… 95

１．効果検証のための調査について …… 95
２．交流会アンケートから見た効果の検証（学生・企業）…… 95
（１）効果の検証（平成28、29、30、令和元、2、3、4年度）…… 95

第４章　今後への課題と展望 …… 100

１．今後への課題…… 100
（１）循環型消費者教育事業全体に関する今日的課題…… 100
（２）ポストコロナを見据えた「新しい消費者教育」…… 101
（３）学校における「新しい消費者教育」…… 102
２．今後のロードマップについて…… 103
（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… 103
（２）さらなるパブリケーション…… 103

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　情報発信に係るルール（広報部）
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１０　リーダー会学生管理システム
資料１１　大阪府消費者教育学生リーダー会議次第
資料１２　学校教育の中で Web ゲームを活用してもらうための教材開発
資料１３　留学生支援コンソーシアム大阪の留学生との交流会

資料１４　追手門学院大学「キャリアデザイン」授業資料
資料１５　大阪府消費者フェア 2022 チラシ
資料１６　生協かしこい消費者連続講座、大阪弁護士会シンポジウムちらし
資料１７　企業×学生交流会次第（第１回～第２回）
資料１８　交流会アンケートフォーム（学生用、企業用）
資料１９　交流会アンケート結果（第１回、第２回）
資料２０　交流会アンケート結果（７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養成した。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養成した。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った。

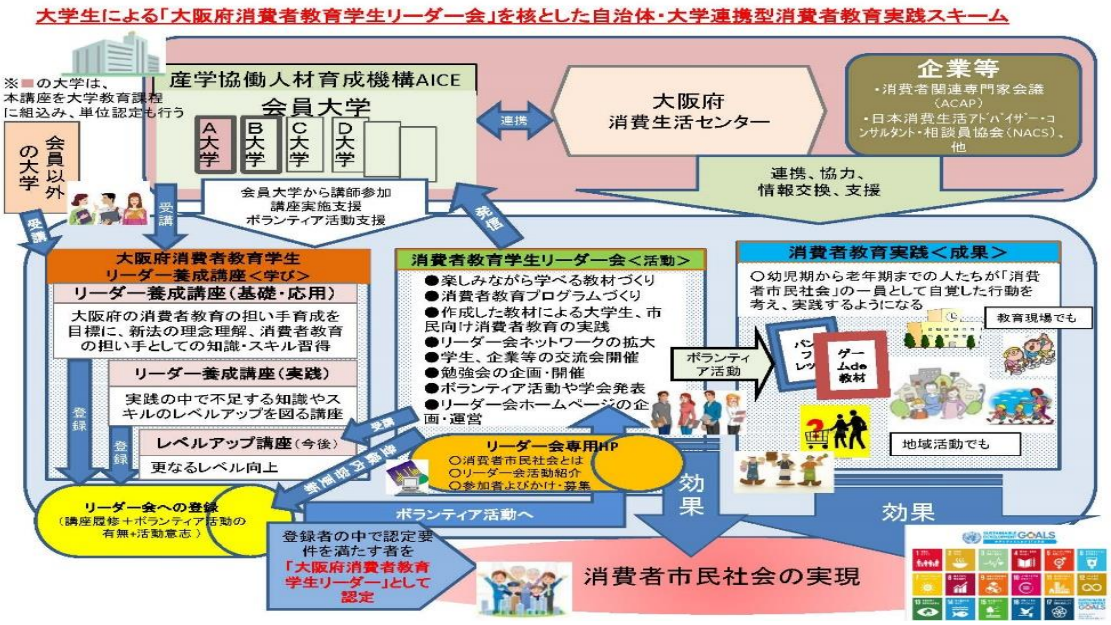
これまでの 6 年間で、リーダー会の活動基盤や基本的な活動内容については整備できたことから、昨年度からを第 2 ステージと位置付け、数年後にはリーダー会が自立できる基盤の強化を図る。そこで、2 年目の今年度は、これまでリーダー会で作成し蓄積してきた啓発教材を学校教育の中で利活用できるような支援体制について検討し、準備を進めることとした。啓発活動の場については、小中高校の教育現場および大学での利活用を目指すこととした。

２．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、多くの取組について Web 上にて実施した。ただ、学生の希望もあり、一部対面での実施を行った。

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 リーダー会登録者及びボランティア活動への参加登録等のシステム化による管理
⑥ 学生リーダー認定の実施
⑦ 大学生による消費者啓発・ボランティア活動の実施
⑧ リーダー会で開発してきた啓発コンテンツを学校教育に活用するための取組
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、「南大阪コンソ」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 南大阪コンソの単位互換制度並びに広域単位互換制度を活用し、大学コンソーシアム大阪（以下、「コンソ大阪」と記す。）、高等教育機関コンソーシアム和歌山（以下、「コンソ和歌山」と記す。）に和歌山大学「消費者市民と社会」の講座を提供し、受講生は単位取得及びリーダー認定を可能にする
⑬ 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
⑭ 講座内で企業×学生交流会を実施
⑮ 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。



３．実施体制

（１）実施体制

本取組を実施するにあたり、以下の実施体制により行った。

①実施体制に基づく責任者

氏　　名	所　属　・　役　職　等	備考欄
難波　美都里	大学生期における消費者教育推進事業共同企業体構成員　産学協働人材育成機構 AICE　統括コーディネーター、大学生期における消費者教育推進事業共同企業体代表構成員　有限会社ダブル･ワークス　代表取締役	業務推進担当責任者、業務実施責任者、トラブル・苦情処理担当責任者、学生指導支援員、会計、総務
大串　恵太	大学生期における消費者教育推進事業共同企業体構成員産学協働人材育成機構AICE　戦略会議メンバー、追手門学院大学　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	業務責任者、講座担当、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	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

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 ⑥システム開発支援　、⑦動画作成編集支援　　⑧報告書作成協力 ＜学生＞①「消費者教育リーダー養成講座」を受講 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） 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 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 ＜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 ②　①の受講生をボランティア活動に参加させる
◆大学コンソーシアム大阪
①　会員大学の学生は、和歌山大学「消費者市民と社会」を南コンソの広域単位互換を活用して受講

※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。

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受講生への課題提出窓口の設置

受講生が途中リタイアする理由の１つに、養成講座の課題を提出する際の分かりにくさが

あることが、昨年度の受講生からのヒアリングで判明した。そこで、受講生用に課題提出窓口を設置することで課題を提出しやすくした。

④コンソ大阪との単位互換の開始

受講生確保強化のために、現在活用している南大阪コンソの単位互換制度を使っての同コンソーシアム及びコンソ和歌山の会員大学への講座提供に加え、同コンソーシアムの広域単位互換制度を活用し、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を開始した。

⑤リーダー会所有の Web 啓発教材を活用した学校教育への授業支援ボランティアの拡充

令和 2 年度に開発し、令和 3 年度に改善した Web 啓発ゲーム「そのときあなたはどうする？」を教材として活用した消費者教育啓発授業について、府内学校を対象にした授業支援ボランティア活動体制の整備を開始した。令和 3 年度に府立高校にゲーム紹介リーフレットを配布したが、次年度には府内国公私立小学校にも同リーフレットを配布し活動の拡充を図る予定。

⑥18 歳成年年齢引き下げに伴う高校生向け啓発ボランティアの展開

令和 4 年 4 月 1 日から、成年年齢が 18 歳に引き下げられたが、令和 3 年度に作成した啓発リーフレット「その選択が人生を変える」を活用し、府内高校を対象に、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てもらえるよう、リーフレットはリーダー会ホームページからダウンロードできるようにした。また、リーダー会が行ったボランティア活動は対象年齢が 18 歳に近い年齢層も多いことから啓発活動の良い機会と捉え、追手門学院大学での授業 TA、大阪弁護士会シンポジウムでの登壇、本リーダー養成講座の授業 TA、和歌山大学の授業 TA、留学生交流会の活動の中で、参加者に本リーフレットを配布し、リーダー会から成年年齢 18 歳引き下げについての啓発活動を積極的に行った。

⑦リーダー会メンバー及び養成講座受講生管理のシステム化

リーダー会メンバー及び養成講座受講生を管理する方法として、会員管理システム（弊社所有の「学会会員管理システム」を一部改修して利用）を導入し、今後増えていくことが予想される会員メンバー管理の合理化を図ることを開始した。本システムでは、メンバーの情報管理のほか、ボランティア活動への参加管理も行うことができるよう仕様修正し対応することとした。併せて、受講生についての情報もシステム管理を始めた。ボランティア活動への参加方法については、受講生期間はボランティア謝金の支払いはしないことから、リーダー会の学生とは異なった対応ができるよう受講生用として別のシステムで管理することとした。一方、すでに大学を卒業している OB・OG についても本システムの ID とパスワードを発行したことから、将来本取組に興味をもったとき、いつでもアクセスでき、ボランティア活動にも参加できる道を拓くことになった。

⑧留学生との交流によるネットワークの拡充

リーダー会と留学生支援コンソーシアム大阪（大阪府・大阪市・大学・専門学校・日本語

学校・企業・学生団体・留学生を支援する団体などで構造され、『オール大阪』で留学生を支援する組織）の留学生との交流によるネットワークの拡充を図った。リーダー会では、世界目標である SDGs を活動の一環として位置づけていることから海外への情報発信についても以前から検討を進めていた。留学生との交流のメリットは、リーダー会活動の海外への発信の足がかりに加え、国による消費行動や環境への配慮の違いなどをお互いに学びあい、意見交換する場になること、そのことにより消費行動についての理解がより深まることを期待するプログラム内容で実施した。

（３）実施スケジュール

本取組の実施スケジュールは、以下の通りであった。

	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月	1 月	2 月	3 月
養成講座		講座動画づくり Web 配信準備		講座受講開始 リーダー会登録			講座修了認定		
和歌山大学講座					講座開講				
交流会					講座内にて Zoom で実施				
ボランティア活動		教材用ワークブック作成、学校支援、講座 TA、府フェア、ゲーム問題見直し他							
リーダー会議									
アンケート・効果の検証					受講生調査	集計・検証		ゲーム調査集計検証	
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、コロナ禍で大学生が密になる環境での活動を行うことが難しい状況が続いている。ただ、コロナ禍の間に、大学から学生への情報提供はインターネットが活用されることが多くなり、学生に情報が届く手段として、インターネットからの情報提供は以前にも増して効果的になってきた。

他方、単位取得できる講座の受講できる対象者を増やすことも重要であることから、今年度は、コンソ和歌山の他、コンソ大阪にも南コンソの単位互換制度を活用できるよう、南コンソ、コンソ大阪双方に働きかけ、南コンソがもつ広域単位互換の仕組みを活用し、コンソ大阪の学生も和歌山大学の「消費者市民と社会」を受講し単位認定できる仕組みを整えた。その結果、大阪、和歌山にある 3 つの大学コンソーシアムの学生が単位を取得しながら、大阪府消費者教育学生リーダー申請ができる環境が整備されたことになった。

【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、チラシはネットでの配信を企図して PDF でのみの作成（資料 1）とした。今年度は、単位互換制度を活用した講座の提供が可能となったことから、大阪府下のほぼ全域の大学及び和歌山県の大学から直接学生に案内することができるようになった。単位互換制度は、いずれの大学コンソーシアムでもインターネットでの情報提供を活用しており、各大学コンソーシアムの会員大学に所属する学生に情報が届く可能性は極めて高いと言える。

〇南大阪地域大学コンソーシアム（南コンソの単位互換制度を利用）
〇大学コンソーシアム大阪（南コンソの広域単位互換制度を利用）
〇高等教育機関コンソーシアム和歌山（南コンソの単位互換制度を利用）

Web 開催の利点を活かし、各種のポータルサイトを積極的に活用し、消費者教育に当初興味のない学生にも届くよう講座案内を掲載

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、以下を行った。

・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
・和歌山大学開講科目「消費者市民と社会」を南コンソ、コンソ大阪、コンソ和歌山の単位互換制度提供科目として、それぞれの大学コンソーシアムホームページに掲載
・AICE 会員大学に情報提供

＜南大阪地域大学コンソーシアム　単位互換参加大学　10 大学等＞

大阪芸術大学、大阪女子短期大学、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　7 大学等＞

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

＜大学コンソーシアム大阪　単位互換参加大学　35 大学＞

大阪大学、大阪教育大学、大阪公立大学、藍野大学、追手門学院大学、大阪青山大学、
大阪医科薬科大学、大阪音楽大学、大阪学院大学、大阪観光大学、大阪経済大学、
大阪経済法科大学、大阪工業大学、大阪国際大学、大阪産業大学、大阪樟蔭女子大学、
大阪商業大学、大阪女学院大学、大阪信愛学院大学、大阪成蹊大学、大阪体育大学、
大阪電気通信大学、大阪人間科学大学、関西大学、関西福祉科学大学、近畿大学、
四條畷学園大学、四天王寺大学、摂南大学、千里金蘭大学、相愛大学、梅花女子大学、
阪南大学、東大阪大学、森ノ宮医療大学

＜AICE 会員大学　14 大学＞（8ｐ「3. 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。）の会員一覧参照。）

募集チラシ（9/20～12/20）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「消費者教育リーダー養成講座」（以下、「講座」と記す。）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することを目指した。

（１）８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 8 つ置き、この 8 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、昨年度受講途中で興味を持続してもらえるようオンタイムの講座を 5 回盛り込んだが、すべて別日であったことから、受講生の負担が増したこと、また、一度オンタイム講座に欠席すると次回参加しにくくなるといった点がリタイアの原因の 1 つになったと考えられる。

そこで、今年度は、企業×学生交流会の 2 回を除き、3 回のオンタイム講座（3 限、6 限、9 限）を同一日に開催し、リーダー会の学生とも長時間共に課題に取り組むことでリーダー会への親和性が高まることを目指した。(21 ページ「養成講座カリキュラム（Web 講座用)」参照。)

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、コンソ大阪、コンソ和歌山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。今年度から大学コンソーシアム大阪が単位互換に参加することで、大阪府下の大学はすべて単位互換の対象となった。（資料 9「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）として参加させた。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た。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を行った。

第 6 に、SDGs の本取組への位置付け。本取り組みにおいては、消費者教育を SDGs のひとつとして明確に定義し、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てきた。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 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こととした。

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。Web 講座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、受講生の負担にならない程度に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った。

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、企業×学生交流会（以下、「交流会」と記す。）を講座の中に組み込んでいる。受講生に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、対面で実施していたような参加企業や団体から社会的配慮した活動について紹介するコーナーに加え、直接企業の方から取組を紹介していただく基調講演を組み込むこととした。

（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。

【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）	・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」
【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）	・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
【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）	・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 〇学んだことを振り返る 〇消費者教育リーダーとしての何をするかを考える ・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、以下を目指した。

＜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
・学生リーダーとしての意識を醸成できる
・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

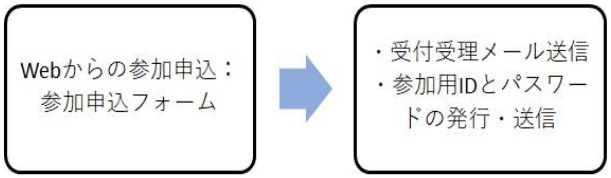
＜スキル＞

・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図ることができる
・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

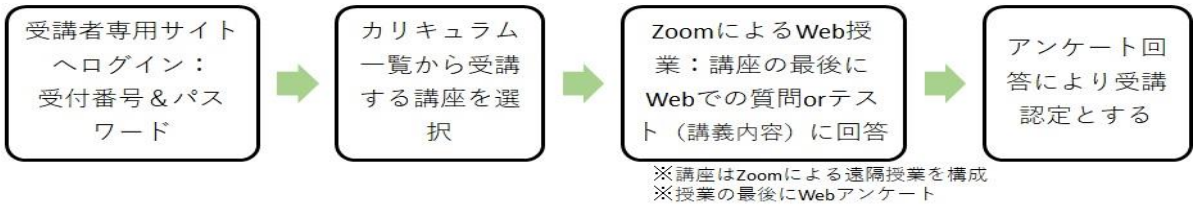
（４）受講から修了認定までの一連の Web 対応

「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。

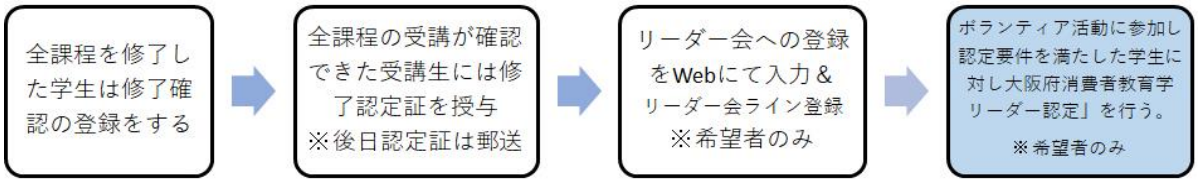
<受講申込>



＜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 2 名にとどまった。結果からみると、複数日に開催していたオンタイムでの Zoom の講座を 1 日にして受講生の負担軽減を図ったが、今年度の受講生が 2 名と少なかったため、効果検証はできなかった。ただ、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、引き続き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と思われた。

・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、動画オンデマンド）**
・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、Zoom オンタイム）**
・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、Zoom オンタイム）**
・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、Zoom オンタイム）**
・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、Zoom オンタイム）**

（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。

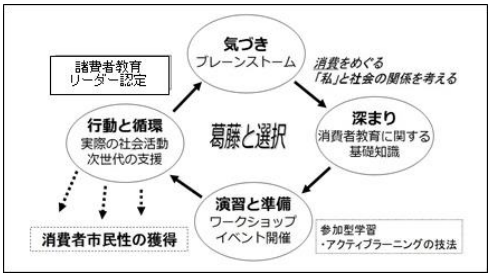


図１　消費者教育における循環型学習モデル

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 20 日から配信を開始し、12 月 20 日まで配信した。
講座日数	◆基礎講座：消費者教育・消費者市民社会の基本理念を学ぶ概論及び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）
	◆応用講座：消費者教育の手法を学ぶとともに、企業の活動やリーダー会活動について考える（3 講座 180 分）
	◆実践講座Ⅰ：消費者教育の担い手として実践すべきボランティア活動についての知識やスキルを学び具体的に考える。（3 講座（演習含む）180 分）
	◆実践講座Ⅱ：大阪府の消費者教育に関する施策や被害事例などを学ぶ。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 180 分、修了式含む）

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

時限（分）	講座内容	講師（予定）
開講式 （10分）	開講式　ご挨拶 大阪府消費生活センター　所長	大阪府消費生活センター所長
1限目 （20）	◇オリエンテーション 本講座の目的理解　　Webアンケート	岡崎裕（和歌山大学教授）
2限目 （90）	**◇消費者教育の基礎理解①概論　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（SDGｓ） （3）消費者問題を、自分の問題として、整理・理解する。（ブレーンストーム「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） 10/8（土） 13:00～ 14:00	**◇活動を通した消費者教育に関する手法について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 ○Webゲーム「そのときあなたはどうする？」で遊ぶ ※消費行動における「選択のジレンマ問題」について知る	岡崎裕 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

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） 日本消費生活ｱﾄﾞﾊﾞｲｻﾞｰ・ｺﾝｻﾙﾀﾝﾄ・相談員協会（NACS）
5限目 （40分）	**◇消費者教育のいろいろな手法の紹介　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）リーダー会について （2）大阪府消費者フェアでの活動 （3）リーフレット作成での活動 （4）企業×学生交流会による企画・運営 （5）全国消費者フォーラムでの発表 （6）新聞取材や執筆依頼への対応 （7）ホームページによる情報発信 **（8）Webゲーム「そのときあなたはどうする？」の紹介** **（9）大学での講義**	リーダー会
6限目 （60） 10/8（土） 14:10～ 15:10	**◇活動を通した消費者教育に関する手法について②　演習** **（1）発達段階に応じた消費者教育に関する「教材」をつくろう** ○「選択ジレンマ質問」を考える中で、「消費の選択」が地球環境や生き方を変えていくことに気づく ○ジレンマ問題を発表 **課題提出ジレンマ問題（質問＋回答３パターン）10問を提出** ※消費行動における「選択のジレンマ問題」を理解し問題を作成できる	岡崎裕 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

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 （3）啓発活動において誤った情報を発信する等により大学や府民との間でトラブルを起こさないために必要なこと	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（追手門学院大学特任准教授）
9限目 (90) 10/8（土） 15:20～ 16:50	◇消費者教育啓発プログラム企画を考える　演習 （1）今年度のボランティア活動の企画を考える ①第２回企業×学生交流会企画・運営 ②留学生との連携交流企画 （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

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３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 (120) 13：30～ 15：30	◇企業×学生交流会～ワークショップ編 第１回（１１月２６日（土））　オンタイムZoom 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が一緒に参加して、出されたテーマについて意見交換し、最後に全体共有する。 ① テーマの趣旨説明 ② グループで意見交換 ③ 各グループで出た意見を発表（全体共有） ◇企業×学生交流会～ワークショップ編 第２回（１２月１１日（日））　オンタイムZoom 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	リーダー会 岡崎裕 企業
12限目 (30) ※1～11限目すべての受講後に受講して下さい。	振り返り「消費者教育リーダーになるために」 第2回交流会終了後（１２月１１日（日））オンタイムZoom （1）講座で学んだことについて振り返る （2）消費者教育学生リーダーとして何をしたいか？について考える （3）リーダー会への参加について （4）レポート提出について	岡崎裕
修了式 (10)	（1）修了式 講座修了証の授与（後日修了証を郵送）	岡崎裕

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設定し、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。昨年度、3 限目、6 限目、9 限目の講座を Zoom オンタイムの講座をそれぞれ別日に実施した結果、受講生の負担増となったことの反省から、今年度は、3 つのコマを 1 日で実施することで受講しやすい環境にした。2 点目は、9 限目の企画づくりの際に、昨年度に引き続き、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 回ある企業×学生交流会の企画づくりと運営である。企業選定から交流会企画、当日の交流会運営担当まで一貫して参加するハードなプログラムであった。

1 つ目の Zoom オンタイムの講義を 1 日に設定したことは、参加者が少なかったため効果があったかどうかは正確には確認できないが、受講生にとっては参加しやすいスケジュールになっていたのではないか。

2 つ目の実際のリーダー会の活動を担当することについては、受講生にとって、企業を自ら選ぶこと、企業への依頼、企業と学生が 50 人以上参加するプログラムの企画づくり、当日の司会進行、ワークショップのファシリテーターなど初めて経験することの連続であり、大変な作業になったと思われる。例えオンラインでの実施であっても、受講生の段階でリーダー会が実際に行っていることを担当することで、リーダー会への理解ややりがいなども感じる場になったことは間違いない。

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魅力あるプログラムを実施してい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 上で行った。

①動画の配信方法

配信の方法は、以下の２種類とした。

①動画によるオンデマンド方式：講義
②Zoom を使ったオンタイム方式：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。

③受講確認テストの作成

Web 上での受講は、講義動画を視聴したかどうかの確認が難しいことから、講義担当者に、各動画について、講義内容を問う問題を 1 講義 3 問（リーダー会学生は 2 問）作成していただき、講義視聴後にテストを受けることができるよう Web 講座内に掲載した。このテストの受診をもって受講認定とした。

④Web 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

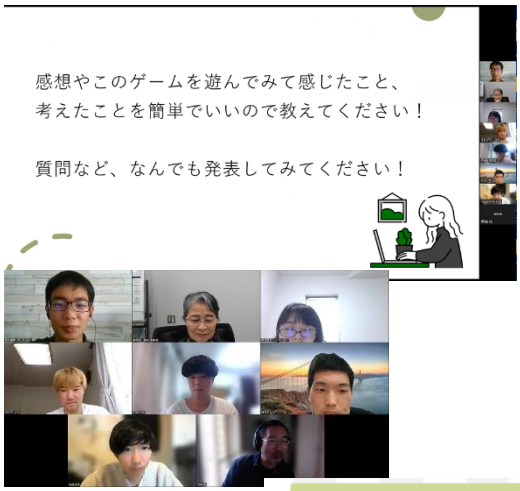
講座の全課程を修了したかどうかについての認定は、「修了認定申請フォーム」（資料 3）から修了したことを受講生が自ら申請し、事務局ではすべての講座のテスト問題の回答及び課題が提出されていることを確認するとともに、オンタイムでの Zoom による講座についてはシステム上で参加確認を行い出席とした。これらをもって修了認定とした。

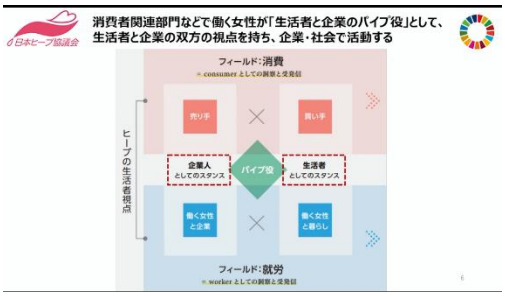
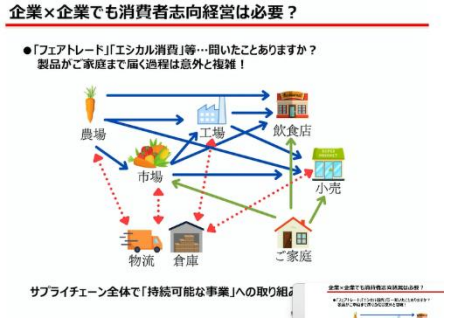
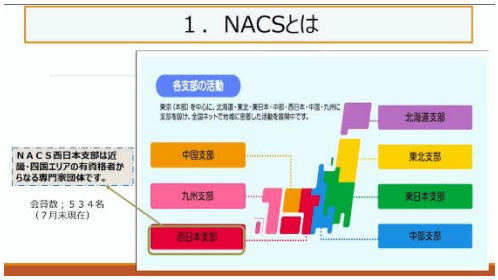
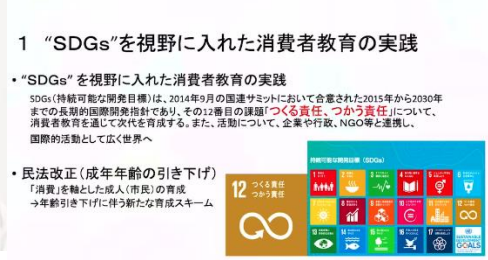
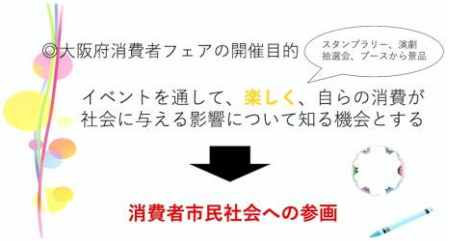
e.講義動画のセキュリティ

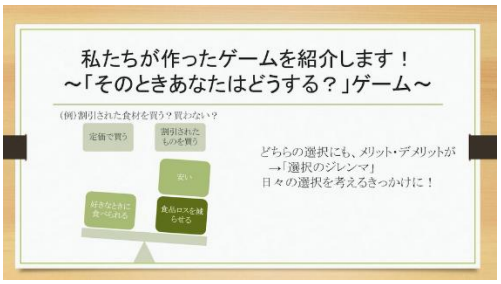
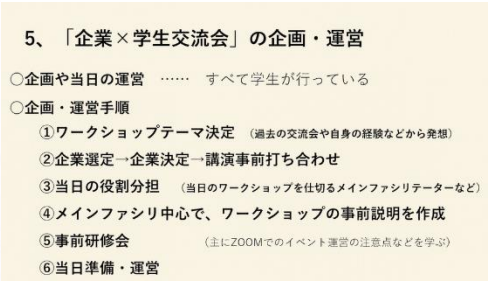
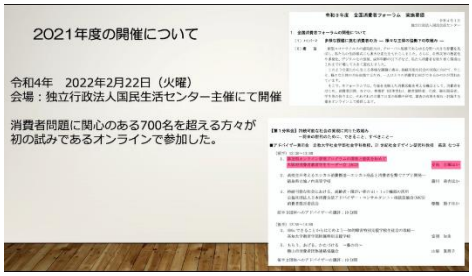
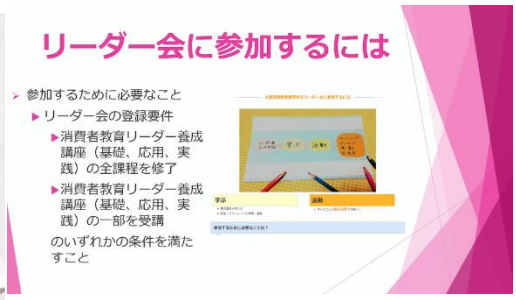
講座の動画のダウンロード等についての機能制限をサーバー上に施し対応した。

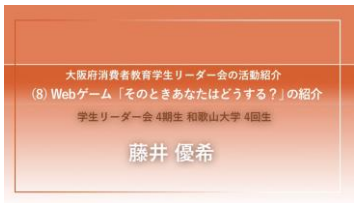
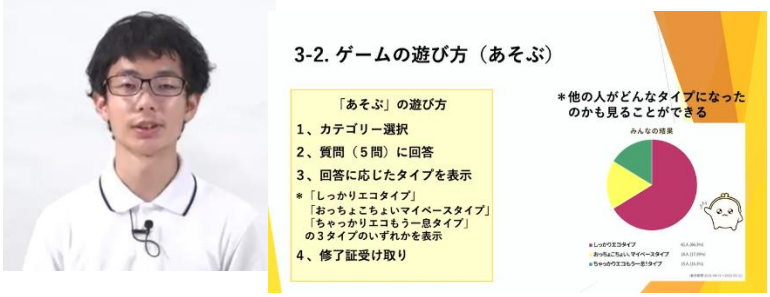
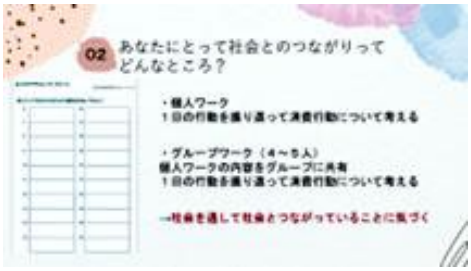
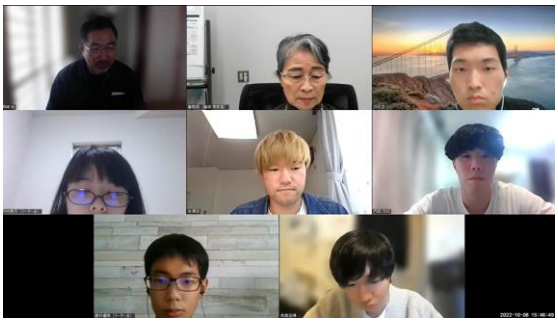
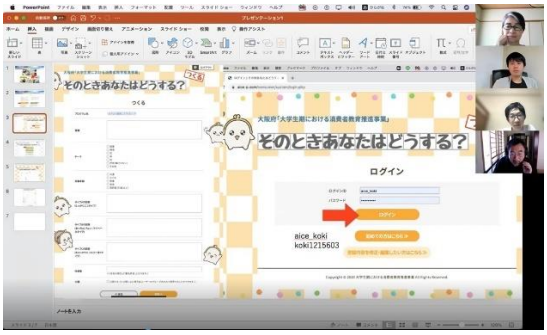
以下が Web 講座の講義一覧である。

■Web 講座一覧

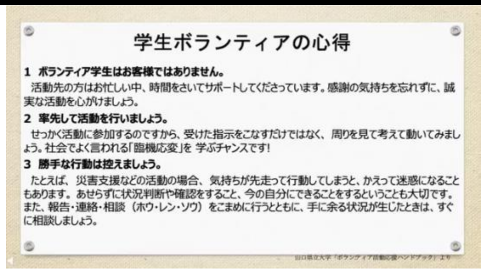
開講式：挨拶　西村清弘 	
1 限目：オリエンテーション 岡崎裕 	
2 限目：消費者教育の基礎理解①概論　岡崎裕 	
3 限目：活動を通した消費者教育に関する手法を学ぶ①演習　岡崎裕、リーダー会★ 	

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 	 
４限目（２）：ACAP の活動紹介　新居由莉 	 
４限目（３）：NACSP の活動紹介　中村智恵美 	 
５限目（１）消費者教育のいろいろな手法の紹介：リーダー会について　リーダー会 	 
５限目（２）：大阪府消費者フェアでの活動　リーダー会 	 

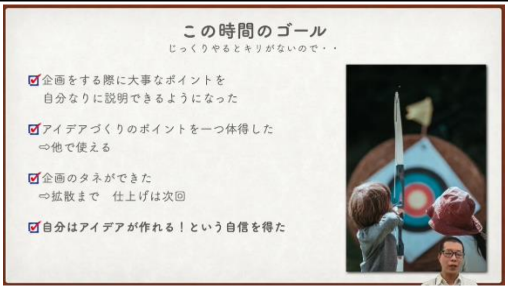
5 限目（3）：リーフレット作成での活動　リーダー会 	 
5 限目（4）：企業×学生交流会による企画・運営　リーダー会 	 
5 限目（5）：全国消費者フォーラムでの発表　リーダー会 	 
5 限目（6）：新聞取材や執筆依頼への対応　リーダー会 	
5 限目（7）：ホームページによる情報発信　リーダー会 	 

5 限目（8）：Web ゲーム「そのときあなたはどうする？」の紹介　リーダー会  	
5 限目（9）：大学での講義　リーダー会 	 
6 限目：活動を通した消費者教育に関する手法を学ぶ②　岡崎裕、リーダー会★ 	 

7 限目：ボランティア活動論
岡崎裕



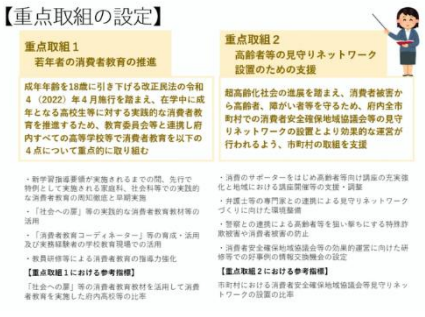
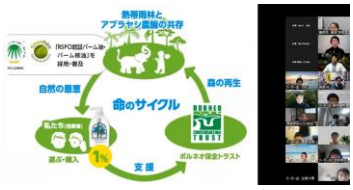
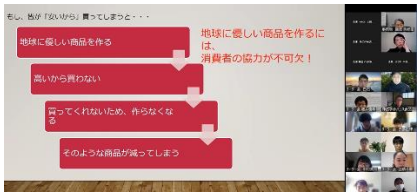
8 限目：企画づくりを考える
大串恵太



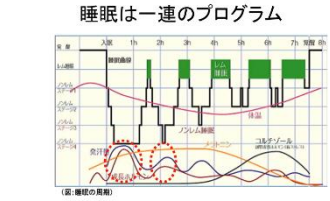
9 限目：消費者啓発プログラム企画を考える★　岡崎裕、リーダー会

大阪府消費者教育学生リーダー会主催「企業×学生」交流会　過去の実績

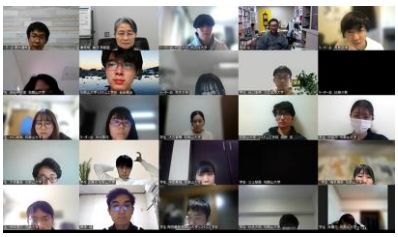
			テーマ	企業	ワークショップテーマ
R3年度	第1回	衣	ICTによる生活の変化 パナソニックの取り組みを通じて	パナソニック株式会社	ポストコロナとして、ICTの活用によるよりよい生活とは？
	第2回	食	ACAP会員企業の食品ロス削減への取り組み事例 生協の取組	ACAP西日本支部 大阪いずみ市民生活協同組合	社会にスポットを当てて食品ロス、食に伴うロスについて改革アイディアを考えよう！
	第3回	住			
R元年度	第1回	衣	足と靴の話―靴を安全・快適にお履き頂く為のダイアナの取組―	ダイアナ株式会社	自分のために靴を選択するということは?!
	第2回	食	トリドールの考える価値創造	株式会社トリドールホールディングス	料理中に出てくるゆで汁や廃食油に名前をつけよう！
	第3回	住	パナソニックの消費者志向経営～これからのスマートライフ（創エネ・省エネ・蓄エネ）	パナソニック株式会社	エネルギーのムダ使い～罪悪感を感じない解決策はこれだ！
H30年度	第1回	衣	花王の生活者視点活動～衣類用洗剤を中心にして～	花王株式会社	循環型社会・内なる消費ってなに？！
	第2回	食	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」は家庭や職場の環境をどのように豊かにできるか」
	第3回	住	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年度	第1回	衣	「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！
	第2回	食	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？
	第3回	住	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目指して	TOTO株式会社	水資源に対する消費行動を見つめ直そう！

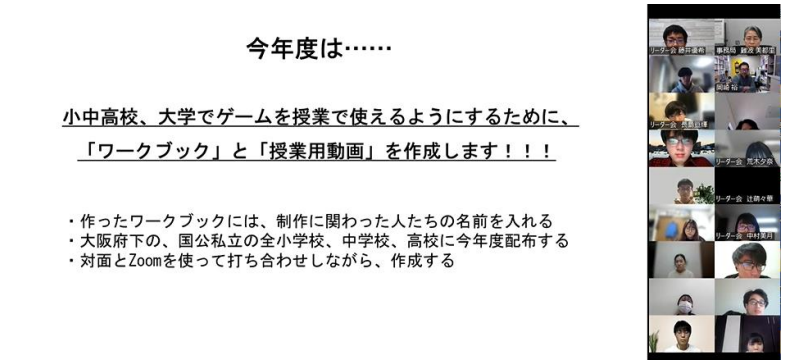
10 限目（1）：大阪府の消費者行政　上原なな 	 
10 限目（2）：令和３年度大阪府及び府内市町村の消費生活相談の概要　久川真奈 	
10 限目（3）：特定非営利活動法人消費者支援機構関西（KC’S）の活動 	 １．消費者団体訴訟制度について ＜制度の概要＞ （1）差止請求 ・事業者の不当な行為に対して、内閣総理大臣が認定した『適格消費者団体』が、不特定多数の消費者の利益を擁護するために、差止めを請求することができる制度です。 ・適用される法律と不法行為は、以下になります。 ①消費者契約法（不当な勧誘行為、不当な契約条項の使用） ②特定商取引法（不当な勧誘行為、不当な契約条項の使用） ③景品表示法（優良誤認表示、有利誤認表示） ④食品表示法（虚偽表示） ・「差止請求」を事業者が受け入れるか、「差止請求訴訟」で差止めを認める判決がだされると、事業者は、以降、差し止められた不当な行為を行うことはできません。 ・2006年の消費者契約法改正より制度が開始されました。
11 限目（1）：交流会①★リーダー会 テーマ：住 	  

<table>
<tr>
<td>11 限目（2）：交流会①★
リーダー会
テーマ：衣と眠り

</td>
<td> 

 </td>
</tr>
<tr>
<td>12 限目振り返り・13 限目修了式★
岡崎裕

</td>
<td> 

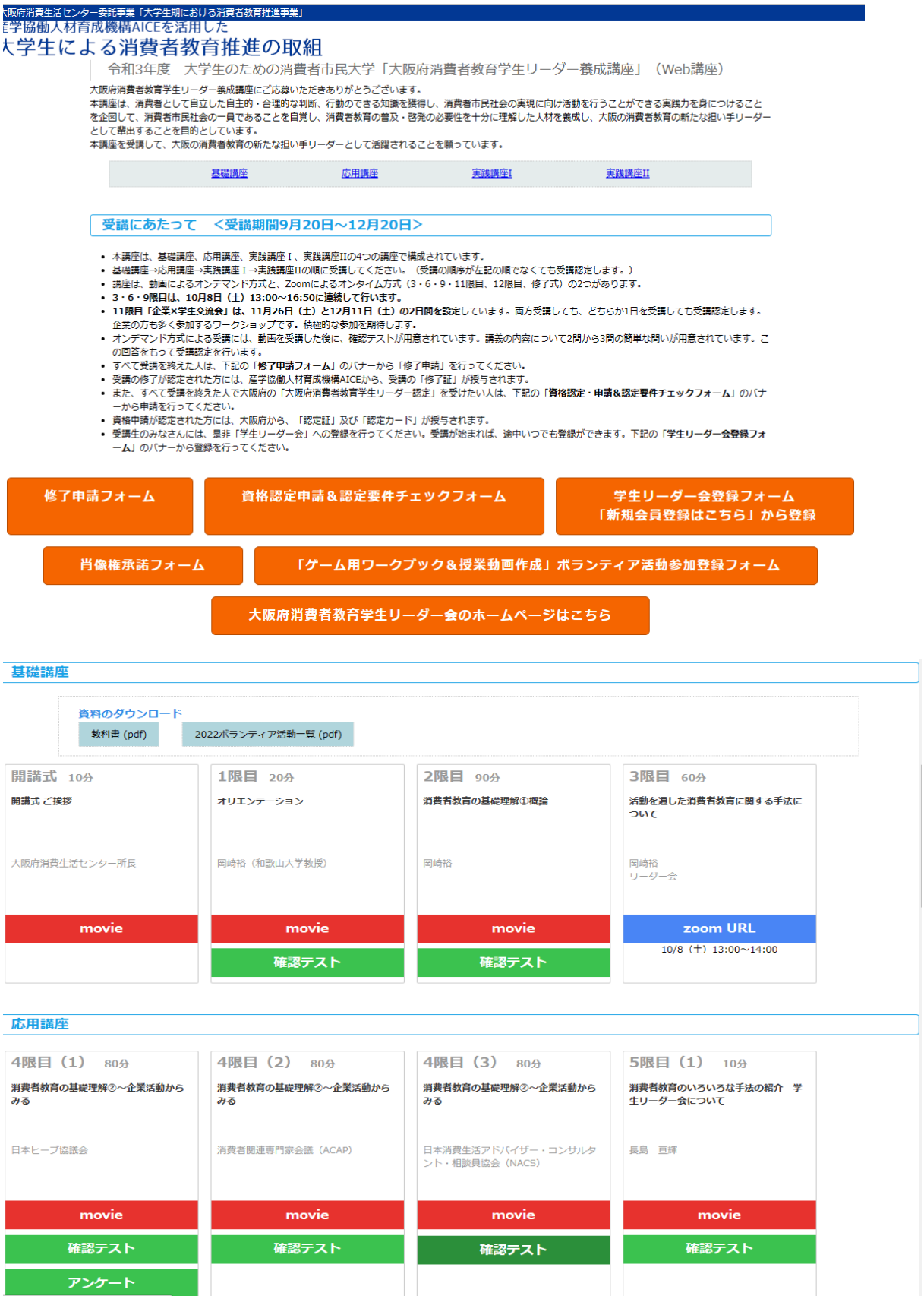
 

</td>
</tr>
</table>

★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 2 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20日～12月20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。
- **3・6・9限目は、10月8日（土）13:00～16:50に連続して行います。**
- **11限目「企業×学生交流会」は、11月26日（土）と12月11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。
- 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「新規会員登録はこちら」から登録

肖像権承諾フォーム　「ゲーム用ワークブック＆授業動画作成」ボランティア活動参加登録フォーム

大阪府消費者教育学生リーダー会のホームページはこちら

基礎講座

資料のダウンロード
教科書（pdf）　2022ボランティア活動一覧（pdf）

開講式　10分	1限目　20分	2限目　90分	3限目　60分
開講式 ご挨拶	オリエンテーション	消費者教育の基礎理解①概論	活動を通した消費者教育に関する手法について
大阪府消費生活センター所長	岡崎裕（和歌山大学教授）	岡崎裕	岡崎裕 リーダー会
movie	movie	movie	zoom URL 10/8（土）13:00～14:00
	確認テスト	確認テスト	

応用講座

4限目（1）　80分	4限目（2）　80分	4限目（3）　80分	5限目（1）　10分
消費者教育の基礎理解②～企業活動からみる	消費者教育の基礎理解②～企業活動からみる	消費者教育の基礎理解②～企業活動からみる	消費者教育のいろいろな手法の紹介　学生リーダー会について
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）	長島　亘輝
movie	movie	movie	movie
確認テスト	確認テスト	確認テスト	確認テスト
アンケート			

（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	11/26～12/18、 12/17、12/18 和歌山大学講座受講生	合計
応募者数	3 名	44 名	47 名
講座出席者数（一部含む）	2 名	40 名	42 名
講座修了者数	2 名	37 名	39 名
講座一部のみ受講者数	1 名（6 期生）	3 名	4 名
リーダー会登録者数	2 名	23 名	25 名
資格認定申請者数	3 名（6 期生 1 名含む）	19 名	21 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（53 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がそのままリーダー認定者数にならない場合がある。

＜令和 4 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
同志社大学	1			1			1	1
大阪教育大学	1			1			1	1
関西大学	1					1	0	0
武庫川女子大学（6 期生）	－			1			1	－
和歌山大学	40	5	9	1	3	22	31	21
近畿大学（和歌山大受講）	1			1		1	1	2
羽衣国際大学（和歌山大受講）	2				1	1	2	0
桃山学院大学（和歌山大受講）	1					1	1	0
合計	47 人	5 人	9 人	5 人	4 人	26 人	38 人	25 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。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、以下が挙げられる。

・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
・単位認定される科目であることから、学生に対する「消費者市民と社会」の科目告知を大学の履修科目申請の仕組みの中で行うことができ、受講生の目に留まりやすくなること
・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 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。

〇養成講座の全課程を修了する

〇交流会へ 2 回とも参加

〇ボランティア活動または授業の中の課題でもあるジレンマ問題 10 問作成など、1 つ以上参加する

〇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： 〇講義 960 分（90 分×10 回 1/3） 〇実習 630 分（90 分×7 回）
養成講座	11 講座　90 分×8 回	720 分
交流会	2 講座　120 分×2 日	240 分
ボランティア活動	・クリスマス親子イベント当日・準備 ・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	540 分 90 分

（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、昨年度好評だったことから、今年度は開催時間枠を拡大したことで、今年度はさらに増えて200名を超す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。イベントを担当した学生からは、当初自分たちが考えていたグッズの形があったが、小さい子どもたちからの提案により思ってもいなかった廃材の組み合わせで新しいものができあがるのを見て、自分たちにとっても学びの場となったとの感想があった。

ボランティア活動の一環として、今年度は第3回交流会の開催がなく交流会企画・運営を担当してもらうことができなかったため、12月後半から取り組み始めた小学生向けのワークブックの制作に参加してもらうこととした。泉大津のイベント終了後の振り返りの授業の最後に、ワークブック制作に参加するようリーダー会から呼びかけを行った。会員システムを通じてワークブック参加にエントリーしてもらった結果、5名の登録があった。3名の学生には、リーダー会のネット上での意見交換の場であるチャットワークに参加してもらい、ワークブック作成の議論に参加できるようにした。ワークブック作成では2回ほど対面でのリーダー会議を開催したが、今年度の受講生からの参加がなかったのが残念であった。今後、リーダー会に登録した学生には、リーダー会活動に関する情報を引き続きラインやチャットワークを通じて伝えていきたい。

（３）大学コンソーシアムとの単位互換の拡大

和歌山大学が開講した科目は、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コンソ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。今年度は、単位互換の仕組みをさらに広げコンソ大阪が参加できることになったことから、受講できる大学のすそ野が広がった。

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、以下が挙げられる。

・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）具体的に開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
南大阪コンソ会員大学の学生（単位互換提供科目）
コンソ和歌山会員大学の学生（単位互換提供科目）
コンソ大阪会員大学の学生（広域単位互換提供科目）

■募集・広報：
・和歌山大学の科目履修の仕組みで科目を開設し、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、コンソ和歌山及びコンソ大阪に科目を提供した。
・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。
・コンソ大阪では初めての参加ということで、内容が伝わるよう、チラシ（PDF）を作成し配布した。

今年度コンソ大阪からの履修登録申請した学生は 6 名にとどまった。南コンソでの他大学からの参加学生は 3 名にとどまっていた。現在、本講座については、大阪府との連携、企業との交流、リーダー認定などについて積極的に大学側に告知していない。そこで、受講生を増やすためには、学生にとっては魅力的でもあるこれらの取組内容について、次年度は和歌山大学及び南コンソの許可を得て、積極的に講座の魅力を伝えていくようなチラシを作り講座をアピールしていくことにも取り組んでいく必要がある。

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	◆事前オリエンテーション
基礎講座	◆消費者教育の基礎理論（Moodle オンデマンド講義）
応用講座	◆和歌山県消費者シンポジウム（JR 和歌山駅ホテルグランビア） 10 月 30 日（日）13：00～16：30　210 分

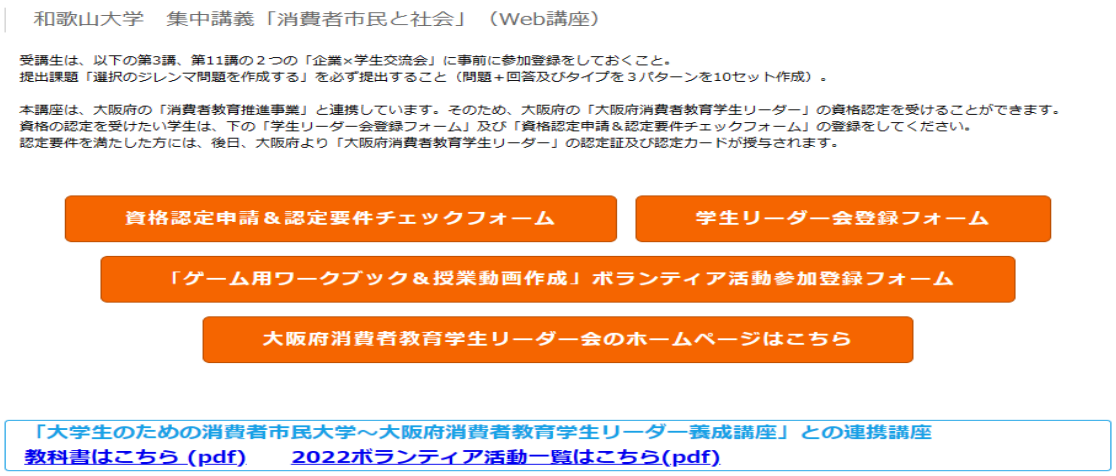
	◆消費者問題と企業活動（Moodle オンデマンド講義） ◆消費者教育学生リーダー活動（Moodle オンデマンド講義）
実践講座Ⅰ 実践講座Ⅱ	◆消費者教育の実践を学ぶ（泉大津市役所職員会館） 12 月 17 日（土）10：00～11：30 ◆消費者教育実践に向けた企画づくり（泉大津市役所職員会館） 12 月 17 日（土）13：00～16：30 ◆企業×学生交流会①②　Zoom オンライン ①11 月 26 日（土）13：30～15：30 ②12 月 11 日（日）13：30～15：30 ◆消費者教育の実践を学ぶ（テクスピア大阪） 12 月 18 日（日）10：00～15：00 ◆まとめと振り返り（テクスピア大阪） 12 月 18 日（日）15：00～16：30

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）	昨年度に続き、今年度も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、「消費者市民と社会」を受講して現在リーダー会活動に参加している学生から、リーダー会活動に参加している体験を伝え、ワークブック制作へ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、リーダー会及びリーダー認定申請ともに多くの学生が登録を行った。学業との両立について質問してくる学生もおり、講義動画や企業×学生交流会を通じてリーダー会活動について興味を持った学生がいることを知ることができる機会にもなった。 ※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
学生リーダー会登録フォーム
「ゲーム用ワークブック＆授業動画作成」ボランティア活動参加登録フォーム
大阪府消費者教育学生リーダー会のホームページはこちら

「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)　2022ボランティア活動一覧はこちら(pdf)

演習
「そのときあなたはどうする？ゲームであそぶ」
ゲームであそぶ

演習
「そのときあなたはどうする？ゲーム問題をつくる
ログインID 2022_6gen
パスワード1008
ゲーム問題をつくる

オンデマンド講義

第1講　90分
消費者教育の基礎理解①概論
岡崎裕
movie
確認テスト

第4講（1）　80分
消費者教育の基礎理解②～企業活動からみる
日本ヒープ協議会
movie
確認テスト
アンケート

第4講（2）　80分
消費者教育の基礎理解②～企業活動からみる
消費者関連専門家会議（ACAP）
movie
確認テスト

第4講（3）　80分
消費者教育の基礎理解②～企業活動からみる
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）
movie
確認テスト

第5講（1） 10分

消費者教育のいろいろな手法の紹介　学生リーダー会について

長島　亘輝

movie

確認テスト

第5講（2） 10分

消費者教育のいろいろな手法の紹介　大阪府消費者フェアでの活動

浦谷　拓弥

movie

確認テスト

第5講（3） 10分

消費者教育のいろいろな手法の紹介　リーフレット作成での活動

中村　美月

movie

確認テスト

第5講（4） 10分

消費者教育のいろいろな手法の紹介　企業×学生交流会による啓発

藤井　優希

movie

確認テスト

第5講（5） 10分

消費者教育のいろいろな手法の紹介　全国消費者フォーラムでの発表

長島　亘輝

movie

確認テスト

第5講（6） 10分

消費者教育のいろいろな手法の紹介　新聞取材や執筆依頼への対応

米澤　悠

movie

確認テスト

第5講（7） 10分

消費者教育のいろいろな手法の紹介　ホームページによる情報発信

中嶋　未歩

movie

確認テスト

第5講（8） 10分

消費者教育のいろいろな手法の紹介
Webゲーム「そのときあなたはどうする？」の紹介

藤井　優希

movie

確認テスト

第5講（9） 10分

消費者教育のいろいろな手法の紹介　大学での講義

荒木　夕奈

movie

確認テスト

第6講（1） 20分

大阪府の消費者行政

大阪府消費生活センター

movie

確認テスト

第6講（2） 20分

令和元年度大阪府及び市町村の消費生活相談の概要

大阪府消費生活センター

movie

確認テスト

第6講（3） 20分

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

特定非営利活動法人
消費者支援機構関西（KC's）

movie

確認テスト

第7講 120分

オンタイム 11/26（土）13:30～15:30
企業×学生交流会～ワークショップ編
第1回
テーマ：住

リーダー会
岡崎裕
企業

zoom URL

事後アンケート

参加申込フォーム

第1回企業×学生交流会次第

第8講 120分

オンタイム 12/11（日）13:30～15:30
企業×学生交流会～ワークショップ編
第2回
テーマ：衣と眠り

リーダー会
岡崎裕
企業

zoom URL

事後アンケート

参加申込フォーム

第2回企業×学生交流会次第

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

第２節　SDGs と消費者教育

１．SDGs と消費者教育

本事業においては、消費者教育を SDGs の目標を達成するための 1 つの取組として明確に定義し、学生リーダー認定に向けた研修プロセスから学生リーダーとしての対外的情報発信に至るまで、これを社会の持続的発展のための手立てとして位置づけた。2025 年開催予定の大阪における万国博覧会を念頭に置きながら、その担い手となる若年層の育成を、消費者教育という視点の中で戦略的に進めることとした。SDGs 全 17 項目においては、12 番目に位置付けられる「つくる責任　つかう責任」に関する項目を含め、1 番から 15 番までが課題ごとの切り口を示しており、16 番目がこれら全体を流れる「平和と公正」という価値理念、そして最後の 17 番目がこれらを実現に導くためのパートナーシップの必要性を示している。今回提案の取り組みについては、今後求められるであろう各課題間の「パートナーシップ」への布石として、消費者教育の担い手育成を位置づけていくこととした。その一環として、昨年度より、関西 SDGs プラットフォームに会員登録している。

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と、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双方を理解し、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。この３年間を通じて、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。5～６年目はコロナ禍で対面での活動はほとんど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。

7 年目の今年度は、コロナ禍の影響があるものの大学で対面の授業が始まる中で、学生たちの強い希望があり、いくつかのボランティア活動については対面で実施した。

１．第２ステージ自立化基盤強化に向けた対応～その２：リーダー会学生管理システムの導入

リーダー会の学生登録者数が昨年度末で 139 名となり、今後さらに増えていくことが予想される。そこで、7 年目の今年度、リーダー会の学生管理について、学生管理システムを導入し、今後増えていく登録者に対応できる体制を整備することとした。（資料 10 参照。）

（１）学生管理システムの導入

学生管理システム（以下、「管理システム」と記す。）とは、登録者一人ひとりに付与した ID とパスワードによってログインするマイページの中で、個人情報を本人が管理することができるオンラインシステムである。管理システムを導入することのメリットは以下である。

・多数の登録者の情報の更新について、会員本人が web 上で更新をいつでも行うことができる。そのため、事務局の更新作業が不要となる。
・既卒者の情報管理は難しいが、卒業後もマイページの中で更新することができることから、引き続きリーダー会に興味関心を持ってもらうことが期待できる。また、協力依頼もシステムを通じて行うことができるようになる。
・管理システムの中で、登録者に充ててメール送信でき、そのアーカイブも保存される。メールは送信先を登録者名簿から抽出することができるため、個人あてでも全員あてでも、必要に応じたメール送信が素早くできるようになる。
・管理システム内にある「イベント機能」を利用して、ボランティア活動の参加登録ができる。
・参加したボランティア活動は履歴としてマイページでいつでも確認できる。各人の活動履歴

が確認できることで、帰属意識やモチベーションが高まることが期待できる。
・学生から提出してもらう書類についても、本システムの投稿機能を使って、システム内で提出できる。

（２）管理システムの開発

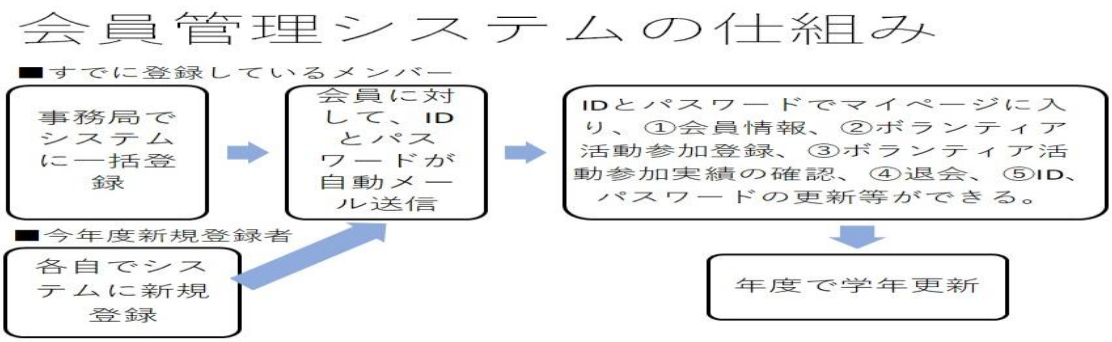
管理システムの開発にあたっては、開発コストを低減するために、有限会社ダブル・ワークスが提供する学会管理システムをリーダー会用に一部改修して利用することとした。学会管理システムは、会員情報登録・管理、会費徴収管理、学術大会などの参加登録、総会開催、退会など、学会管理の総合システムであるが、今回利用するにあたって一番の違いは、年会費や参加費を支払うのではなく、ボランティア活動に参加した学生に対して謝金の支払いを行うことであった。そこで、リーダー会の仕様に合わせた改修が必要となった。また、各種文言が学会仕様になっていることから、文言を自由に設定できるよう改修した。

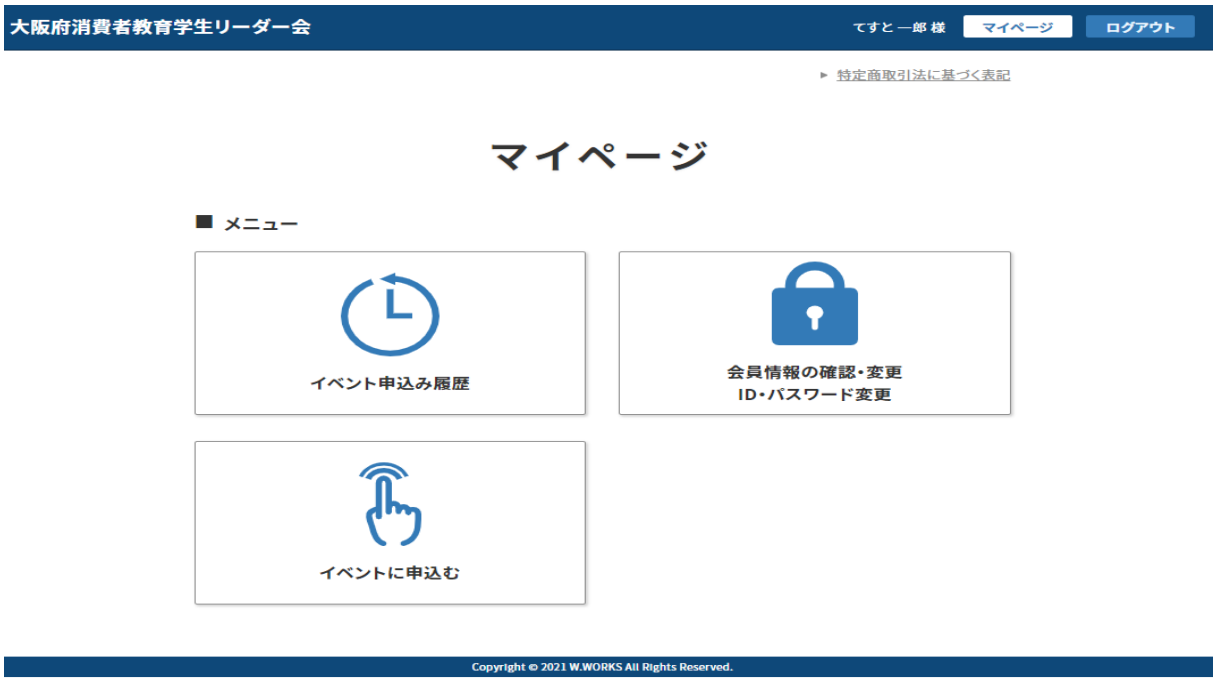
一方、ボランティア活動に参加したリーダー会の学生には謝金を支払うが、その年度の受講者についてはリーダー会登録を行っても謝金の支払いはしないことから、リーダー会用の管理システムとは別に、新規受講者用の会員登録システムを別途用意した。年度が替わった時点で、2022 年度受講生の登録情報は、リーダー会用の管理システムの CSV 一括登録機能を使って会員情報を移管する。2022 年度受講者は、2023 年度からはリーダー会登録者としてのマイページが提供され、他のリーダー会の学生と同様の対応を受けることができるようになる。

また、養成講座の受講申込についても、本システムを活用した。これまで、登録フォームを利用して参加登録を行ってきたが、登録フォームの一番のデメリットは、登録情報を自動で更新するすることができないため、事務局で登録情報の更新作業を行う必要があった。しかし、管理システムではデータベースで管理していることから、個人の登録情報は、個人からの更新があるたびに常に自動更新され、事務局での更新作業が不要となる。管理システムは、利用者にとっては更新のしやすさがあり、事務局にとっては煩雑な更新作業が不要となることから、利用する双方にとって効率化を図ることができるようになった。

（３）管理システムの仕組み

管理システムでは、会員に支給された ID とパスワードによってログインするマイページ内にて、リーダー会の会員自身が会員情報の更新、ボランティア活動の参加申し込み及び参加状況の確認、退会、ID・パスワードの変更等ができる。登録情報については、毎年学年の更新を行い、卒業生の把握を行う。なお、卒業生を含め、ラインから削除した者については、本システムよりリーダー会登録の退会処理を行う。





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難しくなった。そこで、引き続き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、「学校教育の中で消費者教育ができるように！」という指針のもとで、これまでリーダー会で蓄積してきた消費者教育に関するコンテンツを活用して、小中高校、大学の授業の中で活用してもらえるようなプログラムパッケージの開発に力を入れることとした。

リーダー会の活動の中心的テーマは、「消費者一人ひとりが自らの消費行動について考え、賢い消費者としてよりよい選択を行い、明るい地球の未来を作っていこう！」というものである。それが結果的に消費者市民社会の実現に一歩近づくことになると考えている。そこで、こうしたテーマを体現している「選択のジレンマ問題」や web ゲーム「そのときあなたはどうする？」を活用した授業パッケージを作り、小中高校、大学等に提供したいと考えた。ただ、「選択のジレンマ

問題」を作ることはそう簡単なことではないことが、この数年の取組の中で分かってきた。そこで、私たちの中心的テーマの前段にある「消費者一人ひとりが自らの消費行動について考え」という部分を授業の導入として工夫することとした。

３．ヒト（組織と役割）

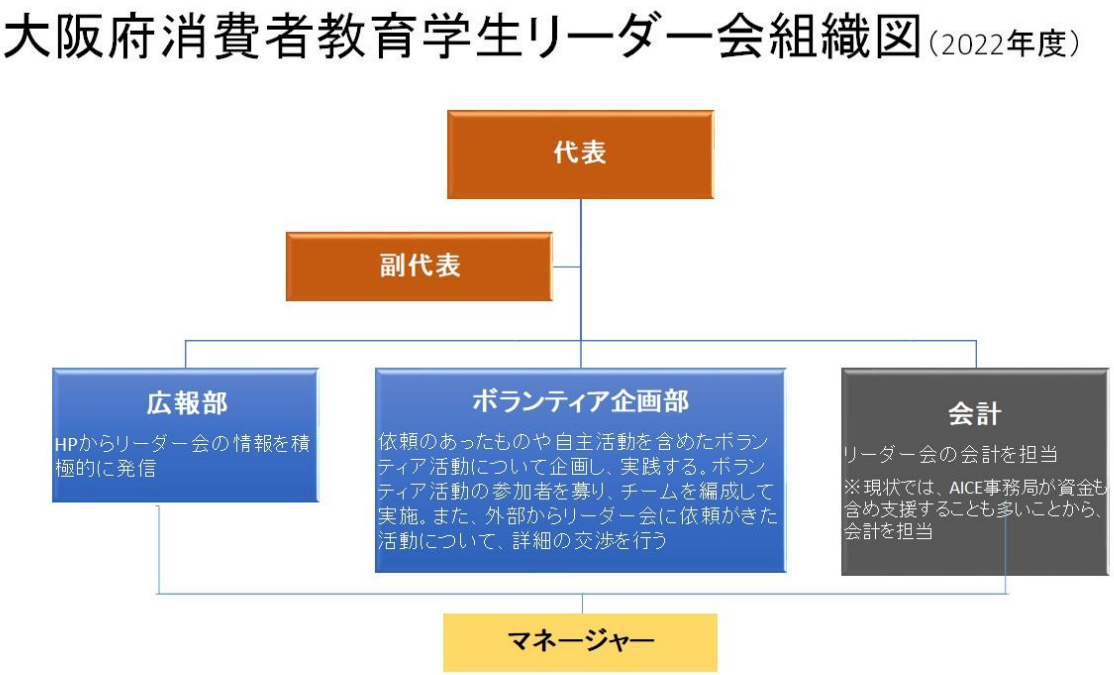
ボランティア活動の円滑な企画・実施にあたって、個別の活動ごとの運営支援が重要となる。

第２ステージとして活動が高度化・多様化するにつれて、年間を通して複数の活動を同時並行で進める機会が増加している。しかし、コロナ禍でオンライン活動が中心になったことを契機に不活動学生が増加しており、メンバー全員で各活動にあたることも多い。活動が増えることでリーダー会議の議題は多く、月１回では十分な議論ができず、会議の長時間化に繋がっていた。

そこで、個々の活動ごとに「チーム」編成を行い、チーム単位での会議・作業実施を促すこととした。その際、リーダー会議でも進捗報告の機会を設け、必要に応じて全体での議論も行う等、チーム内のみで完結させてしまうことを避けるよう配慮した。

オンライン活動で見えにくくなっている進捗報告や情報共有等をチームメンバー間で活発に行うよう誘導するために、「マネージャー」という役割を新設した。マネージャーは、管理システムを活用し、ボランティア活動の種類ごとに参加登録ができるようイベント設定を行い、会員に案内する。マネージャーが設定した各種のボランティア活動の募集は、マイページ内に現在公募しているボランティア活動を一覧にして、申込期間内であれば参加申込をできるようにした。

こうした現状を踏まえ、以下の枠組みとした。



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 4 回生） ◎副代表：米澤悠（5 期生、和歌山大学 4 回生） ◎マネージャー：藤井優希（4 期生、和歌山大学 4 回生）
広報部	リーダー会専用 HP を立ち上げ、リーダー会の情報を積極的に発信。 仲間を増やす情報の提供だけでなく、リーダー会が地域の消費者問題の啓発に役立つ学生組織であることを広くアピールし、協力者や賛同者を広く社会に求めることができるような情報発信を行う。 発信する内容や情報を企画し、とりまとめる。 発信する情報が不適切な内容にならないようリーダー会メンバーに徹底するとともに、管理運営を行う。 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 4 回生） ：辻萌々香（6 期、武庫川女子大学 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：中村美月（6 期、武庫川女子大学 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の一部復活とその効果

昨年度に引き続き今年度もコロナ禍の中で、大学の授業の対面が始まったものの、Web での講座の開講やリーダー会議のオンラインでの開催など、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はまだ常態化していない。しかし、リーダー会活動への依頼では、直接登壇するような依頼もでてきており、リーダー会議で対応について検討を行った。

学生から出てきたことは、対面で行うことのほうが効果が高い考えられるものについては、対面で実施することを選択したいということであった。そこで、以下の活動については対面で実施することとした。

・追手門学院大学での「キャリアデザイン」講座の実施（1 コマ）
・留学生との交流会の開催
・大阪弁護士会シンポジウムでの登壇
・ワークブック制作にあたってのリーダー会議（2 回）

今回、対面で実施したものの中で、追手門学院大学で行った授業や留学生との交流会は、初対

面の学生や留学生と消費行動について一緒に考える時間であった。追手門学院大学の学生たちにとって、普段当たり前のように過ごしている日々の消費行動について改めて見直す作業は、リーダー会の学生たちが直接呼びかけ、直接ワークショップの中に入って議論することで、考えを深めることができたように思われた。留学生との交流では、それぞれ国の違いが消費行動の違いを生んだり、異なる課題を抱えていたりと、1 つのテーマがどんどん広がっていくようなワークショップができた。それは、直接顔を見ながら質問したり、エピソードを思い出したりすることの成果であった。

ワークブック制作での対面は、極めて効果的であった。入稿原稿の作成時と初校が上がってきてからの最終校のブラッシュアップ時に対面での会議を行った。ここでは、表面的な疑問だけではなく、言葉の表現からくる問題の本質について課題を見逃さず議論を深めていくことができた。例えば、ジレンマ問題の問題と回答について考えた時、問題や回答の表現によって場面想定が変わっているものもあることに気づかされたり、3 タイプの回答を考える中で 3 タイプが示しているタイプ像について疑問が出され回答とタイプの関係について本質的な議論を深める結果となった。メンバーからは、対面だったからこそ、何気ない話から本質的な問題に切り込むことができたと、対面の効果を語っていた。

オンラインでの良さはこれまで多くを感じてきたところだが、今回対面で実施することで、気づいていない点について気づいたり議論を深めていくことや新しい課題にチャレンジするときは、対面が効果的であることを改めて確認する形となった。今後も、場合に応じて、オンラインと対面をうまく使ったリーダー会活動を行っていくことができればよいと感じた。

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 139 名に加え、今年度リーダー会新規登録者 26 名。合計 164 名。昨年度までは 21 大学からの参加であったが、今年度新たに 1 大学から参加があり、22 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、学生間の緊密な情報交換及び学生ネットワーク拡大を図る。
主な活動	・リーダー会による消費者教育の企画･開催･運営を定期的に実施し、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。 ・交流会を開催する。（講座内で実施） ・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貢献する。 ・リーダー会専用ホームページ等を通じて情報発信する。
リーダー会議	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。 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。
リーダー会代表等及び各部メンバーの決定	リーダー会の代表、副代表、各部リーダー、マネージャーは、リーダー会議において決定。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。 ボランティア活動ごとに、必要に応じて活動リーダーを立てる。今年度は、企業×学生交流会、ワークブック制作にリーダーを置いた。 〇企業×学生交流会リーダー：米澤悠（5 期、和歌山大学 4 回生） 〇ワークブック制作リーダー：荒木夕奈（6 期、武庫川女子大学 3 回生）
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、退会及び登録管理	リーダー会への入退会及び登録情報、ボランティア活動参加登録、ボランティア活動参加履歴等の管理は、今後、すべてリーダー会管理システムを通じて行う。 会員管理システム内に、所定の大阪府消費者教育学生リーダー会登録フォーム（資料 5）の項目を設定する。システムより新規登録を行う。登録時には、リーダー会のライン（SNS）に登録することを要件とする。
登録内容	・個人情報（氏名、所属大学、学部・学科、学年、連絡先（住所、電話、メールアドレス））

	・リーダー会活動への参加の意思 ・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（認定されているか否か） ・活動参加希望、卒業後の参加希望等 ・リーダー会のライン（SNS）登録 ・肖像権使用についての承諾書
学生指導支援員の導入	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。
学生の知識・スキル向上のための研修	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。
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「広報部」を中心に、学生の顔が見えるホームページづくりを行う。第２ステージとして、リーダー会の注目度を高めるための広報の工夫を積極的に行っていく。内容は以下の通り。 ・学生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、企業×学生交流会等） ・学生リーダー会への参加呼びかけ＆参加する方法の告知 ・Web ゲーム「そのときあなたはどうする？」の提供 ・ツイッターを強化し、随時学生リーダー会の活動を紹介していくなど、顔の見える HP づくりを強化する ・これまでの活動実績を紹介するコーナーを新設するとともに、外からの学生リーダー会活動へのオファーの受付ページを作成を検討。オファーに対する呼びかけ＆できることを提示する。 ・学生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、学生リーダー会から生まれた独自の造語を発信することで、学生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 ※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。（資料８「情報発信に係るルール最終（広報部）」）
大学の拡大	・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 ・リーダー会の学生がライン（SNS）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や大学コンソーシアムとの協力関係をつくり、受講生、大学を広げていく

既卒生への対応	リーダー会は、大学を卒業してもそのままリーダー会メンバーとして登録し続けることできる。社会人となったメンバーは、以下のような活動を通じてリーダー会支援を行うことを期待する。 ・本活動の社会への活かし方やその経験談を後輩に伝える ・現役生で対応できない場合、参加支援 ・交流会やその他ボランティア活動への支援 ・社会人として消費者教育啓発活動に参加 ※2018 年度のリーダー会議での決議に従い、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 ※今年度導入の管理システムの ID とパスワードを既卒生にも送付する時期に合わせて、現役生と既卒生の交流会を開催し、交流を図る予定

６．大阪府消費者教育学生リーダー会登録者数

令和４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
同志社大学	1
大阪教育大学	1
近畿大学	1
和歌山大学	23
合計　４大学	26 人
１回生	5
２回生	9
３回生	5
４回生	4
不明※	3

期生	登録者数	令和４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	0	3	7	6	0	0	0
４期生(R1 年度)	32	21	16	5	0	3	0	8
５期生（R2 年度）	13	10	6	4	1	2	0	0
６期生（R3 年度）	38	37	16	15	5	1	0	1
７期生（R4 年度）	25	25	5	9	5	4	0	2
合計	164	93	56	46	35	13	3	11

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	98（18）
追手門学院大学	17（17）
大阪成蹊大学	7（7）
芦屋大学	2（2）
帝塚山学院大学	5（5）
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	3（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	2（1）
大阪経済大学	1（1）
関西大学	3（2）
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
同志社大学	1
合計　２２大学	１６４人（７1）

※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、決定す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。昨年度から引き続き、今年度はさらにコミュニケーションを図るためにリーダー会議を月 1 回程度の定例会議を徹底して実施した。次のリーダー会議の間に検討すべき点が出た場合や議論が途中になった案件については、ChatWork ツール及びラインを使って、オンライン上で詳細を詰めていった。ChatWork は、今年度から有料会員以外は履歴の閲覧が期間限定に仕様変更になったことから、今年度からリーダー会用に有料契約し、リーダー会議の補足用コミュニケーションツールとして機能させた。

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 11 参照。）

会議	日時	場所	内容	参加者
第 1 回	令和 4 年 5 月 14 日（土）10：00～12：00	Zoom にて	・今年度実施する内容について意見交換 ・追手門学院大学から講義担当のオファーについて検討	4 期生 2 名 5 期生 2 名 6 期生 2 名
第 2 回	令和 4 年 6 月 11 日（土）10：00～12：00	Zoom にて	・7 月 4 日に行われる追手門大学の授業の打ち合わせについて ・今後のスケジュールについて	4 期生 2 名 5 期生 1 名 6 期生 3 名
第 3 回	令和 4 年 7 月 2 日（土）10：00～12：00	Zoom にて	・2022 年度の活動の流れについて ・Web ゲーム「その時あなたはどうする？」、「18 歳成年年齢引き下げ啓発」授業支援について ・消費者フェアに参加する件 ・留学生支援コンソーシアム大阪の留学生との連携企画　参加 ・リーダー会広報部メンバー追加 ・今後のスケジュールについて	4 期生 2 名 5 期生 2 名 6 期生 2 名
第 4 回	令和 4 年 8 月 7 日（日）10：00～12：00	Zoom にて	・生協の講演について ・養成講座の確認 ・動画出演者の決定 ・消費者フェアからの依頼 ・今後のスケジュール	4 期生 1 名 5 期生 2 名 6 期生 2 名
第 5 回	令和 4 年 9 月 10 日（土）10：00～12：30	Zoom にて	・留学生コンソーシアム概要について～山口様がいらっしゃるのでお話を聞く ・10/8 養成講座について ・各講座の担当者を決める合計 3 名 ・第 2 回交流会企画を考える（受講生が主催） ・西川と泉大津の布団屋の会社に依頼 ・事前研修 ・リーダー会管理システムについて	4 期生 1 名 5 期生 2 名 6 期生 2 名
第 6 回	令和 4 年 10 月 1 日（土）10：00～12：30	Zoom にて	・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	4 期生 1 名 5 期生 2 名 6 期生 3 名
第 7 回	令和 4 年 10 月 8 日（土）10：00～12：30	Zoom にて	・リーダー養成講座の 3 限、6 限、9 限の授業担当 ・交流会での受講生支援担当者を決める ・管理システムの説明及び登録案内	4 期生 1 名 5 期生 2 名 6 期生 1 名

特別（第8回）	令和4年10月31日（月）10：00～12：30	さかい新事業創造センター２階会議室	○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2名 5期生1名 6期生1名
第9回	令和4年12月4日（日）10：00～11：30	Zoomにて	・第2回交流会の担当、内容の確認 ・ワークブックについて	4期生2名 5期生1名 6期生2名
第10回	令和4年12月28日（水）10：00～12：00	Zoomにて	・ワークブックの内容検討 ・ワークブックと動画の関係整理	4期生1名 5期生1名 6期生1名
第11回	令和5年1月23日（月）11：00～15：30	W.WORKS事務所にて	ワークブック作成① ・原案を検討 ・ページ構成の検討 ・ジレンマ問題Q＆Aの選定 ・利用してもらう状況をイメージ	4期生1名 5期生1名 6期生2名
第12回	令和5年2月16日（木）11：00～16：00	W.WORKS事務所にて	ワークブック作成② ・初校について意見股間 ・授業の流れを想定して構成を見直し ・ワークの時間で子どもたちが書きやすい呼びかけ文の検討 ・特色文字色決定 ・動画担当者決定、動画台本作成依頼	4期生1名 5期生1名 6期生3名

第４節　大阪府消費者教育学生リーダー認定

１．認定要件

本事業では、下記の要件を満たした大学生を、大阪府が消費者教育の学生リーダーとして認定し、将来、大阪府の消費者教育の担い手として活躍することをめざした。なお、今年度の学生リーダー認定目標人数は 20 名以上を目標としたが、最終的な認定者は 22 名で目標を達成した。ただ、和歌山大学「消費者市民と社会」の講座を修了しながらリーダー登録やリーダー申請を行わない学生が 15 名程度いることから、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とともに、受講生募集の段階から、本取組との連携やリーダー会、リーダー申請についてわかるようなチラシを作成することも必要だろう。ちらしを見た学生は、履修登録を検討する段階で本取組について一定興味を持って参加する可能性があると考えられることから、次年度から、「消費者市民と社会」の履修登録の募集の際には、本取組の内容を伝えるチラシ作りを行い、受講生に前もって知らせておくのが良い。

【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。現在は、講座を Web 上で開講していることから、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 4 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（6 期生）	1
同志社大学	1
大阪教育大学	1
近畿大学	1
和歌山大学	17
合計　5 大学	２1 人
1 回生	5
2 回生	9
3 回生	4
4 回生	3
不明※	0

※今年度までの認定者数は 152 名となった。

1 期生	21 人	5 期生	10 人
2 期生	19 人	6 期生	37 人
3 期生	16 人	7 期生	21 人
4 期生	28 人		
合計		152 人	

第５節　リーダー会が開発した啓発教材の学校教育における利活用支援を軸としたボランティア活動

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、受講者にとってはコロナ禍でリーダー会のメンバーに直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、昨年度に引き続き、受講者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。

コロナ禍以前は企業×学生交流会企画（以下、「交流会」と記す。）・運営はその年の受講生が担当していた。今年度のボランティア活動は、交流会の開催時期を少し遅く設定していたことから、今年度の受講生に第 1 回交流会企画・運営を担当してもらうこととした。交流会企画では、テーマ設定、企業選び、企業への登壇依頼、当日の台本作り、ワークショップの企画、司会進行、ワークショップのファシリテータ役と、多くの役割がある。そこで、リーダー会の先輩に補佐役にはいってもらい、企画づくりや台本作りや当日の運営に至るまでサポートを行い、ノウハウを後輩に伝えていく役割を担当してもらった。交流会企画は、リーダー会活動の柱の１つであり、リーダー会活動の中心的なテーマをプログラム化していることから、リーダー会が行っている消費者教育啓発活動の理解を深めるにも効果的なプログラムと言える。

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	小中高校の消費者教育啓発 Web ゲーム「そのときあなたはどうする？」ワークブックの	12 月～3 月	小学生 学校教諭	・さかい新事業創造センター ・Zoom	Web ゲームを学校の授業や市民団体の人に使ってもらいやすくするために、ワークブックを作成する。内容は、消費行動における「選択のジレンマ」について	32	8

	作成				考え、問題と回答を作成しやすくするための支援ワークシートを中心に作成する。		
	小中高校の消費者教育啓発 Web ゲーム「そのときあなたはどうする？」授業支援動画作成	2 月～3 月	小学生 学校教諭	・さかい新事業創造センター ・Zoom	Web ゲームを小中高校などの学校で活用してもらいやすくするために、消費者教育啓発 Web ゲーム「そのときあなたはどうする？」の授業支援を行う。支援は動画を基本とし、授業動画を作成する。	35	5
2	留学生支援コンソーシアム大阪の留学生との交流企画	9 月～11 月 11 月 19 日	留学生	・さかい新事業創造センター ・Zoom	留学生との交流を企画する。リーダー会活動の海外への発信の足がかりに加え、国による消費行動や環境への配慮の違いなどをお互いに学びあい、意見交換する場を通じて、消費行動についての理解がより深まることを期待する。	25	5
3	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、動画撮影、テスト問題作成 8/23、8/25	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	12	6
4	大阪府消費者教育リーダー養成 Web 講義 TA	10/8	養成講座受講生	Zoom	Web 講座でオンタイムの授業（3 限、6 限、9 限）TA として授業支援	15	5

5	大阪府消費者フェア	10 月～11 月 11/5～12/5	一般	オンライン	消費者フェアに動画で参加するため、出店のチラシ作成、主催者側との連絡調整	2	1
6	Web 講座 企業×学生交流会	10/31, 11/26,12/11 事前準備（PP・台本づくり）	養成講座受講生、企業	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）	30	15
7	和歌山大学「消費者市民と社会」	12/18	和歌山大学「消費者市民と社会」受講生	テクスピア大阪	ワークブック作成呼びかけ、学生リーダー会登録及び―ダー認定申請の呼びかけ	2	1
8	追手門学院大学「キャリアデザイン」で 1 コマ 100 分講義を担当	7/5	追手門学院大学生 1～4 回生「キャリアデザイン」受講生	追手門学院大学総持寺キャンパス Zoom	追手門学院大学「キャリアデザイン」の講座 1 コマで、社会との関わりに気づき、自らの消費行動を見直すために、Web ゲームを活用した授業を実施。	28	7
9	Web ゲームの見直し	11 月～1 月	一般	・さかい新事業創造センター ・Zoom	ゲームの回答 3 タイプ名の見直し。タイプを環境に偏りすぎない、価値フリーの名称を検討	10	5
10	Web ゲームの問題・回答の見直し	11 月～3 月	一般	Zoom	これまで作成してきたゲームの問題について見直し、不適切なものについては修正、削除等を行う	35	7
11	生協での発表	7/9、11/9		Zoom	生協「かしこい消費者講座」で発表した	16	8
12	大阪弁護士会シンポジウムでの発表	3/18	一般	大阪弁護士会館	大阪弁護士会シンポジウムで、参加団体からの声としてリーダー会活動や活動で	4	2

					感じたことなどについて発表。		
13	ホームページでの発信	年間	一般	リーダー会ホームページ	リーダー会辞典の追加、ツイッターでの発信	10	3
14	日本消費者教育学会での発表	6/12	学会員	関西支部	動画でリーダー会の活動紹介、web ゲームの紹介を行った	4	1
15	学生リーダー会議	月 1 回程度開催 5/14、6/11、7/2、8/13、9/10、10/1、10/8、（10/31）、12/4、12/28、1/23、2/16	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。 交流会の事前研修のリーダー会議の一環として実施。	74	59

１．学校教育の中で Web ゲームを活用してもらうための教材開発（小学校向けワークブック及び動画の作成）

（１）web ゲーム「そのときあなたはどうする？」が学校教材として適している理由

リーダー会で開発した Web ゲーム「そのときあなたはどうする？」は、学校でオンライン教材として活用できるように、クラスの中だけの限定した環境で遊べるような仕組みや、作ったり遊んだりした子どもたちにアンケートを課すこともできるよう仕様を工夫して開発したものである。最も重要な点は、このゲームが、消費者市民社会の形成に寄与する市民をどう育てていくかということについて、「消費行動と選択」をテーマにして正面から向き合ったプログラムになっていることである。一人ひとりが自分の消費行動に向き合い、考え、明日の行動に移すことが求められるプログラムは、新しい学習指導要領が求めている探求的な学びであり、学んだ知識を社会に活かすためにどうすればいいのかを考えるプログラムでもある。消費行動は、何も物を買ったり、使ったりするだけではなく、社会や地球や周りの人のためになるような選択という賢さをも問われている。一方、消費行動は、極めて個人的な営みであるが、このように社会や地球や周りの人のためになる消費を選択することは、私的な営みが公的な営みへと変化もする。その選択の結果は、社会の環境や安全や安心や他者への思いやりを学ぶ機会にもなる。加えて、SDGs の 12 番目の目標「つくる責任　使う責任」に関連した内容でもある。

このゲームでは、1 つの問いに対して 3 つの回答が準備されている。その回答がわたしにとって、社会にとってどんな意味を持つのか考えるジレンマ問題になっている。ただし、問題は

極めて私たちの日常にある身近な問題であり、私たちの毎日の何気ない行動が、地球や社会や周りの人に何らかの影響を与えていることにも気づかせてくれる仕掛けになっている。

私たちの毎日の行動から、このゲームのジレンマ問題を通して環境のこと、社会のこと、周りの人のこと、安心で安全なくらしのことなど、ちょっと立ち止まって考えるきっかけになることを期待して作っている。大きな問題を身近なところから考えていくことできるこの web ゲームは、今学校教育で求められている要素をふんだんに盛り込んだプログラムになっていることから、オンラインを活用した教材として簡単かつ極上の教材と言える。

（２）ワークブックの作成

今回、学校教育の中で web ゲームを活用していただく前段階として、私たちの毎日の行動を見直し、そこに潜む選択のジレンマ問題に気づき、消費行動の見直しにつなげていくプログラムを考えた。このプログラムを実施するにあたって、考えてもらいやすくするためのワークブックを作成することとした。選択のジレンマ問題は、リーダー会活動の中心的なテーマである。このテーマが、いかに私たちの毎日の行動の中にあふれており、私たちは日々選択をしながら毎日を過ごしており、その選択した行動の結果が、今の社会の状況であり、環境問題の現状でもある。そのことに気づくことは、とても大事なことで、今の自分の選択が周りに与えている影響を考えることができるようになれば、その影響を良いほうに変えることで、社会にあるいろいろな問題解決の１つの解につながる。一人ひとりの小さな１つの選択をみんなで行うことができれば大きな問題を解決する力になることができるかもしれない。そんなことを考えながら、自分の行動を振り返ることができれば、きっと楽しいし、明日への希望にもつながる。

こうした思いを授業で使ってもらうためのワークブックに込めることとした。枠―ブックの作成に当たっては、リーダー会議を重ね、それぞれ役割分担をしながら、オンラインと対面とでワークブック作成にあたった。配布対象は、小学校、中学校、高校、大学と広く使ってもらいたいと考えているが、今年度は、まず小学生に理解して活用してもらえるようなワークブックづくりから手掛けることとした。

＜手順＞

① 企画づくり：オンラインでのリーダー会議で、どんなワークブックを作成すればよいのか、意見交換した。使ってもらう場面、教科、学年、何が身近な問題なのか、そもそもこのワークブックの到達点はどこなのかなど、企画づくりを行った。

② どんなコンテンツを盛り込むか：ワークブックに入れる内容について検討を行った。盛り込む内容は、①私たちは毎日「選択のジレンマ問題」に囲まれていることに気づく、②自分の行動を振り返り web ゲームで示しているタイプを示すことで、毎日の行動には意味がある事を知ってもらう、③毎日の行動に気づいたことを明日の行動につなげていってもらうように行動宣言を入れる、の３点に絞ることとした、この３点によって、このワークブックを通しての学びと到達点は、「毎日の何気ない行動にはそれぞれ自らが

選択したものであり、そこには意味がある。その気づきから改善したほうがよい行動があれば、明日の行動宣言として発表し、自らの行動変容につなげていく」ことである。

③ 企画をワークブックの素案に落とし込む：リーダー会議で重ねた議論の内容を、ワークブックの形にどう落とし込むかの作業に移った。「毎日の行動を振り返る」中で、私たちは日々選択し、その行動の積み重ねが、結果的に回りに影響を与えることもあることに気づいてもらうために、小学生が毎日行っている身近な行動を「ジレンマ問題」として Q&A づくりを行うこととした。朝起きてから学校に行くまでの行動、学校に行ってからの行動、放課後の行動などのシーンから 6 場面を取り出して問題作りを行うこととした。

④ 行動の意味に気づく：選択の 3 つのタイプは、それぞれの行動に意味がある。その意味について考えてもらうための仕掛けを組み込むこととした。自分の選択した回答がどのタイプになるかを知ってもらうこと。もう 1 つは選択にはそれぞれ意味があることをしってもらうこと。

⑤ 行動変容につなげる：選択の意味に気づいたら、自らの行動を変えていくことで、周りに良い絵強を与えることができるような選択について考えてもらう。考えるだけでなく考えたことを行動につなげてもらうために、「行動宣言」をするワークを取り入れることとした。

⑥ 色、ページ数などワークブックの体裁を検討し、完成させた。

（３）ワークブックを使った授業動画の作成

ワークブックを授業で使ってもらうために、ワークブックに基づいた指導案を作成し、授業用の動画を作成することとした。動画は、小学校の授業 1 コマ内で使ってもらえるよう全体を 30 分の動画とした。この動画を見ながら自主学習もできる形にするために、30 分通しての動画づくりを基本とした。ワークブックは導入から始まって STEP 1 から STEP 3 までの構成になっているが、それぞれの STEP での時間配分や児童のワークの時間なども計算し、全体を 30 分になるよう分割していった。導入、STEP1、STEP2、STEP 3 は、単独でも視聴してもらえるよう、4 分割した動画も準備することとした。

動画づくりにあたっては、まず指導案に基づいて台本を作成し、台本に沿って動画を撮影することとした。指導案と動画とワークブックを 1 パッケージとして一緒に使ってもらえるよう作成を進めていった。動画では、選択の意味や私たちの消費行動が社会に影響を与えていることや社会問題を解決する力にもなることなど、補足説明で紹介し理解を深めていけるよう台本作りを工夫することとした。今後、大阪府下の国公私立小学校 986 校にワークブックと動画、Web ゲームの案内を入れたパッケージを郵送する予定である。

２．留学生支援コンソーシアム大阪の留学生との交流企画

リーダー会では、以前から海外への情報発信について話題にしてきたが、これまで実現していなかった。今年度、留学生支援コンソーシアム大阪（以下、「留学生コンソ」と記す。）の協力を得て、リーダー会の学生と留学生との意見交換を通じて、国によって違うであろう消費に対する考え方や消費行動について知る機会として、「留学生との交流会」企画を実現させることとした。

（１）開催までの流れ

交流会を開催するまでに以下の手順で準備を進めていった。

① 留学生コンソのことを理解する

留学生コンソから担当の山口氏にリーダー会議に参加していただき、留学コンソのことや活動内容について紹介していただいた。今回、留学生コンソで実施している留学生ウィーク期間内にリーダー会とのコラボ企画が実現できるのは留学生コンソとしての楽しみであることを伝えていただいた。

② リーダー会議で留学生コンソとの交流会開催を決定する

山口氏の説明を聞いた後に、リーダー会議内で留学生との交流会企画を実現させることを決定した。

企画リーダーは、米澤悠（5 期生）が担当することとなった。どんな交流会にするかを議論する中で、対面での実施を決めた。初めて会い、意見交換する留学生とは対面で色々な意見交換がしたいというのがその理由であった。

〇実施時期：留学生ウィーク期間中の 11 月 19 日（土）13：00～15：00
〇会場：さかい新事業創造センター１階多目的会議室
〇テーマ：各国の消費行動から未来を考えよう

③ 企画書の提出と参加の呼びかけ

リーダー会議で決めた内容について、企画書にとりまとめ、留学コンソを通じて留学生に以下の案内文で参加を呼びかけた。

留学生交流会呼び掛け文 はじめまして！　大阪府消費者学生リーダー会の米澤悠と申します。 今回、留学生ウィークの間の 11 月 19 日（土）に世界中の消費問題について話し合い、異文化交流をするといった企画を考えました。 テーマは「各国の消費行動から未来を考えよう」です。 普段の生活に欠かせない「消費行動」について着目して、様々な国同士での違いを理解して、共通の課題を考え、より良い未来について模索します。

グループワークは二つします。一つ目は消費問題に関するフリートークで、二つ目は一つ目で話し合ったことについて深堀しながら共通の課題を考えます。 積極的に参加して、消費行動に対する新たな考え方を発見しよう！！

（２）交流会

交流会当日は、留学生、リーダー会が集まり、テーマに沿って消費に関わることについて意見交換を行った。当日は、リーダー会はイベント時に着用するお揃いの白のトレーナーで参加した。言葉は、日本語が中心であったが、話が複雑になってくるとリーダー会の学生も英語で説明したり、留学生が他の留学生の通訳をしたりと、お互いを理解するために工夫しながらのディスカッションとなった。

○出席者

留学生支援コンソーシアム大阪	4 名 （他 1 名）	アメリカ、ベトナム、 シンガポール／中国、ドイツの学生事務局の方
リーダー会	5 名	4 期生 1 名 5 期生 2 名 6 期生 2 名

○交流会の次第

13：00～13：10　開会式（10 分間）　・学生リーダー会活動紹介
・留学生コンソーシアム活動紹介
・テーマの趣旨説明

13:10～13:40　グループワーク①　それぞれの国の消費行動に関するフリートーク(30 分間)
13：40～13：50　発表①　（10 分間）
13：50～13：55　休憩　（5 分間）
13：55～14：00　グループワーク②の説明　（5 分間）
14:00～14:40　グループワーク②　消費行動に関する課題をいくつか発見しよう！(40 分間)
14：40～14：50　発表②　（10 分間）
14：50～15：00　閉会式　（10 分間）

○交流会の様子

グループワーク①では、「それぞれの国の消費行動に関するフリートーク」であった。留学生からは、日本とは違ったルールであったり、廃棄に関する考え方など、同じ消費行動といって国によって違いがあることを、改めてリーダー会のメンバーは学ぶ機会となった。続いてのグループワーク②では、「消費行動に関する課題をいくつか発見しよう！～自分自身の消費行動が環境負荷や社会環境の改善にどう役に立つことができるのか？」をテーマに話し合った。

１つのグループでは、ごみの捨て方について各国のルールを取り混ぜながらの解決策を示した。もう１つのグループでは、「なぜカキの養殖はあかんのか」をテーマにカキの養殖の際に使う用具が海洋プラスチックごみの要因の１つになることを指摘した。グループワークを重なる中で、日本のことだけ知ってい居ては気づかないことにも目を向けることの大切さを学ぶ機会となった。最後に、今日のファシリテーターである米澤君から、次年度にもつながっていくことへの期待を伝え、閉会とした。その後全員で記念撮影を行った。

３．追手門学院大学「キャリアデザイン」授業担当

追手門学院大学から、リーダー会に講義の１コマを担当してほしいとの要望が寄せられた。授業を担当されている教員から依頼内容を伺ったところ、「キャリアデザイン」という授業の中で、学生たちには社会とつながっていることを意識することで、社会の一員として自分は何をすべきかを考えていくことが１つの目標になっているが、社会と積極的につながっていこうという意識が希薄な学生も多く、中には社会とつながりたくないと考えている学生がいることもあるとのお話であった。

リーダー会に依頼があった理由は、消費者教育という枠組みではあるが、リーダー会が活動の軸に置いている「一人ひとりは小さな力だが、みんなが集まると大きな社会課題の解決につながる」という考え方や、そのことを軸に啓発活動を展開していることと、「キャリアデザイン」の目標の１つになっている社会の一員として自分のやるべきことを考え行動することとは、市民教育として共通していることがあったからである。

そこで、このオファーについてリーダー会議で検討した結果、引き受けることを決定した。

（１） 講義当日までの流れ

追手門学院大学で「キャリアデザイン」の講義を担当するまでに以下の手順で準備を進めていった。

① 授業の目的を確認し、カリキュラムを決定する

リーダー会議では、授業の目的と担当の教員が求めておられることについて理解し、どんなプログラムで実施すればいいか意見交換した。

本講義のねらいは、「大人になる存在として、社会への参画の意識や態度を高める」ことから、本時の目標を「「知らず知らずのうちに」自ら選択し、「知らず知らずのうちに」社会に関わり、地球の未来づくりに関わっていることに「気づく」」に設定した。理由は、社会と積極的に関わりたくない、あるいは関わろうとしない学生に、自分の意志とは裏腹に知らず知らずのうちに社会とかかわっていることや自分の行動が周りに影響を与えていることを知ってもらうことで、社会参画への意識を改めて考えてもらう機会としたかったためである。

この目標設定は、リーダー会の活動の基本が、自らの消費行動は結果的に社会や周りに影響を与えており、そのことを理解した上で自らの消費行動を考えることにあることから、その延長線上に、知らず知らずのうちに社会とかかわっていることに気づいてもらうには、自らの毎日の消費行動を改めて見直す場を提供することで、目標に使づくことができる、という考えに至ったからであった。

② カリキュラムを考える

授業の目標が決まったことで、それを授業カリキュラムにどう落とし込んでいくかについて検討を行った。カリキュラムを考えるにあたって、昨年度りんくう翔南高校で行った授業を参考に、Web ゲーム「そのときあなたはどうする？」を利用することをベースに考えることとした。その際に、りんくう翔南高校を担当した藤井君から、いきなりジレンマ問題を作成するのは難しいようで、高校生で最後までつくることができたのが 2 人だったという報告があった。リーダー会メンバーからも自分たちが受講生の課題で初めてジレンマ問題を作成した時に感じた難しさなどの意見が次々出てきた。

そこで、ゲームにたどり着く前に、導入部分として、まずは、私たちが社会とつながっていると考える「消費」について、「消費というのは毎日の生活であり、自分の生き方を体現していると言ってもいいもので、そこに注目して自分自身の在り方、社会へのかかわり方を考える」ということを中心に伝えるミニ講座 1 を置いて、まずは社会との関わりに気づいてもらうことから始めることにした。その後のワークでは、1 日の自分の消費行動を時系列に書き出してもらい、書き出した行動が、社会とつながっていることに気づく時間とした。

続くミニ講義 2 では、1 で気づいた毎日の行動が選択の連続で成り立っていることに気づいてもらい、その選択の先にある意味についても考えてもらう「選択のジレンマ問題」を考えてもらうこととした。りんくう翔南高校の事例を考えて、当日いきなり選択のジレンマ問題をかんがえてもらうのではなく、事前課題として web ゲームに問題と回答を作成してもらってくることで、作るときに困ったことや、難しかったことについて発表しあうことを通して、選択の先にある意味について理解してもらう形にした。

なお、ミニ講座やリーダー会の紹介部分については、できるだけ短い時間で講義を行い、グループワークの時間を多くとることとした。グループワーク時には、リーダー会メンバーが、グループファシリテーターとして入りワークを円滑に進めることとした。

③ 役割分担を決める

授業の流れとカリキュラムが決まったことから、それぞれの担当者を決めた。

＜担当者＞

〇全体ファシリテーター：藤井

〇導入：ファシリテーター、全員

ミニ講義 1：荒木（サポート中嶋）

ミニ講義 2：中村（サポート藤井）

〇リーダー会関連：長島

〇18 歳成年啓発：米澤

＜タスク＞

長島：ワークシートの作成、リーダー会紹介とお誘い台本

藤井＆荒木：ミニ講義 1 の台本作成

中嶋＆中村：ミニ講義 2 の台本作成

藤井：全体台本

米澤：18 歳成年啓発台本作成

（２） 当日のカリキュラム

当日の講義概要は以下の通りであった。

＜リーダー会参加者＞
長島亘輝※、荒木夕奈、米澤悠、藤井優希、中村美月、（サポート：中嶋未歩）　※代表
〇講座名：キャリアデザイン
〇受講生：2 回生～4 回生　全学部　25 名
〇時間：105 分（9：30～11：15）
〇教室：追手門学院大学　総持寺キャンパス　3 階 A361 教室
〇本講座のねらい：大人になる存在として、社会への参画の意識や態度を高める
〇本時の目標：「知らず知らずのうちに」自ら選択し、「知らず知らずのうちに」社会に関わり、地球の未来づくりに関わっていることに「気づく」
〇事前課題：Web ゲーム「そのときあなたはどうする？」の問題を 1 問登録しておく
グループワークで使うワークシートに記入の上参加する
〇集合時間：JR 総持寺駅改札口　8：40

（３） 事後アンケート

講義終了後、担当の先生から、普段の授業より学生の授業への積極的な参加が見られたこと、授業の内容についても分かりやすくスムーズだったとお褒めの言葉をいただいた。

授業終了後に、受講した学生への事後アンケートを行った。

設問は以下の 3 問で、20 名が回答した。
① 消費者としての社会とのつながりをどのように感じましたか？
② 日常の中のどのようなジレンマを発見しましたか？
③ 消費者市民（社会の一員）として、今後どのように過ごそうと考えますか？

① では、「日常の中での消費の際にさまざまな選択・ジレンマがある事が分かった」の回答に代表されるように、毎日の行動で私たちは選択をしながら生活していることへの気づき、それら選択がジレンマを抱えていることへの気づきについて、いずれかの回答が全員から得られた。

② では、「一つの消費には、様々な関連・つながりによって成立している事」、「社会とつながりのないと思っていた個人的なことでも何かしら、社会とのつながりをもっているのだと思った」、「日常生活のほとんどのことが社会とつながっていると感じた」と、本時の目指している「社会とのつながりへの気づき」についての回答は、100%であった。さらに、行動変容につながる回答として、「主流になってきている SDG s のような取り組み、消費活動の減少は少し意識するだけでも変わると感じた」、「消費活動の減少は少し意識するだけでも変わると感じ」のような行動変容につながる回答をする学生が 30%いた。

③ では、「なるべくロスを無くしながら行動を選択しようと思った」、「感覚で選ぶとかではな

く、もっと一つ先のことを考えて選択しようと思った」、「モノの消費やモノを購入するときに社会のことを考えて行動しようと思う意識が高まった」、「食品ロスを減らし、無駄のないように生きていきたい」を代表とするように、学生からは、自らの消費行動について消費者市民社会の一員としての社会に配慮した行動をしたいとする学生は、100%であった。

以上のアンケート結果から伺えるのは、105 分という短い本授業を通して、本時で目指していた「社会とのつながりを意識」し、さらには、「自らの消費行動がジレンマの中で選択」されており、その要因の 1 つが「消費行動が社会とつながっており、社会に何らかの影響を与えている」ことへの気づきがほぼ全学生の回答から見て取れたことだ。自らの消費行動を見直し、次の消費行動を変えていこうとする姿勢を示した学生が 30%いたが、③の質問では全員の学生が社会を意識した消費行動をしたいと考えていることも分かった。

これらの結果から、本講座で学生が伝えたいことは、受講生にほぼ伝わったと言える。昨年度高校生にジレンマ問題をつくってもらう授業を行ったが、最後までジレンマ問題を完成できた生徒は 2 名だけだった。その時の反省を踏まえ、導入部分で自らの行動を見つめ直す作業とその行動の意味や影響について伝えるミニ講座やワークを付け加えたことで、理解度がより深まったと思われる。いきなり選択のジレンマ問題を考えることは、自らの消費行動が及ぼす影響や社会とのつながりについて考えをめぐらすことなくただ問題を考える作業になっていたことに改めて気づかされた。今回の体験を、今年度作成するワークブックの内容を検討する際にも活かすこととした。

【カリキュラム　105 分】

時限（分）	講座内容	講師
9:30 導入 （5 分）	**リーダー会　自己紹介** **リーダー会について簡単に紹介（長島）**	メインファシリ藤井 長島 全員
9:35 ミニ講義 1 （5）	**消費って何？** リーダー会の活動コンセプトとその意味を伝える（一人ひとりの力は小さくても・・・） 「消費というのは毎日の生活であり、自分の生き方を体現していると言ってもいいもので、そこに注目して自分自身の在り方、社会へのかかわり方を考える」ということを中心に伝える。 到達目標　消費について興味を持つ	荒木
9:40 GW 1 （15）	**あなたにとって社会とのつながりってどんなところ？～消費を通して社会とのつながりについて考える** 自分は社会とのつながりなんてない、あるいは、つながりたくないと思っている人も結構いるのではないか？しかし実際には、ごみは捨てるし、トイレに行く、水道やガスも使って、食べ残しはするなどなど、日々の生活で、意識するしないに関わらず、消費を通してめちゃくちゃ関係していることに気づく時間。これをグループワークで話し合う。 到達目標　消費を通して社会とつながっていることに気づく	メインファシリ 全員（各グループに入る） ワークシート学生が持参 個人で考えたことを共有
9:55 全体共有 1 （10）	**グループで話し合った内容を発表し全体共有**	メインファシリ
10:05 ミニ講義 2 （10）	**ゲームを使って「選択のジレンマ問題」を考えよう！** 宿題になっていた Web ゲーム「そのときあなたはどうする？」を制作した目的やジレンマ問題とはどういうことかを説明し、宿題で各自やったことの意味を確認してもらう。 到達目標　「選択のジレンマ問題」の意味を知る	中村
10:15 GW 2 （30）	**各自作った「選択のジレンマ問題」について考える** 知らず知らずのうちに社会とかかわっていることを、ジレンマ問題を通じて再確認してもらうための時間。 ・作ってきた問題をどう思ってこの問題をつくったか一人ひとり発表 ・各自の発表を聞いてどう感じたかを全体で発表 ・結果的にあらためて、ジレンマ問題に直面しながら私たちは日々選択をしていることに気づく 到達目標　選択のジレンマ問題は自分たちの周りにたくさんあり、自分も日々選択のジレンマを解決しながら生活していることを知る	メインファシリ 全員 シートに具体的に何を考えたかを書く。 全体で画面を共有(みんなで問題を見る) 何を感じたか共有
10:45 最後に （5）	**リーダー会紹介とお誘い** リーダー会の活動を簡単に紹介（企業×学生交流会、ボランティア活動、18 才成年年齢引下げ）。今年から、和歌山大学の授業を大学コンソーシアム大阪の学生も広域単位互換制度を使って単位を取得でき、申請すると大阪府からリーダー認定してもらえるので、興味があったら参加してね！とお誘いする！！！	長島 米澤

４．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 9 講座を、6 人のリーダー会メンバーが担当した。例年 6 講座程度であるが、昨年度新しい取組が増えたことから今年度は 9 講座とした。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。

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 4 回生）
（2）大阪府消費者フェアでの活動	浦谷拓弥（2 期生、大和大学卒業）
（3）リーフレット作成での活動	中村美月（6 期生、武庫川女子大学 3 回生）
（4）企業×学生交流会による企画・運営	藤井優希（4 期生、和歌山大学 4 回生）
（5）全国消費者フォーラムでの発表	長島亘輝（5 期生、摂南大学 4 回生）
（6）新聞取材や執筆依頼への対応	米澤悠（5 期生、和歌山大学 4 回生）
（7）ホームページによる情報発信	中嶋未歩（4 期生、和歌山大学 4 回生）
（8）Web ゲーム「そのときあなたはどうする？」の紹介	藤井優希（4 期生、和歌山大学 4 回生）
（9）大学での講義	荒木夕奈（6 期生、武庫川女子大学 3 回生）

５．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、オンタイムの Zoom の 3 講座について 1 日にまとめて実施することとし、受講生の負担軽減を図った。以下について、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
3 限目「活動を通し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「活動を通し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」	・第 1 回企業×学生交流会企画・運営の企画を考える
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

６．大阪府消費者フェアへの参加

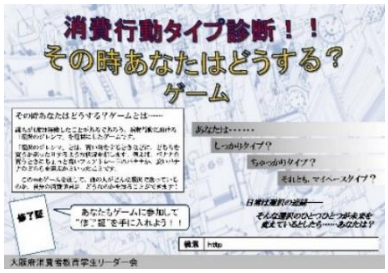
大阪府が毎年実施している府民に向けた消費者イベントで、消費者教育関係の消費者団体が多数参加する。今年度は、昨年度に引き続きコロナ禍のため、すべて Web 配信による開催となった。今年度も、リーダー会への参加依頼があった。実際には、①Web ゲーム「そのときあなたはどうする？」の提供、②Web ゲーム「そのときあなたはどうする？」の紹介チラシ作成で対応した。（資料 15）

＜消費者フェアでの実施概要＞

期　間　　令和 4 年 11 月 5 日（土）～12 月 9 日（金）

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：事前に収録した参加団体の活動を公開
＊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

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

７．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 18 日(日)
TA としての役割	・リーダー会活動の事例紹介 ・リーダー会登録の呼びかけ ・ワークブック作成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	1 人（4 期生 1 人）

当日は、200 名の親子が参加して、泉大津市の毛布の廃材を利用したクリスマスグッズづくりを楽しんだ。

８．Web ゲームの見直し（３つのタイプ名の変更）

Web ゲームでは、消費行動のタイプを 3 つのタイプ：しっかりエコタイプ、おっちょこちょい、マイペースタイプ、ちゃっかりエコもう一息タイプに分類し、各自の消費行動の見直しに役立ててもらうようにしている。しかし、この 3 タイプのネーミングについて、エコが重視されていること、3 つのタイプに優劣はつけないとしながらもネーミング自体から優劣が想像されかねないという指摘を、以前から受けていた。

そこで、かねてより懸案事項であったタイプ名に関する指摘に対して、今年度、優劣を連想させない、エコに偏らないネーミングをリーダー会で検討することとした。そこで、新しいネーミングが以下である。

新	旧	意味
ハッピータイプ	しっかりエコタイプ	ものを選ぶとき、自分のことだけでなく、環境問題や社会のことや安心・安全のことを考えて選ぶタイプのこと。
マイペースタイプ	おっちょこちょい、マイペースタイプ	ものを選ぶとき、自分が好きなことや大事にしていることを一番に考えて選ぶタイプのこと。よく考えないでときどき失敗することもある。
ラッキー＆ちゃっかりタイプ	ちゃっかりエコもう一息タイプ	自分の行動が結果的に周りに影響を与えるような行動を選ぶタイプ。ものを選ぶとき、安いものや無料サービスなどがあるとついお得な安いものを選んでしまうタイプも含む。安いものを優先するあまり、環境問題や安心・安全が後まわしになることも。

Web ゲームのタイプ名の変更に伴い、管理者用のシステム修正を行った。併せて、テーマの追加やタイプ名変更の修正に加えて、より学校で使いやすくするように改修を行った。なお、今後テーマやタイプ名称の変更などが起きた場合システム修正しなくても対応可能にするために、管理画面で修正対応できるよう改修を行った。

・テーマの追加
・タイプ名称の変更
・アンケート作成機能の改善
・テーマ、場面の追加
・CSV のアップロード機能の追加・
・自分たちで遊ぶフローの追加（利用者用 ID・パスワードでログインした人だけ限定対応）

９．Web ゲームの問題・回答の見直し

Web ゲーム「そのときあなたはどうする？」ゲームに登録された問題・回答のセットは 509 になる。リーダー会で作成したものに加え、毎年受講生が作成したものが蓄積されている。ただ、Web ゲームでは、問題をつくる際にテーマや場面設定などが新たに加わり、また、タイプ名称の見直しなどがあり、ゲームの問題と回答の見直しが必要になってきた。

特に、今回リーダー会で議論を重ねてきたタイプ別の回答を作成する際に、毎年受講生は中間となる「ラッキー＆ちゃっかり（旧ちゃっかりエコもう一息タイプ）」の回答を作成する際に、難しさを感じる学生が多かった。回答作成の難しさは、回答の不正確さにつながる場合も多く、実際、タイプ名と回答が不適切な内容になっている場合が散見されることの指摘も多かった。

そこで、今年度、これまで蓄積してきた問題・回答の見直しを行うこととした。

問題・回答をゲームシステムから一括ダウンロードし、google スプレッドシートを活用して、各人担当を決めて問題と回答の見直しを行うこととした。来年の受講生が利用することまでには見直しを終える予定である。

第６節　企業×学生交流会の開催

１．リーダー会主催の Zoom による交流会の開催

（１）Zoom による交流会開催

今年度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、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受講者からの要望を組み込み、企業の基調講演を 40 分間で実施した。そのため、交流会の開催時間を 30 分増やし 2 時間とした。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、昨年度第 3 回に予定していた「衣と眠り」が、実施直前でコロナ禍により中止になったことから、今年度、ご協力いただく企業の西川株式会社様に登壇いただけることになったことから、同じテーマで第 2 回を行うこととした。第 1 回は、受講生が企画を担当し、航空関係、観光関係と色々なテーマを検討したが企業との調整がうまく整わず、最終的にサラヤ株式会社様にご登壇いただくことが決まり、「住」をテーマとすることになった。

交流会	メインテーマ
第 1 回	住
第 2 回	衣と眠り

＜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と今年度の受講生が担当した。去年はファイｓりてーたーの不足人数については、OB･OG に協力を得て実施したが、

今年度は依頼したものの応募がなく、岡崎先生に入っていただいた。今後、OB・OB が参加できるよう、会員管理システムを活用して、参加しやすい環境を作っていくことを進めていくことが必要となるだろう。

＜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。

（２）事前研修

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	2022 年 10 月 31 日（月）13：00～15：00
場所	さかい新事業創造センター　2 階会議室
講師	大串　恵太（追手門学院大学）
研修内容	・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	・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しての注意事項は、Google スライドのトップページにまとめ、参加者全員が確認できるよう開始前からファイル共有 ・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
検討した点	・テーマを検討する中で、「応援消費」について意見交換を行った。リーダー会では、賢い消費者を育てるために、「高いから買わない」という価格だけの判断だけでなく、環境問題を頑張っている、人権を大事にしている、困っているから応援するなど、価格に「応援」が含まれている場合もあることから、頑張っている人を応援するための「応援消費」は、今後リーダー会にとって、もう 1 つのキーワードになるのではないかという議論が深まった。そこで今回、第 1 回交流会では、「応援消費」についてワークショップを行うことが決まった。

（３）第１回企業×学生交流会

第１回交流会

日時	令和 4 年 11 月 26 日（土）　13:30～15:30
会場	Zoom にて
テーマ	住
担当	総合司会：白石空（大阪教育大学、受講生） メインファシリテーター：内田光紀（同志社大学、受講生） グループファシリテーター：長島亘輝（摂南大学、5 期）、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）、荒木夕奈（武庫川女子大学、6 期）、辻萌々華（武庫川女子大学、6 期）、白石空
参加者チェックイン	テーマ「物を購入する時に気をつけること」
消費者を大事にする企業活動紹介	○サラヤ「緑の回廊プロジェクト」 サラヤ株式会社調査員、認定 NPO 法人ボルネオ保全トラスト・ジャパン理事　中西 宣夫
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」	○応援消費について考えよう！ （導入）応援消費をしたことがありますか？ （メインテーマ）どうしたら応援消費を広げることができるか？その方法を考える

令和4年度大阪府消費生活センター事務事業「大学生間における活動事業費補助事業」
地方独立行政法人大阪産業技術研究所産業技術総合研究所「大阪府消費者教育学生リーダー養成講座」第3期（リーダー）～
大学生の力を活かす高める和歌山大学「大阪府消費者教育学生リーダー養成講座」（1年目）

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

2022年11月26日(土)　13：30－15：30

Zoomにて開催

第1回テーマ
住

次　第

	時間	プログラム	総合司会： 2022年度リーダー養成受講生 白石堂(大阪教育大学)
1	13:30(4)	交流会の趣旨説明	大阪府消費者教育学生リーダー会代表 長島直輝(和歌山大学)
2	13:34(1)	岡崎先生のお話	岡崎裕(和歌山大学)
3	13:35(8)	参加企業のご紹介 (Zoomのチャットでは、企業のご紹介もあります)	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
4	13:43 (7)	参加者チェックイン 「物を購入する時に気をつけること」	全員
5	13:50(40)	消費者を大事にする企業活動紹介 「サラヤ「緑の回廊プロジェクト」」 ・企業の活動について紹介 ・100万人プロジェクトについて紹介	サラヤ株式会社　顧客員 認定NPO法人ボルネオ保全トラスト・ジャパン 理事 中西 宣夫 (公益社団法人消費者関連専門家会議(ACAP)　会員企業)
6	14：30(30)	今日のテーマ趣旨説明 「応援消費について考えよう！」 ・リーダー会で定義する応援消費について	2022年度リーダー養成受講生 内田 晃紀(和歌山大学)
7	14：40(35)	グループワーク ①応援消費をしたことがありますか？ ②どうしたら応援消費を広げることができるか？その方法を考える	全員
8	15：15(15)	全体共有＆まとめ	各グループ代表者 内田 晃紀(和歌山大学)
9	15：30	閉会	白石堂(大阪教育大学)

拡大版は、資料 17 参照。

＜参加者数＞

種類	参加者数	備考
学生	34 人	大阪府講座受講生 2 和歌山大学講座受講生 32
リーダー会	6 人	4 期生 1、5 期生 2、6 期生 3
企業	1 4 人	ACAP:ハウス食品㈱、サラヤ株式会社 3、住友生命保険相互会社、イカリ消毒株式会社、有限会社カスタマーケアプラン NACS：環境問題研究会 4、西日本支部長事業委員会委員長 日本ヒーブ協議会：代表理事、株式会社山田製油
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	57 人	グループ分け 8 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（ブレー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　白石空(大阪教育大学)

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：長島亘輝（リーダー会代表、摂南大学）

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。

ACAP：自己紹介）　→（NACS：自己紹介）→（日本ヒーブ協議会：自己紹介）

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、
「物を購入する時に気をつけること」

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 基調講演

基調講演として、サラヤ株式会社の中西宣夫様から「緑の回廊プロジェクト」について 40 分の講演をいただいた。サラヤ㈱は、ヤシの実洗剤など環境に優しい洗剤を作っている企業だが、サスティナビリティ推進を図り、積極的に社会課題の解決に向けた活動を行っている企業である。原材料となるヤシの実を育てるプロジェクトでは、ヤシの実の利用を進める一方で現地の環境を守る活動も続けていることを動画を交えて紹介された。

⑦ ワークショップ

サラヤ㈱の企業活動紹介を受け、社会課題の解決に向けて積極的に企業活動を進めている企業に対して、こうした企業を応援することも含め、今日のテーマは、「応援消費について考えよう！」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「応援消費をしたことがありますか？」では、ここでの「応援消費」を、利用が落ち込んでいる企業を助けたり、少し値段は高いが環境や社会に優しいものを作ったり、人権に配慮した企業等の活動を応援する消費のことと定義した上で、「応援消費」の意味や必要性について考えていきます。その足掛かりとして、自分自身が「応援消費」をしたことがあるかを振り替えてってもらう時間にしました。その後に、メインテーマ「どうすれば応援消費を広げることが出来るか。その方法を考えましょう。」に移り、企業・学生はそれぞれ生産者の立場、消費者の立場として「応援消費」とどう向き合い、その意味を理解し、応援消費を広めていく方法について話し合っていただきます。

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 8 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）

⑧ 全体共有

8 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。
発表内容は以下であった。

＜応援消費を広げる方法：グループ発表の内容＞

・多くの人が意識しなくても目につく、SNS などに環境ラベルとその意味を表示する。
・YouTube や Twich などの動画コンテンツの合間に応援消費を促す広告を取り入れる。
・学校などの教育機関で学ぶ機会を設ける。
・地元を応援する（地元の特産品）、身近な人の応援（上司、友人等）、フードロスを減らす
・エシカルやフェアトレードのマークの認知
・商品の魅力を高める
・商品の味やデザインの付加価値
・商品の購入がどのような結果に繋がっているのか分かりやすくする
・生産地や生産者の顔や製品の成分を分かりやすくする
・毎回応援消費を行うのではなく自分の余裕がある分だけ行ってみるという消費者の意識
・規格外商品の利用、生産地に行って生産体験を行えるツアー
・SNS の活用
・動画や画像を用いる
・体験会
・大学活動の一環としての体験
・子供の夏休みの課題として
・商品の棚にポップをつける
・店頭で説明販売
・消費者の近くで宣伝活動
・多くの人の口コミ等で消費者に意識を持ってもらう
・応援消費という物がどのようなものなのかをお客様に浸透させることが大事。クーポンを使わない。なぜ，その商品が他と比べて値段が違うのかという背景を知ろうとする心掛けが大事，企業側もそのことを消費者側に知らせることも必要。
・応援消費がどのようなものなのかをはっきりさせないといけない。
・記載されている内容を裏側の表示などをみて見極めることも大事。
・応援消費を知らないことが問題？
・応援消費やマークを知ってもらう
・事消費やモノ消費など様々な種類がある
・企業は知ってもらう努力、消費者は知る努力が大切
・値段が高い背景を伝える、購入すると特典がある、身近な例を出す
・消費者は選択する自由がある、意識を持ってもらうことが必要

・有名人やユーチューバー、インフルエンサーに情報発信してもらう
・値段がするため自分へのご褒美
・割引クーポンなどを積極的に使用して、産業ごと盛り上げていく
・企業目線：技術改革を利用して、安く買えるし、地元の産業も盛り上げお互いにメリットがあるようにする
・小さい頃から授業として取り入れることで、裏側を知り意識が変わる
・メリハリをつけた行動をする
・自分の好きな物を買うことも応援消費に繋がる
・洋服など安いものを買うのではなく、高くても長く使えるようなものを買うようにしている →環境への配慮
・ライブのグッズ：自分の思い出のため、付加価値あり →アーティストへの応援消費
・企業側は自分たちのことを知ってもらう・ストーリー性を伝える　ex）活動報告（いいところ・悪いところすべて）
・案外身近なところに応援消費は存在する。自分たちが行っていることが”応援消費”であるという自覚をもってもらうことで広められそう。毎日の当たり前なところに、人道、環境への配慮に繋がることがある。そこに対しての意識をもち、発信していくことが重要。
・価格の安さだけがよいことなのか？
・品質、商品の持続性→ＥＳＧ→環境・社会などに配慮した企業経営を応援
・FT の認知の拡大→学生などへの勉強の機会（公平さとはなにか思い出す機会）
・お金に限りのある学生は特に、いいもの・好きだと思ったものを買い続けるのがいいのではないか。その気持ちが大事

⑨ 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 4 年 12 月 11 日（日）　13:30～15:30
会場	Zoom にて
テーマ	衣と眠り
担当	総合司会：中村美月（武庫川女子大学、6 期） テーマファシリテーター：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）、中嶋未歩（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）、白石空（大阪教育大学、受講生）
参加者チェックイン	テーマ「睡眠の悩みを聞かせてください」

消費者を大事にする企業活動紹介	○「お客さま一人ひとりの「よく眠り、よく生きる」のために」 西川株式会社　マーケティング戦略部　部長　藤本秀人氏
	○「オーガニックコットン 30 周年に向けて」 日の出毛織株式会社　代表取締役社長　藤原康穂氏
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）良い眠りを得るために何か購入したことがありますか？ （メインテーマ）どうしたら良質の情報を得ることができるか？（消費者側、企業側）
	 大阪府消費者教育学生リーダー会主催 第2回　企業×学生交流会 2022年12月11日(日)　13：30－15：30 Zoomにて開催 第2回テーマ 衣と眠り 次　第 拡大版は、資料 17 参照。

時間	プログラム	全体ファシリテーター：大阪府消費者教育学生リーダー会8期生 中村美月(武庫川女子大学)
1	13:30(4) 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(5期生) 米澤悠(和歌山大学)
2	13:34(1) 岡崎先生のお話	岡崎裕(和歌山大学)
3	13:35(8) 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
4	13:43(7) 参加者チェックイン 「睡眠の悩みを聞かせてください」	全員
5	13:50(5) 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代表(5期生) 長島苴輝(流通大学)
6	13:55(30) 消費者を大事にする企業活動紹介（1） 「未定」	西川株式会社　マーケティング戦略部　部長 藤本秀人氏 (特定非営利法人消費者関連専門家会議(ACAP)　会員企業)
7	14:25(15) 消費者を大事にする企業活動紹介（2） 「未定」	日の出毛織株式会社　代表取締役社長 藤原康穂氏 (東大阪市企業)
8	14:40(5) 今日のテーマ趣旨説明	長島苴輝(流通大学)
9	14:45(35) グループワーク ①良い眠りを得るために何か購入したことがありますか？ ②どうしたら良質の情報を得ることができるか？（消費者側、企業側）	全員
10	15:35(15) 全体共有＆まとめ	各グループ代表者 長島苴輝(流通大学)
11	15:50 閉会	中村美月(武庫川女子大学)

＜参加者数＞

種類	参加者数	備考
学生	30 人	大阪府講座受講生 2 和歌山大学講座受講生 28
リーダー会	5 人	4 期生 2、5 期生 2、6 期生 1、受講生 1
企業	14 人	ACAP: 西川株式会社 2、イカリ消毒株式会社、サラヤ株式会社 2、住友生命保険相互会社、有限会社カスタマーケアプラン、ハウス食品株式会社 AP:㈱ NACS：環境問題研究会 4、西日本支部長事業委員会委員長 日本ヒーブ協議会：代表理事、株式会社山田製油 NACS：繊維製品研究会 2、西日本支部事業委員会委員長 日本ヒーブ協議会：代表理事、株式会社山田製油 泉大津市：NACS 繊維製品研究会
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	52 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（ブレー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　中村美月(武庫川女子大学)

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：米澤悠（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。

ACAP：自己紹介）　→（NACS：自己紹介）→（日本ヒーブ協議会：自己紹介）

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、
「睡眠の悩みを聞かせてください」

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 基調講演

基調講演として、今回は 2 つの企業にご登壇いただいた。最初に、西川株式会社の藤本秀人様から「お客さま一人ひとりの「よく眠り、よく生きる」のために」について 30 分の講演をいただいた。西川株式会社は寝具用品の総合メーカーであると共に、眠りについては、眠りの相談所を開設され、そこでは眠りの研究されており、眠りと寝具、眠りとその環境など広く眠りについて消費者と対話する活動も行っていることの紹介があった。眠りの相談所の成果を今後の企業活動につなげていき、企業との連携し眠りの質を上げることで企業の生産性の向上を図ったり、病気の予見「未病」への活用など、眠りを活用した活動を目指していくことが紹介された。

続いて泉大津市から、日の出毛織株式会社の藤原康穂様から「オーガニックコットン 30 周年に向けて」について 15 分の講演をいただいた。オーガニックコットンと名乗って良い要件について、オーガニックコットンと名乗るためには、人と地球に優しいコットンであるだけでなく、労働者の安全、児童労働などの禁止も要件に入っている。そのことを私たちはよく知らないままオーガニックコットンという名称を使っていたことを知った。インドやタンザニアなどの有機農業のサポートや児童の教育支援や環境支援などに取り組んでいるビオリプロジェクトにも参加しているコットンを利用していることも紹介された。

⑦ ワークショップ

西川株式会社、日の出毛織株式会社の講演を受け、社会課題の解決に向けて積極的に企業活動を進めている企業に対して、こうした企業を応援することも含め、今日のテーマは、「衣眠り」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「眠りの悩みを解決するために、何らかの商品またはサービスを利用したことはありますか？利用する際、どこから情報を集めましたか？」この導入のテーマは、商品を選択する際に、何らかの方法で情報収集していることを意識してもらう時間にしました。
その後に、メインテーマ「よりよい情報収集・情報発信のためにできることは何でしょう？」に移り、消費者がどこから情報を得ているのか、生産者がどこで情報を発信しているのかを考えていただき、消費者がどの情報がいいのか分からないなど情報収集する際に感じる悩みや、生産者が情報発信する際に感じる悩みなどについても考えていただきながら、企業・学生はそれぞれ生産者の立場、消費者の立場として「情報」とどう向き合い、情報を受け取る側、情報を発信する側の立場を理解し、よりよい情報の伝え方、受け取り方について話し合っていただきます。

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）

⑧ 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。
発表内容は以下であった。

＜よりよい情報収集・発信方法：グループ発表の内容＞
【消費者】
・利用者の声を聞く・伝える(レビュー）、サイトでの収集発信、専門意見を収集
・ホームページに根拠も添えて丁寧に説明されている記事内のワードを検索したりして信憑性を確認している
・youtube や周りの人との情報共有して複数から情報を拾う
・企業の SNS や取り組みを調べてから商品をみる
・#の活用

・消費者が視聴者のコメントから自分に有意なものを取捨選択するべき
・お客様の声を聞く。Facebook などの SNS。お客様とコミュニケーションを取って、発信をする。
・噂などではなく、国などの信頼が高い機関から収集する
・主に SNS、他に TV,Youtube
・より良い情報発信、収集のために気になるキーワードを入れる
・目を引く画像を貼る、具体的なデータなどできる限り詳細な情報
・SNS による宣伝
・興味を持った物を改めて自分で調べる
【生産者】
・SNS・ホームページでの発信、商品体験、サブスク
・「情報の信用性」「複数の情報源から検索」が大事
・ある程度まとめられていた方が読みやすい、かつ、納得できるかが大事
・実際に使っているモノ→SNS（複数の口コミ）、TikTok・YouTube の広告
・SNS や友人。ホームページのレビュー
・会社の信頼性を高める（エビデンスを記載するなど）
・CM 中に商品をあまり紹介することなく、消費者に調べてもらうこてで意図的な出会いを作ろうとする CM が増えている

⑨ 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。

交流会終了後に、受講生に残ってもらい、ワークブック制作への参加を呼びかけた。リーダー会活動に受講生のうちから関わることで、リーダー会への興味関心を高めてもらうと共に、次年度からの戦力として活動してもらいたい思いがあるためである。藤井君から説明してもらい、ワークブック作成の重要性や社会的にも極めて新しい取組であることを伝えた。説明後、リーダー会活動と大学の授業との兼ね合いや参加の負荷などへの質問があった。リーダー会活動に興味はあるが大学授業との両立で難しいのではないかと考える学生もいて、直接回答ができる今回のような説明会は今後も必要だと感じた。

（５）大阪府消費者教育学生リーダー認定

今年度も、第３回交流会を開催できなかったことから、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４年度　認定者数	21 人（5 大学、6 期生 1 名含む）

（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４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
住	R4 第１回	サラヤ「緑の回廊プロジェクト」	サラヤ株式会社	応援消費について考えよう！
衣と眠り	R4 第２回	お客さま一人ひとりの「よく眠り、よく生きる」のために	西川株式会社	どうしたら良質の情報を得ることができるか？
		オーガニックコットン30周年に向けて	日の出毛織株式会社	

＜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は？！
	H30 第１回	花王の生活者視点活動～衣類用洗剤を中心にして～	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～罪悪感を感じない解決策はこれだ！
	H30 第３回	地震対策と地球環境を守るための取り組みについて	大阪ガス株式会社	身近な場所でできるエネルギーの節約方法とその先にある生活スタイルを考える
	H29 第３回	広く社会や地球環境に貢献する存在であり続けることをめざして	TOTO 株式会社	水資源に対する消費行動を見つめ直そう！
	H28 第２回	NTT ドコモにおける CSR	株式会社 NTT ドコモ	再確認！ネットのメリット・デメリット

リーダー会では、リーダー会独自ホームページの中で「リーダー会辞典」を作成し、その中で、リーダー会の活動の中から生まれた言葉（造語）を、辞典に収めている。交流会の中から生まれた言葉（造語）は次の通りであった。今年度新たに、「応援消費」をリーダー会なりに定義して、リーダー会辞典に入れることとした。

＜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
応援消費	一般的にも使われている言葉だが、リーダー会では「『生産者を支えたい』という思いから来る消費行動のこと」と定義する。例えば、環境に良い商品やフェアトレード商品など高価だが良質な商品を積極的に購入するといった消費行動が挙げられる。	令和4年度第1回交流会ワークショップ

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。第 2 ステージからは、「リーダー会を有名にしよう！」ということで、より一層の情報発信を進めることとした。

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いろいろな啓発活動を行っているリーダー会の活動の様子を伝えていく。

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
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！
私たち学生リーダー会では、
「一人ひとりの小さな消費行動が大きな社会問題の
課題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。
12 つくる責任
つかう責任
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ふよりお待ちしております！
News
2022.12.11 イベント
令和４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)
2022.11.26 イベント
令和４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)
2022.11.19 イベント
留学生支援コンソーシアム大阪の留学生との交流会を開催しました。
2022.11.9 発表
大阪生活協同組合連合会「賢い消費者連続講座」でリーダー会の活動（Webゲーム「そのときあなたはどうする？」）に関する発表を行いました。
2022.11.5～12.9 イベント
大阪府消費者フェアに参加しています。
2022.9.20-12.20 講座
令和4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）」を開催しました。
2022.7.6 発表
大阪生活協同組合連合会「賢い消費者連続講座」でリーダー会の活動に関する発表を行いました。
2022.7.5 講座
追手門学院大学で消費者教育に関する講義を学生リーダー会で担当しました。
2022.2.22 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、発表しました！（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)
シェアする
ツイート
シェアする
LINEで送る
@consumer_aiceさんのツイート
フォローする
大阪府消費者教育学生リーダー会さんがリツイートしました
大阪府消費生... @... ・2022年9月26日
【#大阪府消費者教育学生リーダー をめざす大学生を募集中！】
原則オンライン形式でプログラムを実施するため、自宅から気軽にご参加いただけます♪
みなさんも消費者教育学生リーダーとして活躍してみませんか？
ご応募はこちら⇒aice-p.com/consumer/cours...
#大阪府消費生活 #大学生ボランティア
7
大阪府消費者教... @ ・2022年9月27日
こちら、現在開講中です！
リアルタイムでの講座や、企業と学生が意見を交わす交流会も予定しています！
積極的なご参加をお待ちしています！
#SDGs
#大学生
#消費者教育
もずやん@大... @ ・2022年9月9日
消費者教育・啓発のリーダーとして活動する「大阪府消費者教育学生リーダー」をめざす大学生を募集します！義成講座は原則オンライン形式...
1

■消費者教育啓発 web ゲーム「そのときあなたはどうする？」

２．他団体でのリーダー会活動紹介

リーダー会の活動が知られていくにしたがって、リーダー会の活動について紹介する機会が増えてきた。今年度は、以下から出演依頼があった。

・大阪府生活協同組合連合会「かしこい消費者連続講座」7 月 6 日
・大阪府生活協同組合連合会「かしこい消費者連続講座」11 月 9 日
・大阪弁護士会「特定商取引法 5 年後見直しシンポジウム」3 月 18 日

大阪府生活協同組合連合では、7 月 6 日が主にリーダー会活動紹介で、11 月 9 日では、web ゲーム「そのときあなたはどうする？」を紹介し、実際に参加者に体験してもらう内容とした。

大阪弁護士会のフォーラムでは、消費者の立場として思うことに加え、リーダー会で作成した 18 歳成年年齢引下げに伴う啓発活動について紹介する。今後、こうした活動を通じて、リーダー会活動の認知度が広がっていくことを期待している。

３．チラシ等による広報

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

種類	内容	配布先
「養成講座」募集チラシ	9/20～12/20 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 ・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 ・関係大学へメール送信

４．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

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年年度、平成30年度、令和元年度、令和２年度、令和３年度、令和４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４年度

2022.9.9　講座
令和４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）」を開催しました！

2022.07　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４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）」を開催しました！

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、消費に関するジレンマ問題について、楽しんで考えながら遊べる消費者教育啓発Webゲーム「そのときあなたはどうする？」を開発しました！

Pick Up!

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

５．web ゲーム支援教材（ワークブック）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？」を学校教育の中で活用してもらうために、web ゲーム支援教材としてワークブックの作成を行うこととした。学校現場で教員が web ゲームを活用しやすいよう、児童・生徒用のワークブックに加え、教員用の指導案、授業進行用の動画の 3 点をパッケージとして作成し、学校に提供することとした。

今年度はまず、小学校４，５，6 年生向けのワークブックを作成することとした。ワークブックを使いながら授業を行うことができるよう、1 単元 30 分の授業として動画をフル作成し、動画を使った自主学習ができる形を整えることとした。ただし、教員が授業を行う際に、児童・生徒に伝えたいことが出てくる場合を想定し、ワークブックの導入部分、STEP 1 、STEP 2 、STEP3 と 4 つに分けてそれぞれの単位で動画を使いながら授業を進めることができるよう、工夫して提供することとした。次年度には、中高校生向けのワークブックを作成する予定である。

リーダー会で開発した web ゲームを授業で活用してもらうための工夫は、リーダー会活動の広報としても機能する。今後、学校教育の中で活用していただけるよう、教員用の教科書づくりなどについても進めていきたいと考えている。

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。

アンケート種類	対象	目的
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．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、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７年間を振り返ってみる。

（１）効果の検証（平成 28、29、30、令和元、2、3、4 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、学生の回収率が回復した。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７年間をアンケート結果から振り返ってみる。

＜学生＞

【Q1 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」（71%）、「消費者教育の普及啓発活動をしたいと思った」（69%）、「消費者教育活動に興味を持った」（53%）と、これまでになく、消費者教育の内容や普及・啓発活動について

興味を持った学生が多かった。これは、これまでにない高い数字で、今後の活動に期待したい数字と言える。
・「企業の消費者の配慮を知ることができた」(6%)、「企業活動の多様な側面を知ることができた」(35%) と、例年とは反対に、企業に興味を持ち、企業を知る機会になるのが難しかったようだ。学生からは、根強い企業と直接話したいという要望が背景にあるのではないか。

【Q2 参加してみて不満だったことは？】
・「時間が短かった」(33%)、「遠隔ではなく、対面で企業の方と話がしたかった」(31%) が多かった。
・「もっと企業の消費者に対する配慮を知りたかった」(8%) と、オンラインでの交流は企業との距離を感じるのか、例年になく企業への関心が低かった。
・進行に対しても「進行がスムーズでなかった」(8%) と、オンラインでのワークショップの運営スキルが安定してきていることが分かる。
・テーマについても「テーマが話しにくかった」(14%)、「他のテーマについても話したかった」(18%) と、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よかった。

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

【回答数】

	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4	合計
企業　回答数	29	24	28	44	17	3	7	152
学生　回答数	39	47	24	54	61	33	49	307

【Q1　参加動機】

【企業】	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4	合計	割合
交流会の内容	9	7	12	24	10	1	3	63	41%
学生の話を聴けるから	10	10	13	22	10	0	5	65	43%
学生がどう考えているのか知りたかった	19	14	20	28	11	1	4	93	61%
リーダー会活動に興味	10	5	6	10	5	0	2	36	24%
学生と交流するチャンス	12	11	14	14	11	1	1	63	41%
知人や所属団体に誘われた	6	1	9	15	11	3	4	45	30%
その他	1	2	0	3	0	0	0	6	4%

【Q2　参加して良かったこと】

【企業】	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4	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	6	114	75%
リーダー会活動を知ることができた	21	7	12	27	9	2	3	81	53%
学生と交流することができた	15	12	16	27	9	2	5	86	57%

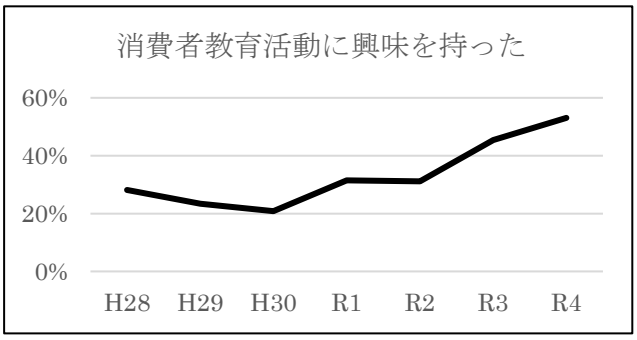
企業活動の多様な側面を知ることができた	3	5	8	12	0	0	2	30	20%
その他	1	0	0	0	0	0	0	1	1%

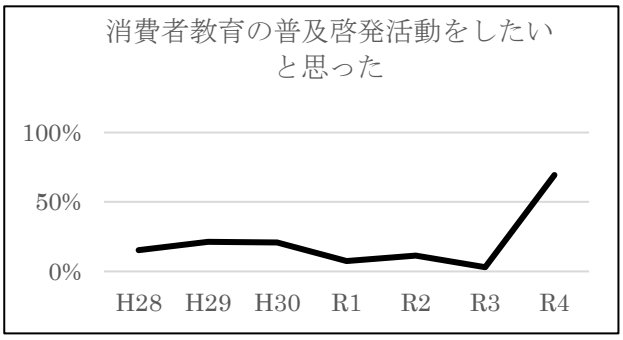
【学生】	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4	合計	割合
消費者教育について考えることができた	26	31	13	29	44	21	35	199	65%
消費者教育活動に興味を持った	11	11	5	17	19	15	26	104	34%
リーダー会活動を知ることができた	11	10	6	6	6	3	9	54	18%
消費者教育の普及啓発活動をしたい	6	10	5	4	7	1	34	67	22%
企業の消費者への配慮を知ることができた	19	23	11	24	18	24	3	122	40%
企業活動の多様な側面を知ることができた	23	19	8	28	18	13	17	126	41%
学生や企業の方との交流関係が広まった	13	11	7	8	7	6	0	52	17%
学生や企業の方とのチーム活動	10	14	10	15	14	14	0	77	30%
その他	0	1	0	1	3	0	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」（75%）、次に「学生と交流することができた」（57%）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」（53%）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」（65%）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」（41%）、「企業の消費者への配慮を知ることができた」（40%）、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。

今年度の１番の特徴は、「消費者教育の普及啓発活動をしたいと思った」が令和４年度に限ると 69%にのぼる。こうした傾向が、リーダー認定やリーダー会活動への参加につながる方策を今後検討する必要がある。





【Q3　参加して不満だったこと】

【学生】	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4	合計	割合
遠隔ではなく、対面で企業の方と話がしたかった	―	―	―	―	―	12	15	27	33%
もっと企業の消費者に対する配慮を知りたかった	―	―	―	―	―	8	4	12	15%
時間が短かった	―	―	―	―	―	10	16	26	32%
テーマが話しにくかった	―	―	―	―	―	6	7	13	16%
他のテーマについても話したかった	―	―	―	―	―	5	8	13	16%
進行がスムーズでなかった	―	―	―	―	―	2	4	6	7%
その他	―	―	―	―	―	0	0	0	0%

参加してみて不満だった点については、オンラインが始まってからの調査項目であるが、「遠隔ではなく、対面で企業の方と話がしたかった」（33%）に上る。学生からは、企業と対面で話し合いたいという要望が根強いことが分かる。一方、オンラインでの開催であることから、時間に関しては対面より短く設定していることから、どうしても企業と学生とのワークショップの時間が短くなってしまう。飽きさせない配慮からの対応であるが、実際ワークショップを行ってみると、学生からは「時間が短かった」（32%）という回答が毎年多いことが分かる。参加した学生にとっては、せっかくの企業との直接対話できる機会とあって、前向きな姿勢を見ることができる。今後、対面での実施が最も望まれるところだが、今年度は昨年度より 30 分増やしたにもかかわらず時間が短いという回答が多いことから、オンラインであってももう少し話し合いの時間が持てるような開催時間の長さについても検討するのが良いかもしれない。

【企業】

企業からは、不満な点として以下の意見があった。

・やはり、対面で出来なかったことが残念でした。

・各学生さんの発表の後に拍手されている方が少なかったように思います。もっとお互いにリアクションしてあげれたらより良い交流会になると思います。

【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	R4	合計	割合
ぜひ参加したい	23	22	15	37	10	1	5	113	75%
友人を誘って参加したい	2	1	4	3	1	0	0	11	9%
参加するかもしれない	4	0	6	2	6	2	2	22	15%
参加しない	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
わからない	0	0	1	1	0	0	0	2	1%

【学生】	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4	合計	割合
ぜひ参加したい	28	20	9	16	23	12	11	119	39%
友人を誘って参加したい	0	9	3	11	22	6	7	58	19%
参加するかもしれない	9	16	9	21	14	13	29	111	36%
参加しない	0	0	0	1	0	1	1	3	1%
わからない	2	2	3	5	3	2	1	18	6%

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%、39%）、「参加するかもしれない」（15%、36%）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、6 年目 6 名、今年度 7 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	R4	合計	割合
大変満足	22	15	5	27	4	0	2	75	51%
満足	6	8	20	16	9	2	3	64	43%
普通	0	0	1	1	1	1	2	6	4%
やや不満	0	0	0	0	2	0	0	2	1%
不満	0	0	0	0	1	0	0	1	1%

【学生】	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4	合計	割合
大変満足	21	29	9	15	12	7	13	106	35%
満足	18	15	5	29	37	21	25	150	49%
普通	0	3	7	9	10	2	9	40	13%
やや不満	0	0	1	0	2	2	1	6	2%
不満	0	0	2	1	0	1	0	4	1%

交流会の参加満足度を聞いたところ、企業、学生ともに「大変満足」（51%、35%）、「満足」（43%、49%）と参加者の 90%前後が満足を示した。Zoom を使った今回の交流会は、まだまだ改善点が多いが、ワークショップの運営も安定してきた様子が伺える。

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全体に関する今日的課題

2022 年度で 7 年目となった、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」においては、ここ数年はコロナ禍の影響からオンラインを主体とした事業形態となり、この間幅を広げてきた学生リーダー会による活動や、「循環型消費者教育」を担保する消費者教育学生リーダー養成事業も含め、当初想定されたロードマップからは多少離れた展開となっている。コロナ禍による社会全体に対するインパクトは、市民の「消費」に対する傾向を一変させ、「対面」につながる消費の急激な減少、「衛生」に関わる消費の増加、さらに社会全般における「オンライン」の普及など、わたしたちの日常生活において、その方法、内容ともに大きな影響を与えることとなった。一方、今年度から施行された改正民法に基づく成年年齢の引き下げは、特に「大学生期」を謳う私たちにとって大きな転換点となり、これにより、消費者教育はその基本構造を再検討する必要に迫られている。「大学生期」と言いながら、高等学校への出張授業や教材作成など、これらを通して大学生よりさらに若年層への波及を企図しているのはまさにこの点にあり、「循環型消費者教育」の対象は、もはや「大学生」に留まるものではなく、「大学生期」、そしてもはや「成人期」の入り口にある世代として、高校生、そして高等学校教育もまた、私たちの事業の範疇に含まれるようになったと考えられる。

折しも高等学校では、文部科学省による新学習指導要領（平成 30 年告示）の運用が開始され、さらに（コロナ禍の影響もあって）いわゆる GIGA スクール構想によって教室での一人一台の端末情報の本格運用が開始されることとなった。このような一連の変化と発展を、地域社会全体における消費者教育の振興にいかにして結びつけてゆくのかが、今まさに問われている。未だ社会全体にコロナ禍の影響が残る中、「大学生期における消費者教育推進事業」として、今年度は担い手育成事業として「学生リーダー養成講座」を継続開催するほか、初等・中等教育の現場に対する教材作成事業に端緒をつけた。学校教育の ICT 化に併せ、これまでのオンライン教材の拡充を行って、児童生徒の積極的コミットメントを前提とした構造化を図ることで学校教育の「主体的学び」に貢献することが出来たと考える。

こうした一連の取り組みは、それぞれにタイムリーかつ効果的な取り組みであると思われるが、ただ冒頭述べたように、2022 年度は本事業としても 7 年目であり、そもそも今日の「消費者教育」の概念が法定された「消費者教育推進法」からちょうど 10 年が経過する年でもある。10 年ひと昔、7 年でも、小学 6 年生は卒業し、中学 1 年生が高校を卒業する（成年に達する！）タイミングでもある。「循環型」を旨とする本事業において、今後、時間とともに流れてゆく”フロー”としての「大学生期」にとどまることなく、「地域社会教育」として小・中学校のようなより若い年齢

層、そして大学卒業後の成人世代も視野に入れた形で、今後、循環型「社会」消費者教育を志向してゆくべきと考える。

本章ではこのような視点に立ち、2022 年度における成果を踏まえつつ、今後の展望について考える。

（２）ポストコロナを見据えた「新しい消費者教育」

2022 年度、いわゆる新型コロナウイルス “COVID19”の影響により、本事業の多くは「オンライン」によって展開することとなった。こうした状況は 2020 年度からなので都合 3 年目となり、当初の予想を大きく超える状況となった。2023 年 3 月現在、ようやく出口の見えた感もあるが、ただ識者の弁によれば、こうした感染症は今後も一定期間ごとに繰り返し発生するとのことであり、疫病以外にもウクライナ情勢に見られるような国際紛争による影響や、近い将来必ず発生するとされる南海地震のような気象災害の影響は今後も予想されるところである。こうした不確実な未来像に対して、今回のコロナ禍から私たちが得た教訓は、むしろ確実な糧として今後に役立ててゆく必要がある。

昨年度、私は 3 つの点について、コロナ禍からの「学び」を示したところである。ここでそれらについて再掲しておく。

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。

ここに示した一連の変化は、禍いから生じたものとは言え、今後につなげてゆく価値のある学びであると考える。多くのプログラムが「オンライン」となった本事業においても、こうしたメリットは確認しており、今後は状況を見極めながら、必要に応じて発展的に活用してゆきたいと考えている。

さて本稿執筆時点において、社会全体における様々な感染対策が順次緩和され、その象徴としての「マスク」もまた、感染に特に注意すべき特定の状況を除いて、基本的に個人の判断とされるまでになってきた。「ポストコロナ」への移行にあたり、上記したような「学び」を活かしつつ、今後の持続的発展につなげてゆきたいと考える。新たなフェイズを迎えるにあたり、私たちは、上記したようなオンラインによるメリットと、一方で、他者と対面できず場（空気感）の共有ができない、画面越しかつネットワーク経由の情報に限られてしまう、といったデメリットを十分に理解した上で今後新たな学びのシステムを構築してゆく必要がある。

今回のような状況を越えて、次に私たちがどのようなステージに向かうべきか、一般論としても大いに考えるところである。

（３）学校における「新しい消費者教育」

明治以来の民法上の大きな変革を迎えて、今回の改正によって直接の影響を受ける高校生に対する消費者教育はまさに喫緊の課題であり、高校生を対象とした教材、並びに授業案の作成が急がれる。こうした経緯の中で、今年度私たちは、これまでのような、大学生を主たる対象とした消費者教育担い手育成事業から、学齢期にある児童生徒を視野に入れた消費者市民教育事業へとアプローチを広げた。具体的には学校教育を想定した消費者教育教材の作成に着手し、今後、小学校段階から順次中学、高校で使える教材を揃えてゆく予定である。

現行（平成 29 年・30 年度告示）の学習指導要領では、これまでの継続として各学校段階の「社会」並びに「家庭」（中学校では「技術・家庭」）の教科内容として消費者教育が盛り込まれており、社会的事象としての「消費」と「生産」、及びそれぞれの関係性、また環境への配慮や消費生活のあり方など多角的な視点から教育課程が構成されている。今回において特徴的な点は、いわゆる「金融教育」の推進が強く求められていることである。社会科においては社会的事象としての金融についての内容が中心となる一方、家庭科においては「…預貯金，民間保険，株式，債券，投資信託等の基本的な金融商品の特徴（メリット，デメリット），資産形成の視点にも触れながら，生涯を見通した経済計画の重要性について理解できるようにする」（高等学校学習指導要領（平成 30 年告示）解説　家庭編 p75）といったようにかなり具体的に踏み込んだ形での授業展開を求めている。ただ、「金融」はそれ自体が一つの産業であり、ビジネスとして利益を生み出すプロセスでもあるため、公教育として、公益性は常に確保する必要がある。私たちが消費者教育を進めるにあたり、企業セクターとのより公正な関係性の中で事業を進めてゆく必要があるということである。

新学習指導要領において、もう一つ注目すべきキーワードは「探求」である。消費者教育は、領域として社会科、家庭科、さらには道徳科などとも広がる特質を持ち、それゆえ「総合的な学習の時間」において、文字通り総合的に展開されることも多い。今回の指導要領では、高等学校において「総合的な学習の時間」から「総合的な探求の時間」へと変更になった。微妙なニュアンスの違いではあるが、「学習」と「探求」では主体性のあり方に大きな違いがある。これまでの「総合的な学習の時間」は、小中と同様の領域として、児童生徒が探究的な見方・考え方を働かせ、よりよく課題を解決し、自己の生き方を考えていくものであった。一方「総合的な探求の時間」では探求の見方・考え方を働かせ，自己の在り方生き方を考えながら，よりよく課題を発見し解決していく、とされている。即ち後者は、①そもそも学習行為自体が「探求」なのであり、生徒自身が「探し求める」行為を学校の教育課程として行うことを求める。また、②課題そのものも既定のもではなく、生徒自身がこれを「発見」することが求められる。さらに③将来的な「生き方」を考えるにとどまらず、いま現在の「在り方」をも問うものであり、まさに今ここであなた自身が何を課題として見つけ、自身の責任において、それに対してどのように向き合い解決してゆくのか、といった言わば「リアル」な学習課程として位置付けられている。変化し続ける現代の社会をどのように生きるのかを問う消費者教育にとって、こうした「探求」の過程は、消費者市民社会の担い手育成に向けて、まさにふさわしいものと考えることができる。

２．今後のロードマップについて

（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

事業の主要部分でもある消費者教育学生リーダー養成のシステムは、これまでに年毎に構造的な改良を加えることで年ごとに対象となる層を広げてきた。これまで進めてきた、和歌山大学「消費者市民と社会」との連携、「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」との連携による単位互換、そして 2022 年度には「大学コンソーシアム大阪」との広域連携を実現し、今や大阪全域の大学生に対して公平な学習機会を提供することが可能となった。これを受けて、実際にこれまでに参加の無かった大学からも受講登録があり、明確な取り組みの成果を確認できる。

こうした、これまでの「水平」方向の拡大に対し、次のフェイズにおいては「垂直」方向も模索してゆきたいと考える。本事業は、「大学生期」に焦点を当てて、高校卒業後の概ね 18 歳から 22 歳の年齢層を主たるターゲットとした「循環型」を旨とした消費者教育の担い手養成事業である。その目的は、未成年から成年に移行する時期に特徴的に発生する消費者被害の防止と、一方で新社会人の立場から、健全な消費者市民社会の一員として育成することである。ただ先述したように、明治以来の民法の改正に伴って前提となる成年年齢が引き下げられたことで、結果的に若いチームメンバーに対するケアも必要となってきた。こうしたことから、プログラムの対象年齢もまた 2 歳分引き下げて 16～18 歳、即ち高校生も対象にするということになるが、発達段階や所属する学校段階の特性もあり、事はそう単純なものではない。前項でも示したように、高校教育には独自のガイドライン（学習指導要領等）と哲学があり、縦方向への拡充については、いわゆる「高大接続」としての構造的な検討と、（小中学生を含めた）若年層全体の教育課程を見通した検討が必要となる。これについては今後の課題としたい。

（2）さらなるパブリケーション

2022 年度のアウトカムは、養成講座の実施実績と受講生による各種ボランティア活動、並びに学生リーダー会による各種啓発活動であり、モノとしては、小学校における授業プログラムとこれに伴う授業教材であった。ただ、目下の課題はむしろ高校における、改正民法に対応した消費者教育教材の開発であり、今後に向けての最優先課題として位置付けたい。

また、消費者教育推進法の施行から 10 年を経て、この間の一連の社会的変化を踏まえ、消費者教育の全体像を見通した、プログラムの全体像を整理したいと考える。これもまた今後への課題とする。

代表構成員：有限会社ダブル･ワークス

構成員：産学協働人材育成機構ＡＩＣＥ

〒591-8025　堺市北区長曽根町 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