

平成28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～継続性のある仕組づくりを目指して～」

事業報告書

平成29年2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	4
1. 目的・趣旨	4
2. 実施内容	4
3. 実施体制	5
(1) 実施体制	5
(2) 本事業の特徴と強み	7
(3) 実施スケジュール	8
第2章 実施内容	9
第1節 消費者教育リーダー養成講座の開発及び実施.....	9
1. カリキュラムの考え方.....	9
2. 具体的に開講した養成講座カリキュラム.....	11
(1) 募集について	11
(2) 講座開催時期	11
(3) 講座内容(カリキュラム)	13
(4) 応募者数、修了者数	18
第2節 大阪府消費者教育学生リーダー会の組織化	20
1. 養成講座受講生によるネットワークの構築.....	20
2. 大阪府消費者教育学生リーダー会の設置.....	20
3. 大阪府消費者教育学生リーダー会登録者数.....	23
4. 大阪府消費者教育学生リーダー会参加学生の声(レポート) ...	23
第3節 消費者教育学生リーダー資格認定の仕組づくり ...	24
1. 認定要件.....	24
2. 認定の仕組(事務手続き)	25
3. 大阪府消費者教育学生リーダー認定者数.....	25
第4節 大学生による消費者啓発・ボランティア活動の実施	26
1. 実施したボランティア活動について.....	26
(1) 大東市キッズマーケット&mom'sマーケットでの講座.....	27
(2) 大学生向け消費者教育パンフレット作成.....	30
(3) 追手門学院大学大学祭での消費者教育劇公演.....	31

(4) 大阪府消費者教育フェアでの消費者教育劇実施.....	32
(5) 和歌山大学単位互換科目「消費生活論」でのTA.....	32
第5節 企業×学生交流会の開催	34
1. 大阪府消費者教育学生リーダー会主催による交流会の開催.....	34
(1) 第1回交流会.....	36
(2) 第2回交流会.....	39
(3) 第3回交流会.....	43
(4) 大阪府消費者教育学生リーダー認定式.....	47
第6節 広報.....	48
1. チラシ等による広報.....	48
2. ホームページによる広報.....	49
第3章 取組に対する効果の検証.....	50
1. 効果検証のための調査について.....	50
2. 「養成講座受講者アンケート」から見た効果の検証.....	50
(1) アンケート結果	50
(2) 効果の検証	54
3. 受講者の「ジェネリックスキル」から見た効果の検証.....	55
(1) キャリア教育効果測定指標結果.....	55
(2) 効果の検証.....	57
4. 交流会アンケートから見た効果の検証(学生・企業)	58
(1) アンケート結果(第1回、第2回、第3回)	58
(2) 効果の検証	63
第4章 今後への展望	70
1. 大学生による消費者教育推進の可能性.....	70
2. 大阪府消費者教育学生リーダー会参加学生の今後の活動.....	70

資料編

資料1	「消費者教育学生リーダー養成講座」受講生募集ちらし
資料2	「消費者教育学生リーダー養成講座」カリキュラム
資料3	「消費者教育学生リーダー養成講座」テキスト
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シート
資料5	「消費者教育学生リーダー養成講座」修了証
資料6	大阪府消費者教育学生リーダー会参加学生のレポート
資料7	大東市キッズマーケット&mom's ちらし

- 資料 8 府学生リーダー会消費者教育啓発パンフレット「変革」
- 資料 9 追手門学院大学消費者教育演劇「谷繁」ちらし
- 資料 1 0 南大阪地域大学コンソーシアム単位互換科目「消費生活論」ちらし
- 資料 1 1 企業×学生交流会ちらし・次第（第 1 回～第 3 回）
- 資料 1 2 「消費者教育学生リーダー養成講座」受講者アンケート
- 資料 1 3 キャリア教育効果測定用質問紙
- 資料 1 4 交流会アンケート（学生用、企業用）

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。

本取組では、社会に出る直前の時期であり、大学を卒業して社会に出れば、社会を動かす重要な構成員の一人となる大学生を対象に、消費者として自立した判断能力を備え、さらには社会に出た時には消費者市民社会の実現に向け積極的に活動を行うことができる力を持つ大学生を育成することを目指した。また、そこで育った学生が大阪府の消費者教育の担い手としてボランティア活動を行うと共に、継続的なボランティア活動を進めていくために大学生の組織化を促す仕組みづくりを行うことを目指した。

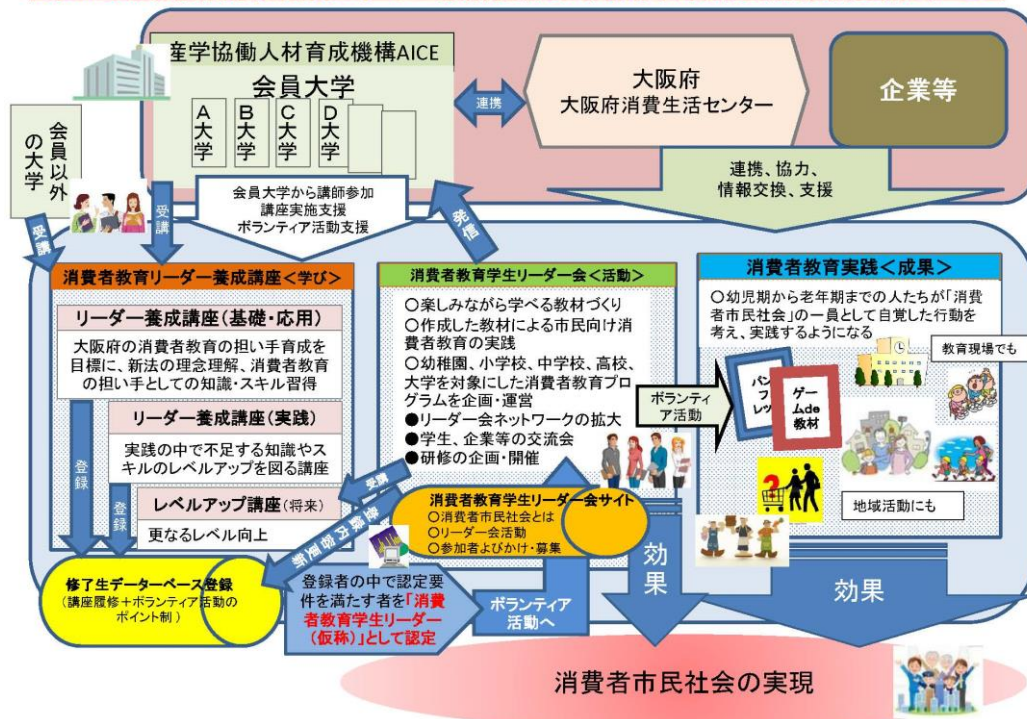
2. 実施内容

本取組では、上記目的を達成するために、以下について取り組んだ。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ることに努めた。

- ①大学生を対象とした消費者教育の担い手養成講座を実施し、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
- ②府内大学の学生及び府内在住の大学生で構成するネットワークの構築
- ③学生リーダー認定要件及び認定のしくみづくり
- ④大学生による消費者啓発・ボランティア活動の実施
- ⑤大学生間ネットワーク形成促進及び消費者への配慮に力を入れている企業との交流を図るための交流会の実施
- ⑥上記の評価、検証

そのための具体的な実施スキームは、以下である。

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



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	産学協働人材育成機構 AICE 統括コーディネーター、 有限会社ダブル・ワークス 代表取締役	業務推進担当責任者 トラブル・苦情処理担当責任者
鯨坂 恒夫	産学協働人材育成機構AICE企画運営委員長、 和歌山大学 教授	業務責任者
小畑 力人	産学協働人材育成機構 AICE 事務局長、 追手門学院大学 社会学部長 教授	業務実施責任者
木村 亮介	産学協働人材育成機構 AICE 戦略会議メンバー、 和歌山大学 講師	リーダー会学生支援
大串 恵太	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 特任助教	リーダー会学生支援
今井 浩人	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 教授	消費者教育監修、講座・府 学生リーダー会支援担当
難波 祐美	産学協働人材育成機構 AICE 事務局、 有限会社ダブル・ワークス キャリア教育担当	学生指導支援員
大木 清乃	産学協働人材育成機構 AICE 事務局、 有限会社ダブル・ワークス	総務、会計、個人情報作業 責任者

②実践にあたってのそれぞれの役割

本取組の効果的かつ円滑な推進と大学、企業、地域団体等が協力する環境づくりのために、有限会社ダブル・ワークス、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、地元消費生活センター等とが連携を図り、それぞれが以下の役割を担い事業を円滑に推進した。

<p>◆産学協働人材育成機構 AICE、有限会社ダブル・ワークス(AICE 事務局を兼ねる)</p> <p>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 ⑥アンケート作成、実施、集計、検証等に係る業務 ⑦本事業の関係各部との連絡調整 ⑧「消費者教育学生リーダー」認定及び認定に係る業務 ⑨報告書の作成 ⑩会計等申請関連事務全般</p>
<p>◆地域活動団体、企業等：マザーアースアソシエーション、あべのハルカス大学プロジェクト、地元企業（ACAP&会員企業、日本ヒーブ協議会&会員企業、大阪府中小企業家同友会&会員企業）</p> <p>①消費者教育への助言協力 ②講座講師 ③イベント・交流会への協力 ④消費者教育ボランティア活動への助言、広報協力 ⑤交流会への参加 ⑥アンケート回答協力</p>
<p>◆大学（教員、学生）：AICE 会員大学、他</p> <p><教員>①養成講座講師 ②アンケート調査紙作成、分析、検証協力 ③府学生リーダー会活動指導助言 ④消費者教育ボランティア活動支援 ⑤報告書作成協力</p> <p><学生>①「消費者教育リーダー養成講座」を受講 ②「消費者教育」啓発ボランティア活動に参加 ③交流会の企画、運営 ④修了生のうち要件を満たした者は「大阪府消費者教育リーダー」として資格認定</p>

※AICE 会員：（大学）和歌山大学、兵庫県立大学、追手門学院大学、大阪音楽大学、大阪工業大学、大阪成蹊大学、関西外国語大学、摂南大学、帝塚山学院大学、芦屋大学、大手前大学、大阪音楽大学短期大学部、羽衣国際大学
 （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)浜田、(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、公認会計士若松尚也事務所、近畿経済産業省（協力）

(2) 本事業の特徴と強み

①大学生の参加しやすさを意識した3部構成による「養成講座」と大阪を基盤とした講座づくり

本事業では、できるだけ多くの大学生が参加できる仕組づくりが期待される。そこで大学生が受講しやすい環境づくりをめざし、消費者教育リーダー養成講座を「基礎講座」「応用講座」「実践講座」の3部構成とした。

新法の中で理解が難しいとされる「消費者市民社会」は、文科省の消費者教育事業の実績を持つ構成員の大学教員（消費者教育学会会員）と有限会社ダブル・ワークスがカリキュラムづくりを担当。また、本講座では大阪の消費者の特徴を知り、その特性に合わせた活動に結びつくよう講座を工夫した。

②学生の主体的活動と学年循環を意識した「消費者教育学生リーダー会」構想

構成員のAICEは、過去4年間を通じて学生の主体的な活動を引き出す「学生リーダー会」活動を行ってきた実績をもつことから、大学生の主体的な活動支援を効果的に行うための多くのノウハウを有している。これまでの経験から、大学や行政などの公的な情報より学生たちの私的なネットワークから発信される情報の影響力が強いことが分かっている。

そこで本取組では、大阪府消費者教育学生リーダー会（以下、「府学生リーダー会」と記す。）には10大学から参加しており日常的に集まることが難しいことから、定まった拠点をもつのではなく、「LINEなどを通じた学生の私的ネットワークによるバーチャルな拠点づくり」を進める一方で、このネットワークを通じて府学生リーダー会の主導により情報交換を行った。

③実現可能な資格認定の仕組づくり

有限会社ダブル・ワークスでは、平成25年度から消費者教育の資格認定の仕組づくり及び認定に関する効果検証に関わってきた。そこで得られた知見により資格認定が活動の動機づけや自信になる等の効果があることが分かっていることから、資格認定の仕組、認定要件、認定者の管理等について、それらの知見を基に仕組づくりを行った。

④啓発効果の高い効果的なボランティア活動の提案

投票年齢の18歳引き下げに伴う成人年齢の引き下げが検討される中、実現した場合には大学生のほとんどは成人年齢となり、その分消費者被害にあう危険性も大きくなる事が予想される。そうした中で、大学生が巻き込まれやすい消費者被害の事例を分かりやすい形で紹介する活動を大学の学園祭で実施する等、ボランティア手法の提案を行った。

一方、「消費者市民社会」を理解する上で重要な点は、「未来社会は、現在の一人ひとりの日々の「選択」行動の積み重ねが作り上げていくんだ」という自覚にある。そこで、消費者市民社会の一員としての自覚を高め行動につなげていけることを後押しするボランティア活動として、「イベントの開催」と「楽しみながら学べるPRリーフレットの作成」を実施する機会を提供した。理由は、前者は、次世代を作っていく子どもたちや若い父親・母親たちに「なりたい未来は自分たちの日々の行動で掴み取ることができる」という理解を引き出すこ

とで将来への責任を自覚してもらうためである。実施した場として、地域での活動実績をもつマザーアースアソシエーション（大東市）が親子イベント協力団体として参加してもらった。後者は、すぐには理解しにくい消費者市民社会を市民の人たちが楽しみながら自分の問題として考えるよう促すことができるよう工夫して、学生が製作した。

(3) 実施スケジュール

本取組の実施スケジュールは、以下の通りである。

	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
養成講座	 講座内容検討・公募・講座開催（8月、追加9月）									
ボランティア活動	 準備・イベント									
交流会	 準備・交流会									
リーダー会										
アンケート・効果の検証	 受講生調査 集計・検証 イベント調査 集計・検証									
資格認定										
報告書作成										

第2章 実施内容

第1節 消費者教育リーダー養成講座の開発及び実施

1. カリキュラムの考え方

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。

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」を実施した。講座では、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指した。

講座カリキュラムを開発するにあたっては、従来の消費者教育で行われてきた「被害にあわないための教育」を基盤に置くと共に、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よう、新法のめざす理念の理解を促すための教育プログラムをもう一方の課題とし、消費者教育リーダーとして啓発活動を担うことができる人材の養成を図る内容とした。

【カリキュラムの考え方～3部構成による講座づくり】

消費者教育リーダー養成講座は、以下の3つのパートで構成した。

なお、本養成講座は、大学で単位認定できるカリキュラム構成を想定しており、将来的には、大学の状況に応じて単位認定できる仕組みを備えてカリキュラム作りを行った。

- ①基礎講座：消費者教育・消費者市民社会の基本理念を講義で学ぶ
- ②応用講座：消費者教育の手法について演習を通して学ぶ
- ③実践講座：消費者教育の担い手として実践すべきことを学ぶ

<p>【基礎講座】 消費者教育に関する基礎知識 (講義)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者教育の考えかたに関する内容 ・新法（平成24年消費者教育推進法）に関する内容 ・社会発展における持続可能性（Sustainable Development）に関する内容 ・被害にあわないための消費者教育に関する内容 特に、大学生が被害にあいやすい事例を紹介し当事者意識を醸成する ・大阪の消費行動
<p>【応用講座】 消費者教育の教材開発に関する内容（演習）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・体験的手法に基づく消費者教育に関する演習 ・消費者教育に関する「教材」づくり演習 ・大阪府民が楽しんで学ぶ事ができる教材を考える
<p>【実践講座】 消費者教育の実践準備とその支援について（講義と演習）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ボランティア活動で使用する教材づくり ・ボランティア活動について学ぶ ・消費者教育リーダーとしての活動の在り方考える ・振り返り

【カリキュラムの考え方～消費者教育における循環型学習モデルに基づいた講座づくり】

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」の構築について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。

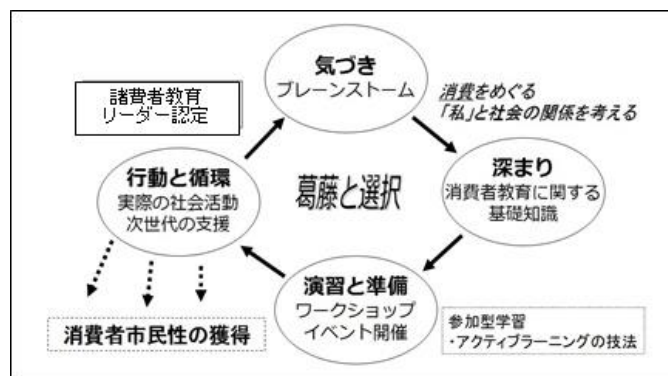


図1 消費者教育における循環型学習モデル

学習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

こうした過程を通じて学習者は「消費者市民社会」の本質を学び、併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、「消費者教育リーダー養成講座」のカリキュラムを構成した。

2. 具体的の開講した養成講座カリキュラム

(1) 募集について

■受講対象者：大阪府内大学、府内在住の大学生

■募集・広報：

大学生への呼びかけは、下記のちらしを作成し、府内の大学 75 校及び平成 27 年度に演劇等で消費者フェアに参加した大学の学生団体 8 団体にチラシを郵送し、案内、公募した。一方、HP 上に本事業のサイトを構築し、そこに募集案内を掲載し、申込みを受け付けた。

8 月 20 日から開講した講座に受講できない学生たちのために、追加で 10 月 8 日から第 2 回目の養成講座を開講した。その募集は、AICE 会員大学 13 校にはダイレクトメールで、その他の大学には HP 上に募集案内を掲載し、申し込みを受け付けた。



初回募集チラシ (7/15~8/10)

二次募集ちらし (9/14~9/22)

(2) 講座開催時期

消費者教育リーダー養成講座は、下記の 2 回開講した。当初は初回開講講座のみ開講予定であったが、夏休み中であったことから受講できない学生が出てきたために、追加で講座を開講することとした。

開講したのは、下記の通りであった。

①初回開講講座

基礎講座	<p>◆8月20日(土) 10:00~12:30</p> <p>◆定員 30名</p> <p>◆2講座 90分、開講式含む</p> <p>◆会場：梅田シルタス 17階C (大阪駅前第三ビル)</p>
応用講座	<p>◆8月20日(土) 13:30~16:30</p> <p>◆定員 30名</p> <p>◆3講座 180分 ※うち1講座はeラーニング</p> <p>◆会場：梅田シルタス 17階C (大阪駅前第三ビル)</p>
実践講座 I	<p>◆8月21日(日) 10:00~12:30</p> <p>◆定員 30名</p> <p>◆2講座 150分 ボランティア論、ボランティア活動の準備</p> <p>◆会場：梅田シルタス 17階C (大阪駅前第三ビル)</p>
実践講座 II	<p>◆9月25日(日) 10:30~12:00</p> <p>◆定員 30名</p> <p>◆1講座 120分、修了式含む</p> <p>◆会場：梅田シルタス 10階D (大阪駅前第三ビル)</p>
会場	梅田シルタス 17階C、10階D (大阪駅前第三ビル)

②追加講座

基礎講座	<p>◆10月8日(土) 10:30~12:00</p> <p>◆定員 9名</p> <p>◆2講座 90分、開講式含む ※うち1講座はeラーニング</p> <p>◆会場：追手門学院大学梅田サテライト</p>
応用講座	<p>◆10月8日(土) 13:00~15:00</p> <p>◆定員 9名</p> <p>◆3講座 120分 ※うち1講座はeラーニング</p> <p>◆会場：追手門学院大学梅田サテライト</p>
実践講座 I	<p>◆10月8日(土) 15:00~17:30</p> <p>◆定員 9名</p> <p>◆ボランティア論、ボランティア活動の準備</p> <p>◆会場：追手門学院大学梅田サテライト</p>
実践講座 II	<p>◆9月25日(日) 10:00~12:00</p> <p>◆定員 9名</p> <p>◆1講座 120分、修了式含む</p>

(3) 講座内容（カリキュラム）

カリキュラム	資料2の通り（初回講座、追加講座） 講座を実施するにあたり、テキストを作成した。
初回講座 担当講師	<ul style="list-style-type: none"> ○岡崎裕 和歌山大学 教授 （消費者教育学会会員） ○上田慎二 鈴鹿大学短期大学部生活コミュニケーション学科こども学専攻 准教授 ○大阪府消費生活センター派遣講師 ○田中小由里（親子イベント協力者の方、マザーアースアソシエーション代表） ○企業：川口徳子（日本ハム(株)、日本ヒープ協議会 副代表理事） ○企業・AICE：今井浩人（㈱浜田総務部、AICE 戦略会議メンバー） ○大阪府消費生活センター担当者
追加講座 担当講師	<ul style="list-style-type: none"> ○岡崎裕 和歌山大学 教授 （消費者教育学会会員） ○大阪府消費生活センター派遣講師※ ○田中小由里（親子イベント協力者の方、マザーアースアソシエーション代表）※ ○企業：川口徳子（日本ハム(株)、日本ヒープ協議会 副代表理事）※ <p>※はeラーニングによる講師</p>

消費者教育リーダー養成講座 カリキュラム

◆基礎講座 8月20日（土）10：00～12：30 会場：梅田シルタス17階C

日程	時限（分）	講座内容	講師（予定）
8/20 （土）	10:00 開講式 （10）	開講式	AICE企画運営委員長 鱈坂恒夫（和歌山大学 教授） 大阪府消費生活セン ター所長
	1限目 （60）	◇オリエンテーション 本講座の目的理解 ◇消費者教育の基礎理解①（講義）※1 （1）大阪府の消費相談の実情について	岡崎裕（和歌山大学 教授） ※1大阪府消費生活 センター派遣講師
	2限目 （80）	◇消費者教育の基礎理解②（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 （3）消費者問題を、自分の問題として、整理・理解する。 （ブレンストーム「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

◆応用講座 8月20日（土）13：30～16：30 会場：梅田シルタス17階C

日程	時限（分）	講座内容	講師（予定）
8/20 （土）	3限目 （30）	◇活動を通じ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はどういうことである かを考える	岡崎裕
	4限目 （70）	◇消費者教育の実践とその支援について（講義） （1）消費者教育を行うために必要なこと（10） （2）企業の消費者教育活動について（40） （3）市民団体の消費者教育活動について（20）	岡崎裕 川口徳子氏（日本ハ ム株式会社 デリ商品 事業部 コンシューマ 商品部販促企画課 マ ネージャー） 田中小百里氏（マダ ーアスソシエーション代表）
	5限目 （80）	◇活動を通じ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、ゲームの開発を通し て大阪人に楽しんでもらえるよう具体的に考えてい く。 ○子ども向けには「エコ」「ゴミ」をテーマに、大学 生向けには「被害に合わないため」「住みたい未来 社会」をテーマに、それぞれの発達段階に適した教 材となるよう工夫する。 ※子ども向け、大学生向けそれぞれチームに分かれて 演習を行う。 （2）振り返り	岡崎裕 今井浩人（榊原田総 務部） 消費者教育TA 上田慎二氏（鈴鹿大 学短期大学部生活コ ミュニケーション学 科子ども学専攻准教 授）

◆実践講座Ⅰ 8月21日（日）10：00～12：30 会場：梅田シルタス17階C

日程	時限（分）	講座内容	講師（予定）
8/21 （日）	6限目 （120）	◇実習「親子イベント」運営・開催支援（ボランティア活動）準備 （1）消費者教育リーダーの実習準備として位置付ける。 市民向けの「親子イベント」の実践支援することで、普及・啓発の役割を担うとともに、消費者教育の担い手としての役割を理解する。イベント実施団体、企業の協力を得て、そのための準備を行う。	上田慎二氏 研究協議会メンバー イベント協力団体 （マザーアースアソシエーション） 今井浩人 消費者教育TA
		◇実習「大学生向けの啓発教材」づくり（ボランティア活動）準備 （1）消費者教育リーダーの実習準備として位置付ける。 活動を通して学ぶための教材を作成する。大学生に消費者教育を広めていくためのPRパンフレットに必要な項目を考える。	岡崎裕 研究協議会メンバー 消費者教育TA
	7限目 （30）	（2）ボランティア活動論 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	岡崎裕

◆実践講座Ⅱ 9月25日（日）10：00～12：00 会場：梅田シルタス10階D

日程	時限（分）	講座内容	講師（予定）
9/25 （日）	8限目 （100）	振り返り「消費者教育リーダーになるために」 （1）ボランティア活動論（20） 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）大阪府消費生活センターの現状について～行政が目指していること等を理解する（※1）（20） （3）ボランティア活動について振り返る（40） ○親子イベント ○消費者教育リーダーとして何をしたいか？について考える （4）まとめ（20） ・リーダー会活動について ・交流会について ・消費者教育啓発パンフレットづくりボランティアについて ・レポート提出について	岡崎裕 大阪府消費生活センター派遣講師 （※1）
	修了式 （20）	（1）修了式 ・本講座修了証の授与	AICE企画運営委員長 鯉坂恒夫（和歌山大学教授）

※消費者教育TA：一定レベルの消費者教育を学び修了認定を受け、消費者教育の講座支援をおこなうことができるティーチング・アシスタント（TA）をいう。今後、受講生の中でリーダー認定された人は養成講座でTAを行うことができるようになる。

※講座の下線は大阪の消費行動や大阪人気質を活かした内容にするために工夫
※講座支援として、AICE会員大学の教員が参加協力

<修了証>

上記全課程「基礎講座」「応用講座」「実践講座」を修了した者に対して、AICEから本講座の修了証を授与する。

<消費者教育学生リーダー認定>

リーダー認定については、別途認定要件を満たした者を対象に、大阪府消費生活センターから認定する。

消費者教育リーダー養成講座 カリキュラム (追加講座)

◆基礎講座 10月8日(土) 10:30~12:00 会場: 追手門学院大学梅田サテライト

日程	時限(分)	講座内容	講師(予定)
10/8 (土)	10:30 開講式 (10)	開講式 ◇オリエンテーション 本講座の目的理解	岡崎裕(和歌山大学 教授)
	1限目 (自習)	◇消費者教育の基礎理解①(講義)※1 (1)大阪府の消費相談の実情について ★※1はe-ラーニングで受講	岡崎裕(和歌山大学 教授) ※1大阪府消費生活 センター派遣講師
	2限目 (80)	◇消費者教育の基礎理解②(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 (3)消費者問題を、自分の問題として、整理・理解する。 (ブレインストーム「消費の意義について」「消費と 教育の関係」など) ※消費者市民社会について知り、消費者教育の必要性・内容 を理解する	岡崎裕

◆応用講座 10月8日(土) 13:00~15:00 会場: 追手門学院大学梅田サテライト

日程	時限(分)	講座内容	講師(予定)
10/8 (土)	3限目 (30)	◇活動を通じ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はどういうことである かを考える	岡崎裕
	4限目 (10)	◇消費者教育の実践とその支援について(講義) (1)消費者教育を行うために必要なこと(10) (2)企業の消費者教育活動について(40)※2 (3)市民団体の消費者教育活動について(20)※2 ★※2はe-ラーニングで受講	岡崎裕 ※2川口徳子氏(日本 ハム株式会社 デリ商 品事業部 コンシュー マ商品部販促企画課 マネージャー) ※2田中小百里氏(マ ザーアースアソシエーション代 表)
	5限目 (80)	◇活動を通じ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、ゲームの開発を通し て大阪人に楽しんでもらえるよう具体的に考えてい く。 ○子ども向けには「エコ」「ゴミ」をテーマに、大学 生向けには「被害に合わないため」「住みたい未来 社会」をテーマに、それぞれの発達段階に適した教 材となるよう工夫する。 ※子ども向け、大学生向けそれぞれチームに分かれて 演習を行う。 (2)振り返り	岡崎裕

◆実践講座Ⅰ 10月8日（土）15：00～17：30 会場：追手門学院大学梅田サテライト

日程	時限（分）	講座内容	講師（予定）
10/8 （土）	6限目 （110）	◇実習「大学生向けの啓発教材」づくり（ボランティア活動）準備 （1）消費者教育リーダーの実習準備として位置付ける。 活動を通して学ぶための教材を作成する。大学生に消費者教育を広めていくためのPRパンフレットに必要な項目を考える。	岡崎裕 研究協議会メンバー 消費者教育TA
	7限目 （30）	（2）ボランティア活動論 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	岡崎裕
	修了式 （10）	（1）修了式（第二弾） ・本講座修了証の授与	AICE企画運営委員長 鯉坂恒夫（和歌山大学教授）

◆実践講座Ⅱ 9月25日（日）10：00～12：00 会場：梅田シルタス10階D

日程	時限（分）	講座内容	講師（予定）
9/25 （日）	8限目 （100）	振り返り「消費者教育リーダーになるために」 （1）ボランティア活動について振り返る ○親子イベント ○大学生向け教材づくり （2）大阪府消費生活センターの現状について～行政が目指していること等を理解する（※1） （3）消費者教育リーダーとして何をしたいか？について考える （4）レポート提出	岡崎裕 大阪府消費生活センター派遣講師（※1）
	修了式 （20）	（1）修了式 ・本講座修了証の授与	AICE企画運営委員長 鯉坂恒夫（和歌山大学教授）

<e-ラーニング>

- ・基礎講座の※1「消費者教育の基礎理解①」、※2「消費者教育の実践とその支援について」（企業、市民団体）の講座については、e-ラーニングによって学習する。

<修了証>

上記全課程「基礎講座」「応用講座」「実践講座」を修了した者に対して、AICEから本講座の修了証を授与する。

<消費者教育学生リーダー認定>

リーダー認定については、別途認定要件を満たした者を対象に、大阪府消費生活センターから認定する。

(4) 応募者数、修了者数

講座の応募者数、修了者数は以下の通りであった。
本講座修了者には、修了証を与えた。

学校名	応募者数 () 内は追加講座参加者数	1回生	2回生	3回生	4回生	修了者数
大阪音楽大学	3	2		1		2
帝塚山学院大学	3			3		2
大阪成蹊大学	5		2	3		4
芦屋大学	2			2		2
和歌山大学	3			2	1	3
大阪経済大学※	1			1		1
関西学院大学※	1	1				0
阪南大学※	3	2		1		3
近畿大学※	1				1	1
桃山学院大学※	1		1			1
追手門学院大学	8 (8)	7	1			5
大阪工業大学	1 (1)			1		0
合計	32 (9) 人	12 人	4 人	14 人	2 人	24 人

※は AICE 会員大学以外の大学からの参加者 7 名。

【講座の受講風景】





第2節 大阪府消費者教育学生リーダー会の組織化

1. 養成講座受講生によるネットワークの構築

本取組の構成員に、AICEがある。AICEの中心的活動の1つに、「学生リーダー会」がある。すでに4期生を数えるこの活動では、大学の枠を超えて、様々な大学、学部、学科の学生が集まり、1つのミッションのもとに課題解決、実践を行ってきた。この学生リーダー会の活動を通じて、学生組織について分かってきたことが4つある。

- (1) 多種多様な学生による異文化交流活動は、他者理解を促進するとともに、お互いを認め合う関係性の構築に強みを発揮すること。
- (2) 1つのミッションをやり遂げるためには、その課題の当事者として自分の言葉で語るようになるために十分な時間が必要であること。
- (3) 学生活動を1ランク高めるために、ミッションと正面から向き合わせるための学生支援者が必要であること。
- (4) 大学が連携した学生のネットワークは、オフィシャルな情報より学生たちのローカルなネットワークから発信されるLINE等のバーチャルネットワークを通じた情報伝達・交流が大きく機能しており、メールのような一方的な伝達ツールでは学生ネットワークは育たない。継続性を重視するのであれば、従来のような各大学に学生拠点をつくるリアル拠点型ではなく、バーチャルネットワークによる拠点づくりが有効であること。

本取組では、学生が主体的に、同年代である大学生や地域に対して、消費者教育の普及・啓発活動を行う組織づくりが目標の1つであった。

そこで、学生の主体的な活動母体としての学生ネットワーク構築を、AICEの学生リーダー会の仕組みを活用して学生組織づくりを行うこととした。本取組における学生組織は、学生の主体的な活動による消費者教育活動を行う組織であることが期待されていることから、学生が次の年代の学生へと引き継がれる継承型を目指した。

この継承型学生ネットワーク組織を、「大阪府消費者教育学生リーダー会」の名称とした。

2. 大阪府消費者教育学生リーダー会の設置

本年度設置した府学生リーダー会組織の概要は、以下の通りであった。なお、府学生リーダー会に参加を希望する学生は、「大阪府消費者教育学生リーダー認定要件チェックシート」(資料4)を大阪府消費者教育学生リーダー会登録用紙に登録意思を示すことで、入会とした。

<大阪府消費者教育学生リーダー会とは>

府学生リーダー会とは、消費者教育・啓発のリーダーとして活動できるような人材となるための基礎的な知識の習得を図る研修の受講者を中心に、府内の大学の学生等で構成する消費者教育・啓発活動を行うネットワークを構築し、大学生が消費者問題に関する啓発等をボランティア活動として実践するとともに、その活動が自発的かつ継続的に行われるための指導等を行う学生組織です。

消費者教育学生リーダー養成研修を受け、一定のボランティア活動に参加した学生を対象に、大阪府が消費者教育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目指します。

名 称	大阪府消費者教育学生リーダー会
会員登録対象者	①消費者教育リーダー養成講座（基礎、応用、実践）の全課程修了者（リーダー認定をめざす者及びリーダー認定者） ②消費者教育リーダー養成講座（基礎、応用、実践）の一部受講者（将来のリーダーをめざす者、ボランティア活動協力者）
規 模	今年度はリーダー認定者及び認定をめざす者を含む約 30 名（実際には 22 名であった）。次年度以降講座の開講により修了生による登録者の増加を見込む。
リーダー会の設置及びネットワーク構築	<ul style="list-style-type: none"> 登録者による「大阪府消費者教育学生リーダー会」を設置し活動母体とした。 一方で、LINE によるバーチャルネットワークを併設し、学生ネットワークの関係構築を図った。 ホームページを作成し、他の学生への普及啓発を図った。
主な活動	<ul style="list-style-type: none"> リーダー会による消費者教育イベントとして「企業×学生交流会」の企画・開催・運営を 3 回実施し、消費者教育の普及啓発を行った。 イベント企画・運営やボランティア活動を行うにあたり、府学生リーダー会のメンバーを 5 チームに編成し、それぞれを担当した。 チーム活動では、学生が自主的に集まり会合を開き、イベント等の詳細を検討し、決定していった。 消費者教育に関するティーチング・アシスタント（TA）として、養成講座やイベント支援を行った。 ボランティア活動として、地域の子どもイベントでの啓発活動、大学の学園祭や大阪府消費フェアでの演劇による普及啓発活動等を実施した。 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た。 大阪府の消費者教育の推進に貢献した。

府学生リーダー 会代表の決定	<p>リーダー会の代表、副代表を、養成講座修了生の中から府学生リーダー会の会員相互によって決定した。</p> <p>※継続性を考えると、代表は可能であれば2回生から選出するのが望ましいが（2回生とする理由は、1回生は次年度代表への意欲を高め、3、4回生は2回生リーダーの支え役となり、代表終了後も2年間支える側として活躍が期待できるため、年度を超えた継続的な活動を行うことができるため）、あくまで学生の主体的な選出に任せるのがよい。</p>
代表、副代表の 役割	<ul style="list-style-type: none"> ・代表、副代表は、府学生リーダー会メンバーへの情報共有や、参加呼びかけ、とりまとめ等、積極的にメンバー間の情報共有を行った。 ・学生の自主的な会合の企画、呼びかけを行った。
継続性	<p>LINE 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った。</p>
学生指導支援員 の導入	<p>リーダー会の活動を支援し効果を高めるために、学生活動を指導支援するための支援員を3名置いた。支援員は、学生の主体的な活動ができるよう指導・助言を行った。</p>
学生の知識・ス キル向上のため の研修	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・今年度は、交流会の企画づくりで、チームごとに自主的な活動を行った。
大学の拡大	<ul style="list-style-type: none"> ・AICE 会員大学（12 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った。AICE の会員大学は、今後も増加する可能性があり、大学の拡大にも寄与できる。 ・府学生リーダー会の学生が LINE によるネットワークを通じて、自主企画の交流会に、他の大学の学生たちにも参加を呼びかけを行った。

3. 大阪府消費者教育学生リーダー会登録者数

平成 28 年度の「大阪府消費者教育学生リーダー」登録者数は、以下の通りであった。

学校名	登録者数
大阪音楽大学	1
帝塚山学院大学	1
大阪成蹊大学	4
芦屋大学	2
和歌山大学	3
大阪経済大学	1
阪南大学	3
近畿大学	1
追手門学院大学	5
大阪工業大学	1
合計 10 大学	22 人
1 回生	6
2 回生	2
3 回生	12
4 回生	2

4. 大阪府消費者教育学生リーダー会参加学生の声（レポート）

府学生リーダー会に参加した学生の声をレポートで集めた。

学生たちの多くは、本講座で消費者教育を学んだ事で、初めて消費者教育に触れた学生も多く、消費に対して意識が高まったという声が多かった。単に講座で学んだだけでなく、府学生リーダー会では、ボランティア活動や府学生リーダー会主催の交流会の企画・運営を通して、今後自分が消費者教育に積極的に関わっていきたいという思いを強くした学生が多かった。

反対に、もっとできたのではないかという自省も聞こえてきた。学び知ったことを行動につなげていくためには、学生たちが自ら何ができるか、何をしたいかを十分に考える時間が必要だったと思われる。今後の取り組みを考えていく上で、参考にしたい。

学生たちのレポートの詳細は、資料 6 に掲載。

第3節 消費者教育学生リーダー資格認定の仕組みづくり

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目指している。今年度は、リーダー認定として20名以上を目標とした。

【リーダー認定の要件】以下の要件をすべて満たした者を認定する。

- (1) 所定の「消費者教育リーダー養成講座」全課程（「基礎講座」、「応用講座」、「実践講座」）を修了した学生
- (2) 以下のいずれかのボランティア活動に1つ以上に参加した学生（実践講座で参加したイベント等も含む）
 - ①消費者教育に関するイベント等の企画・運営に参加
 - ②消費者教育のファシリテーターとして参加
 - ③消費者教育ティーチング・アシスタント（TA）として参加
 - ④幼小中高校、大学、市民を対象にした消費者教育の企画・運営に参加
 - ⑤消費者教育スキルアップ研修の企画・運営に参加
 - ⑥消費者教育に関する教材、PRパンフレット等の企画・制作に参加
 - ⑦大学生に向けた被害にあわないための消費者教育に参加
 - ⑧その他
- (3) 「大阪府消費者教育学生リーダー会」に登録した学生
- (4) 「大阪府消費者教育学生リーダー」への就任について以下を了承した学生
 - ①大阪府消費者教育学生リーダー会に登録し、リーダーとして今後の大阪府の消費者教育の普及啓発に協力する
 - ②登録した情報については、大阪府に提供することに同意する

【認定にあたってリーダーが身につけておくべき力】

- (1) 新しい法律（「消費者教育の推進に関する法律」平成24年12月施行）で定義された「消費者市民社会」を理解している。
- (2) 消費者市民社会の一員として、自分自身が賢い消費者になるために身につけておくべきことを理解している。
- (3) 消費者被害にあわないための行動を伝える事ができる。
- (4) 消費者市民社会のことを理解してもらえるよう伝えることができる。（賢い消費者を育成する支援ができる）

2. 認定の仕組（事務手続き）

「大阪府消費者教育学生リーダー」の認定に際しては、以下の手順で手続きを行う。

【リーダー認定の事務手続き】

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	消費者教育リーダー養成講座の修了生を対象に、上記「リーダー認定要件」を満たしているかどうかを「認定要件チェックシート」（資料4）によって確認。
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「認定要件チェックシート」（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、「大阪府消費者教育学生リーダー」として認定する。認定した学生についてリーダー登録を行い、「消費者教育修了生データベース（DB）」にて一元管理する。

3. 大阪府消費者教育学生リーダー認定者数

平成28年度の「大阪府消費者教育学生リーダー」認定者数は、以下の通りであった。

学校名	認定者数
大阪音楽大学	1
帝塚山学院大学	1
大阪成蹊大学	4
芦屋大学	2
和歌山大学	3
大阪経済大学	1
阪南大学	3
近畿大学	1
追手門学院大学	5
合計 9 大学	21 人
1 回生	6
2 回生	2
3 回生	11
4 回生	2

第4節 大学生による消費者啓発・ボランティア活動の実施

1. 実施したボランティア活動について

府学生リーダー会の活動を通じて、大学生による消費者啓発・ボランティア活動を実施した。府学生リーダー会活動には、学生指導支援員を置き、大学生の主体的な活動を支援した。

本取組では、ボランティア活動は、府学生リーダー会の主体的な活動の中で、企画・実施する事を基本とした。

今年度実施したボランティア活動は、以下の通りであった。

	名称	日時	対象	会場	内容	ボランティア回数	参加学生
1	大東市 KIDS マーケット事前学習内での消費者教育	8/27 (土) 13:50~ 14:40 (50分)	小学3年~ 6年 130名 (親子で 180名)	大東市キラリエホール	テーマ「ゴミって何で捨ててはいけないの？」をゲーム形式で楽しく学び考える	2回 8/21 8/27	16
2	大学生向け消費者教育パンフレット作成	11/2 (水) 納品	大学生		大学生向けの消費者教育普及啓発用パンフレットを作成する。	15回 8/21 10/16 ~11/2	11
3	追手門学院大学での消費者教育劇「AICE × STEP「谷繁」」の公演	11/5 (土) 11/6 (日)	大学生 158名 (1 ステージ定 員 50名×3 回)	○追手門学院大学の学園祭で実施 ○啓発パンフレットを参加学生に配布	追手門学院大学社会学部のプログラムとして対応。友達との関係性の中で、ねずみ講でだまされていると分かっている、友情関係を壊さないために断れず買い、今度は自分が友達に売る立場に転換していく循環、さらには、ゴミとは何かを考える劇を行った。	35回 9月下旬~11月中旬	18
4	大阪府消費者フェアで消費者教育劇の実施	11/5 (土)	市民	大阪府咲洲庁舎1階フェスパ	大阪府の消費者フェアで、大阪経済大学の演劇部が消費者教育劇を行った。	1回	1
5	和歌山大学単位互換提供科目「消費生活論」でTAとして授業支援	10/29 (土) 10/30 (日) 11/12 (土) 11/13 (日)	単位互換科目受講生 (大学生 35名)	泉大津市民会館 泉大津中央商店街	府学生リーダー会の学生2名が参加 ①和歌山大学単位互換提供科目「消費生活論」でTAとして授業支援 ②泉大津中央商店街での和歌山大学×泉大津市消費者教育イベント協力	4回 10/29 (土) 10/30 (日) 11/12 (土) 11/13 (日)	2

(1) 大東市キッズマーケット&mom'sマーケットでの講座（資料7）

大東市の主婦の団体「マザーアースアソシエーション」と連携し、大東市で10月23日（日）に実施が予定されている「大東市キッズマーケット&mom'sマーケット」で、当日ブースを出展する子どもたちを対象にした事前学習の時間を一部いただいて、子どもたちを対象にした消費者教育を行った。

この団体は、キャリア教育を活かした「子ども+生きる力+母」を合言葉に子どもと母親両方を支援する組織で、様々なイベントを実施してきた実績を持っている。

今回、事前学習で消費者教育を導入して頂いた背景には、本イベントが、いらなくなったものを活用してキッズマーケットを開くイベントであることから、「ゴミ」や「いらなくなったもの」や「もったいない」をキーワードに消費者教育を絡めることで、キッズマーケットに参加する意味を子どもたちに改めて考える場としたいことがあった。

<「大東市キッズマーケット&mom'sマーケット」開催概要>

○開催時期：8月27日（土）13：55～14：40（45分）

○対象：小学3年生～6年生の子ども、保護者

○内容：大東市「きッズマーケット&mom'sマーケット」事前授業でごみを切り口とした消費者教育を実施。

○当日タイムテーブル

時間	所要時間	内容
10:00～	90	準備&リハ
12:30～	30	受付開始
13:00～	5	・来場キッズへの挨拶 ・講師紹介
13:05～	15	・キッズマーケットって何？ ・キッズマーケットの注意事項 ・日時・持ち物の説明
13:20～	20	・ビジネスの授業
13:40～	10	休憩
13:50～	5	・アイスブレイク
13:55～	45	・消費者教育+エコ
14:40～	10	休憩
14:50～	10	・デザインの話
15:00～	50	・ワークショップ 廃材で商品を作ろう 例ハンガーと余り布でおしゃれハンガー作り ・当日の確認&挨拶
15:50～	5	
15:55～	5	子供たち帰る誘導
16:00～	60	撤収

学生たちは、担当のプログラム終了後も、他のワークショップの子どもたちの支援を行った。

<ボランティア活動の内容>

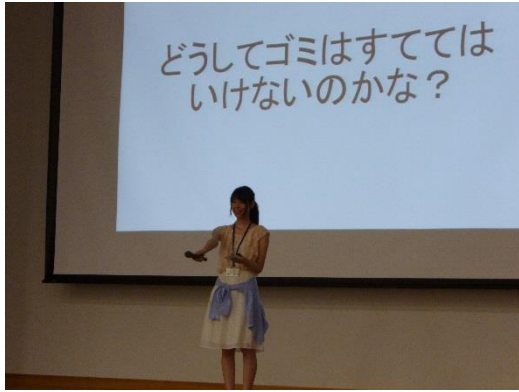
目的	「大東市キッズマーケット&mom'sマーケット」でブースを出展する子どもたちを対象に、「ゴミ」について考えてもらうワークショップを行う。
プログラム	<p>【時間】50分間</p> <p>【テーマ】「ゴミって何だろう？」</p> <p>【プログラム】</p> <p>1.「何がゴミなんだろう？」クイズ形式でそもそもゴミとは何かを考えてもらう。</p> <p>2.「ゴミは捨てるもの？」クイズ形式で、「まだ使えるのかどうか？」を捨てることとゴミとをつなげて考えてもらう。</p> <p>3.「ゴミのゆくえ(劇)」ごみが捨てた後はどうなるかを寸劇によって、ゴミの行き先を子供たちと一緒にかんがえてもらう。</p> <p>4.「ふり返し」ゴミをなくすアイデアをふり返しカードに書いてもらい、書いたものを持ち帰り、家庭でも何を学んできたかを話してもらうように工夫する。</p> <p>※クイズ形式では、子どもたちに身体をうごかしてもらうために、回答の場所まで移動させたり、子どもたちにインタビューするなどの工夫を入れた。</p> <p>※修了証としてお菓子メダルを子どもたち全員に渡した。</p>
手法	講座を受講した学生を4つのチームにわけ、各チームが上記1～4をそれぞれ担当し、どんなプログラムにするかを検討し、内容を決定。本番の準備を行った。
準備・実施期間	8/21～8/27
参加学生	16名



リハーサルの様子



府学生リーダー会のメンバー紹介




(2) 大学生向け消費者教育パンフレット作成

府学生リーダー会の主な活動の1つに、学生が主体的に、同年代である大学生や地域に対して、消費者教育の普及・啓発活動を行うことがある。

そこで、府学生リーダー会では、大学生向けの消費者教育普及・啓発のためのパンフレット作りを行った。

<ボランティア活動の内容>

目的	大学生向けの消費者教育普及・啓発のためのパンフレット作り。消費者教育 PR パンフレットの作成は、消費者教育の普及啓発活動に必要な教材やPRのための重要な資源となる。
パンフレットの名称	「変革」パンフレット メッセージ：学生よ 立ち上げれ 今がその時！
パンフレットの内容	<ul style="list-style-type: none"> ・大学生に興味を持ってもらえる見せ方を工夫する ・伝えたいメッセージを分かりやすくする ・府学生リーダー会の存在を伝え、仲間を増やす呼びかけを入れる ・行動につながるようなメッセージ性のあるものにする <p>最終的には、「あなたの選択が世界を変える！」という集約されたメッセージを通じて、一人ひとりの消費行動は小さなものかもしれないが、積み重ねていくと、大きな社会問題の解決につながる、社会を変えていく力になることを伝える内容となった。</p> <p>1000部印刷。</p>
手法	<p>パンフレットづくりに参加を希望する学生を講座中に募り、チームで内容を検討した。パンフレットを8つのパート<呼びかけ文、メインメッセージ、ビジョン、被害に合わないための、地産地消、フェアトレード、HP等のアクセス先、リーダー会の紹介>にわけ、それぞれ担当して、内容を検討し、原稿を作成。最後に11/27の第2回交流会後に全体会を開き、そこで、表紙のメインタイトル、メインメッセージを決定。それにあわせて、各パートを微修正し、完成させた。最終校をプロにデザインしてもらい、完成とした。</p> 
準備・実施期間	8/21、10/16～11/2
参加学生	11名

(3) 追手門学院大学大学祭での消費者教育劇公演

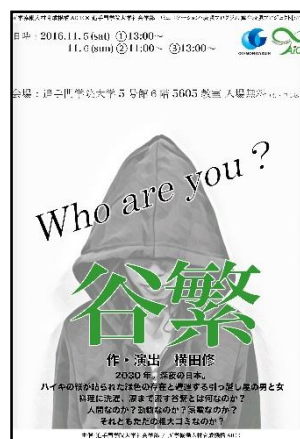
府学生リーダー会が大学生の組織であることから、大学生への直接的な消費者教育の普及・啓発活動を行う一環として、大学の学園祭の中で、普及啓発活動を行うこととした。

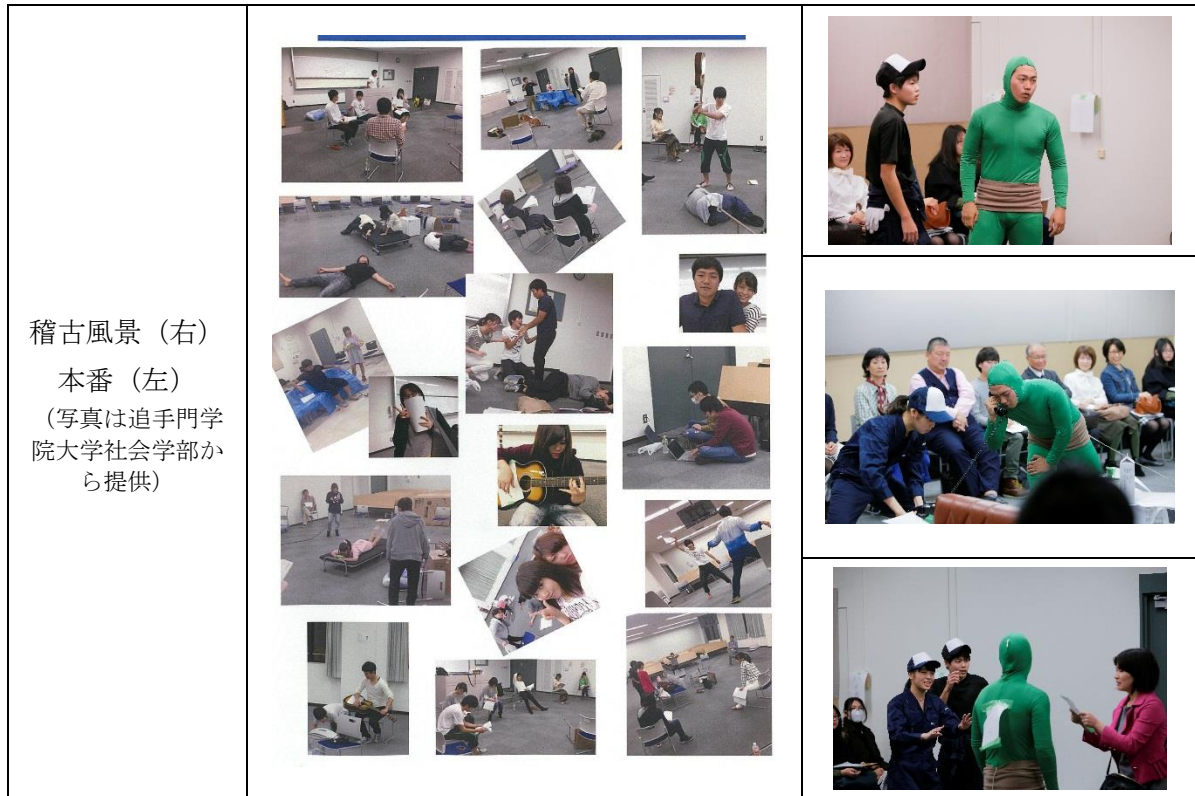
そこで、府学生リーダー会では、追手門学院大学社会学部の協力を得て、平成 28 年 11 月 5 日（土）、6 日（日）の 2 日間にわたった追手門学院大学学園祭「第 50 回将軍山祭」に合わせて、「産学協働人材育成機構 AICE×追手門学院大学社会学部コミュニケーション・表現プログラム 舞台表現プロジェクト【STEP】」とのコラボレーションで、劇を公演した。

公演を見に来た大学生に対しては、府学生リーダー会が製作した「変革パンフレット」もあわせて配布し、消費者教育の普及啓発を行った。

<ボランティア活動の内容>

目的	劇を通じて、消費者教育のメッセージを伝え、考えてもらう場とする。
劇のテーマ	Who are you? 谷繁 作・演出 横田修（追手門学院大学准教授）
公演	1 ステージ定員 50 名×3 回公演（大学生 158 名が観劇）
劇の内容	<p>ハイキの紙が貼られた緑色の存在と遭遇する引越し屋の男と女。料理に洗濯、涙まで流す谷繁とは何なのか？ 人間なのか？ 動物なのか？ 家電なのか？ それともただの粗大ゴミなのか？</p> <p>友達との関係性の中で、ねずみ講でだまされていると分かっている、友情関係を壊さないために断れず買い、今度は自分が友達に売る立場に転換していく循環、さらには、ゴミとは何かを考えるもの。</p>
手法	<p>参加した学生は、追手門学院大学の授業の一環として準備、公演を実施。</p> <p>参加した学生は、学内から広く受け入れた。</p> <p>当日の参加者への配布資料として、「変革パンフレット」も一緒に配布した。</p>
準備・実施期間	9 月下旬～11 月中旬
参加学生	18 名





（４）大阪府消費者教育フェアでの消費者教育劇実施

大阪府で毎年恒例として実施されている消費者フェア「大阪府消費者フェア 2016」で、大阪経済大学の演劇部が消費者教育劇を行った。大阪経済大学では昨年度も実施している。

今年は、同大学の演劇部の部長が府学生リーダー会のメンバーであったことから、今年も大阪府の消費者フェアでの公演が実現した。

フェア会場では、参加者に府学生リーダー会が制作した「変革パンフレット」もあわせて配布し、消費者教育の普及啓発を行った。

（５）和歌山大学単位互換科目「消費生活論」での TA

<ボランティア活動の内容>

<p>目的</p>	<p>南大阪地域大学コンソーシアムで今年度受託した文部科学省「『連携・協働による消費者教育推進事業』における消費者教育推進のための実証的共同研究」の一環として、南コンソの単位互換制度を活用して開講された和歌山大学提供科目「消費生活論～私たちの力でまちを活性化させよう！」に、府学生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、学生支援を行う。</p> <p>消費者教育を学んだだけでなく、消費者教育のボランティア活動として子どもイベントや、啓発パンフレットづくり、企業との交流会などを企画、運営、実施等を行ってきた実績を活かす場として設定。TAとして消費者教育のことを知らない学生に対して支援を通じて、自らのスキルアップを図る。</p>
-----------	---

<p>講座の内容</p>	<p>消費者教育を知らない、4大学35名の学生が受講。 消費者教育を学んだ後、その知識を活かして、商店街活性化のためのプログラムを消費者教育という視点で作成し、実際に、泉大津中央商店街でそのプログラムを実施した。</p> <table border="1" data-bbox="528 353 1385 831"> <tr> <td data-bbox="528 353 778 510"> <p>1日目 10/29 (土) 9:30~16:00</p> </td> <td data-bbox="778 353 1385 510"> <ul style="list-style-type: none"> ・オリエンテーション ・消費生活の意味を考える ・消費者教育推進法と消費者市民について ・私にとっての消費を考えよう (ワークショップ) ・消費のあり方を人に伝えよう (ワークショップ) </td> </tr> <tr> <td data-bbox="528 510 778 633"> <p>2日目 10/30 (日) 10:30~17:00</p> </td> <td data-bbox="778 510 1385 633"> <ul style="list-style-type: none"> ・泉大津市を学ぶ ・商店街を歩く (フィールドワーク) ・子どもイベントの事例紹介 ・市民育成とまちづくり (市長による講演) </td> </tr> <tr> <td data-bbox="528 633 778 734"> <p>3日目 11/12 (土) 9:30~16:00</p> </td> <td data-bbox="778 633 1385 734"> <ul style="list-style-type: none"> ・イベント準備 (ワークショップ) ・教材作成 (ワークショップ) </td> </tr> <tr> <td data-bbox="528 734 778 831"> <p>4日目 11/13 (日) 10:00~15:00</p> </td> <td data-bbox="778 734 1385 831"> <ul style="list-style-type: none"> ・イベント「私たちのちからで商店街を活性化させよう！」 </td> </tr> </table>	<p>1日目 10/29 (土) 9:30~16:00</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・オリエンテーション ・消費生活の意味を考える ・消費者教育推進法と消費者市民について ・私にとっての消費を考えよう (ワークショップ) ・消費のあり方を人に伝えよう (ワークショップ) 	<p>2日目 10/30 (日) 10:30~17:00</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・泉大津市を学ぶ ・商店街を歩く (フィールドワーク) ・子どもイベントの事例紹介 ・市民育成とまちづくり (市長による講演) 	<p>3日目 11/12 (土) 9:30~16:00</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・イベント準備 (ワークショップ) ・教材作成 (ワークショップ) 	<p>4日目 11/13 (日) 10:00~15:00</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・イベント「私たちのちからで商店街を活性化させよう！」
<p>1日目 10/29 (土) 9:30~16:00</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・オリエンテーション ・消費生活の意味を考える ・消費者教育推進法と消費者市民について ・私にとっての消費を考えよう (ワークショップ) ・消費のあり方を人に伝えよう (ワークショップ) 								
<p>2日目 10/30 (日) 10:30~17:00</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・泉大津市を学ぶ ・商店街を歩く (フィールドワーク) ・子どもイベントの事例紹介 ・市民育成とまちづくり (市長による講演) 								
<p>3日目 11/12 (土) 9:30~16:00</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・イベント準備 (ワークショップ) ・教材作成 (ワークショップ) 								
<p>4日目 11/13 (日) 10:00~15:00</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・イベント「私たちのちからで商店街を活性化させよう！」 								
<p>TAとしての役割</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・和歌山大学単位互換提供科目「消費生活論」でTAとして4回の集中講座すべての授業支援 ・泉大津中央商店街での和歌山大学×泉大津市消費者教育イベントで、消費者教育を組み込んだ商店街イベント企画づくり、教材づくりへのアドバイス ・事後のレポート作成 								
<p>準備・実施期間</p>	<p>10/29 (土)、10/30 (日)、11/12 (土)、11/13 (日)</p>								
<p>参加学生</p>	<p>2名 (和歌山大学の学生)</p>								
<p>単位互換学生募集 ちらし (左) 商店街イベントちらし (右) ※和歌山大学資料提供</p>	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="544 1234 932 1771"> <p>通年集中講座 南大地区大学コンソーシアム 平成28年度 単位互換 和歌山大学提供科目 「消費生活論」 私たちがより生活に活かそう！ 「消費者市民社会の一員であることを理解し、商店街の活性化に活かそう」 受講生20名 参加者募集中！ 和歌山大学 泉大津校 〒645-8501 和歌山県和歌山市泉大津 TEL: 074-425-7722 FAX: 074-425-7700 URL: http://www.wakayama-u.ac.jp</p> </div> <div data-bbox="1011 1234 1378 1771"> <p>和歌山大学 消費者教育研究室 Presents ＜消費者教育のための親子イベント＞ ECO ザウルスであそぼう 親子で楽しむ「あそび・学び」イベント！ 泉大津市中央商店街に集ってみんなで楽しみながら体験し学びませんか。 日時 11/13(日) あさ10時～ごっこ3時 場所 泉大津中央商店街 (泉大津駅から徒歩2分) ＜製作コーナー＞ 「エコザウルスを作ろう」 駅前商店街の「エコザウルス」が活躍！ ＜休憩コーナー＞ 年長ボランティア「おぼろ餅つき」 「おぼろ餅つき」 その他 消費者教育研究委員会 和歌山大学 泉大津校 泉大津市教育委員会 和歌山大学 泉大津校 泉大津市教育委員会</p> </div> </div>								

第5節 企業×学生交流会の開催

1. 大阪府消費者教育学生リーダー会主催による交流会の開催

大学生間ネットワークを形成促進及び企業理解を深め交流を図るために、交流会を開催した。交流会を開催するにあたっては、学生の主体的な活動を引き出し、リーダーの自覚をもって交流会を実施するために、消費者教育学生リーダー会が交流会の企画・準備・運営を行うこととした。交流会では、適宜企業にも参加してもらい、企業の消費者教育活動を知ること、消費者と生産者がともに消費者教育について考える場とした。

交流会の概要は、以下の通りである。

名称	企業×学生交流会
ねらい	①企業との交流：企業はどんな取り組みをしているのか理解し、交流する ②学生のネットワークを広げる：消費者教育に興味をもってもらえるよう、学生のネットワークを広げる
具体的な目的	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者教育に係る大学生間ネットワークの形成促進を図る ・消費者教育の担い手としてのリーダーの意識を高める ・大阪府消費者教育学生リーダー会の存在をアピールする ・次の代への継承を図る ・学生の主体的な活動であることの認識を強める ・企業の消費者教育活動を知ること、多面的な企業活動への理解を深める ・消費者と生産者がともに消費者教育について考える場とする
主催	大阪府消費者教育学生リーダー会
参加呼びかけ手法	リーダー会のLINEネットワークやHPを通じて他の学生に参加呼びかけ
内容	<p>リーダー会の学生がプログラムを検討。◎は必須とする。</p> <ul style="list-style-type: none"> ◎消費者市民社会を理解してもらう ○日々の行動や選択ジレンマを立ち止まって考える ○大学生として何ができるかを考える ◎学生の交流を図る ◎消費者教育学生ネットワークへの登録の誘い ◎企業との交流を図る <p>※企業については、AICE 会員企業等の他、ACAP 会員企業、大阪府中小企業家同友会、ハルカス大学プロジェクトにご協力いただいた。</p> <p>※交流会の最終回では、リーダー認定式を行う。</p>
開催回数	3回
開催時期	10月～1月：①10月16日（日） ②11月27日（日） ③1月22日（日）
会場	あべのハルカス大学（あべのハルカス 23階）

<交流会のテーマ>

交流会では、消費の中で衣食住を大テーマとし、各回それぞれにメインテーマを設定し、プログラム作りを行った。

交流会	メインテーマ
第1回	衣
第2回	住
第3回	食

<交流会企画の考え方>

現代社会は、持続可能な社会への変革が求められている。そのため、企業は人や社会や地球に配慮した企業活動をめざして、様々な工夫が行われている。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。そのために、消費者は企業の配慮を学び、選択する際の視野を広げる必要がある。

そこで、本交流会では、次世代を担う学生に、人や社会や地球に配慮した企業活動を紹介する（第一部）とともに、企業と学生が実際に交流するワークショップ（第2部）では、企業の方と学生を混ぜたグループをつくり、企業の方と学生が積極的にコミュニケーションをとるワークを行い、各回のテーマについて「学生一人ひとりが自分ならどうする」を考える場とする。

本交流会を通して、学生が企業の配慮を学び、消費者として選択する際の視野を広げる必要性について実感したことを、自分自身の日々の生活での選択に活かすことを通じて、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できることをめざす。

<交流会プログラムの詳細を検討するにあたっての注意点>

- 各回のコンセプトを明確にする
- 登壇いただく企業のテーマを決める
企業に対しては、なぜそのテーマにしたか理由を具体的に伝える
- 企業テーマを選ぶ際、できるだけ具体的に考える
- 第一部のテーマを基にして、第二部のワークショップのテーマを考える
- ワークショップでの発話（議論するテーマ）を2、3用意する
- ワークショップでは、1テーブル4名～6名、企業1名+学生を目安とする

(1) 第1回交流会

日時	平成28年10月16日(日) 13:30~16:30
テーマ	衣
担当班	丸山晃弘、大矢萌々華、今木佑季、杉本将啓、新行恵也、津田仁成
府学生リーダー会ボランティア活動紹介	○「大東市 KIDS マーケット事前授業での親子消費者教育」の活動について
消費者を大事にする企業活動紹介	○「スポーツウェアの素材と機能を知る」 ミズノ株式会社 品質保証部 部長 内田広氏 (公益社団法人消費者関連専門家会議 (ACAP) 理事)
ワークショップ	○正しい商品知識をもってモノを選ぼう ～「自分ならどうする?」を考える

<参加者数>

種類	参加者数	備考
学生	23名	うちリーダー会学生17名
企業	8名	ミズノ株式会社、ハウス食品株式会社、株式会社ルシアン、株式会社レナウン、タビオ株式会社(靴下屋)、三起商工株式会社(ミキハウス)、花王株式会社、小林製薬株式会社
大学	4名	和歌山大学、大阪音楽大学、芦屋大学、帝塚山学院大学
その他	6名	大阪府消費生活センター(2名)、ハルカス大学プロジェクト、学生支援員、事務局(2名)
合計	41名	

<第1回交流会の様子>

1. 開会 司会進行 新行 恵也、杉本 将啓

開会では、産学人材育成機構 AICE 事務局長の小畑一人（追手門学院大学）先生からご挨拶があった。



2. 代表者挨拶 上田 ことみ

大阪府消費者教育学生リーダー会の代表として挨拶を行った。同時に消費者教育についての説明、そして大阪府消費者教育リーダー会とはどんな組織なのかについて説明した。



3. 活動紹介 藤井 遥美、喜田 勝成、伊藤 誠人

8月27日に大東市立キラリエホールにて行った「大東市 KIDS マーケット事前授業での親子消費者教育」の活動を紹介した。「ゴミ、リサイクル」をテーマに、小学生にこの問題についての理解、考えを深めてもらうためにわかりやすくクイズ、劇などを行ったことについて報告があった。



4. 企業活動紹介 ミズノ株式会社 品質保証部 部長 内田 広氏

テーマは、「スポーツウェアの素材と機能を知る」。初めに、ミズノ株式会社が多様な会社なのか変遷などについて説明があった。続いて、水着など例を挙げてどんな素材、成分でどういう風を作っているのかを説明し、そこには工夫があって消費者のことを考えて作っているという思いが伝えられた。今後改訂が予定されている洗濯表示ロゴについて説明があった。衣服が長持ちするために工夫していることなどについても説明があった。



5. ワークショップ 丸山 晃弘

テーマは、「正しい商品知識をもってモノを選ぼう～自分ならどうする？を考える」。

内田様の話を聞いて、さらにどんなことを考えたか、そして、商品知識を持って消費者側としてどんなことをしていけばならないのか等をグループに分かれ意見交換を行った。その際、企業側、消費者側混合でグループを作った。話し合いの中では洗濯表示ロゴの話や服の選び方などの話などがあがって、企業側の方も消費者目線で話をして大いに盛り上がった。

グループトーク後、各グループの代表がグループでの話し合いのまとめを発表した。



6. まとめ 今木 佑季

内田様の話やワークショップの話し合いをまとめて発表した。消費者側がゴなどあるものをちゃんと理解して活用していかなければならないと語った。



7. 閉会 上田 ことみ

この後、各自で企業側同士、企業側と学生で名刺交換や雑談など行った。

(まとめ)

この交流会は1回目だったのでどんな感じかわからずに行ったにもかかわらず第2回、第3回への基盤としてつながったのではないだろうか。「衣」という学生が身近に感じやすいテーマだったので、内田様のお話やワークショップもなじみやすかったと思う。そして何より企業側の方がワークショップでのグループで楽しそうにお話していたのが印象に残っている。お話を聞くと学生となかなか話す機会がなかったから本当に楽しかったとおっしゃっていた。第2回、第3回は今回を通してもっといい交流会にしていきたい。

(2) 第2回交流会

日時	平成 28 年 11 月 27 日 (日) 13:30~16:30
テーマ	住
担当班	戸嶋陽向、福村朋基、久保愛果、藤原舞人
府学生リーダー会ボランティア活動紹介	○「追手門学院大学学祭での消費者問題をテーマにした演劇」の活動について
消費者を大事にする企業活動紹介	○「NTT ドコモにおける CSR」 株式会社 NTT ドコモ CSR 部 CSR 担当部長 小菅浩幸氏 (公益社団法人消費者関連専門家会議 (ACAP) 会員企業) ○「スマホ・ケータイ安全教室」 株式会社 NTT ドコモ スマホ・ケータイ安全教室 インストラクター
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」	○再確認！ネットのメリット・デメリット

大阪府消費者教育学生リーダー会主催
企業×学生交流会
人や社会や地球にやさしい生き方を共に考える

日時: 2016年 第2回 11月27日(日) 13:30-16:30
第1回 10月16日(日) 第3回 1月22日(日) 各回 13:30-16:30
会場: あべのハルカス23階ハルカスセミナールーム

第1部 活動紹介
13:30~15:00
「消費者教育学生リーダー会活動紹介」
「追手門学院大学「消費者教育」～Who are you? 発表」
「消費者を大事にする企業活動紹介」
○NTTドコモにおけるCSR
株式会社NTTドコモ CSR部 CSR担当部長 小菅浩幸氏
(公益社団法人消費者関連専門家会議 (ACAP) 会員企業)
○スマホ・ケータイ安全教室
株式会社ドコモCS関西

第2部 ワークショップ
15:00~16:30
「かしくネットと付き合える社会にするために、どんな行動ができるだろう?」
企業×学生が共に消費をキーワードに見聞交換し、交流を図ります

【申込締切】 定員50名(先着優先) 応募締切 平成28年11月22日(火)
以下の資料をメールに添付し下記メールアドレスまでお送りください。(TEL: FAXも可)
氏名、所属、連絡先(住所、電話番号)
ご興味がある方はお電話にご連絡ください
産業協同人材育成機構AICE事務局
〒595-8501 和歌山県和歌山市1-10-42 和歌山県産業協同センター100号 和歌山県産業協同センター内
TEL: 073-240-0771 FAX: 073-240-7061 E-MAIL: consumer@ace-j.com
http://www.ace-j.com/

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
11月27日(日) 13:30~16:30 テーマ: 住
あべのハルカス23階 ハルカスセミナールーム

時間	プログラム	
1 13:30(10)	開会 大阪府消費者教育学生リーダー会とは	消費者教育学生リーダー会 代表 福村朋基(大阪府立大学)
第1部 活動紹介		
2 13:40(10)	消費者教育学生リーダー会活動紹介 「追手門学院大学学祭での消費者問題をテーマにした演劇」の活動について	消費者教育学生リーダー会 山口詩穂、佐藤(追手門学院大学)
3 13:50(10)	オリエントエーション (消費者教育とは)交流会の趣旨説明	消費者教育学生リーダー会 久保愛果(和歌山大学)
4 14:00(30)	消費者を大事にする企業活動紹介① 「NTTドコモにおけるCSR」	株式会社NTTドコモ CSR部CSR担当 部長 小菅浩幸氏 (公益社団法人消費者関連専門家会議 (ACAP) 会員企業)
14:30(10)	休憩	
5 14:40(30)	消費者を大事にする企業活動紹介② 「スマホ・ケータイ安全教室」	株式会社NTTドコモ スマホ・ケータイ安全教室 インストラクター
15:30(10)	休憩	
第2部 ワークショップ・交流会		
5 15:40(45)	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」 再確認！ネットのメリット・デメリット	グループディスカッション 企業×学生
6 16:25(5)	閉会式 アンケート記入	AICE前副理事長 藤原舞夫

<参加者数>

種類	参加者数	備考
学生	18名	うちリーダー会学生10名
企業	10名	NTT ドコモ株式会社、ハウス食品株式会社、株式会社消費科学研究所、住友生命保険相互会社、タビオ株式会社 (靴下屋)、独立行政法人造幣局、鎌田商事株式会社、小林製薬株式会社
大学	1名	和歌山大学
その他	4名	大阪府消費生活センター、学生支援員、事務局 (2名)
合計	33名	

<第2回交流会の様子>

8. 開会 司会進行 久保 愛果
初めに司会者より、諸注意及び資料確認等を行った。



9. 代表者挨拶 福村 朋基
大阪府消費者教育学生リーダー会の代表である福村君より、府学生リーダー会について説明を行った。府学生リーダー会は、メンバーの個々の想いがたくさんあつまった組織である事を伝えた。



10. 活動紹介 山口 詩織
大阪府消費者教育学生リーダー会の活動紹介として、11月5日（土）、6日（日）の追手門学院大学の学園祭にあわせて、「産学協働人材育成機構 AICE×追手門学院大学社会学部コミュニケーション・表現プログラム 舞台表現プロジェクト【STEP】」とのコラボレーションで、劇を公演した、その内容を紹介した。



11. オリエンテーション 久保 愛果
交流会を始める前に、まず、消費者教育についての理解を共有するために、消費者教育とは何かという説明を行った。消費者教育といっても様々なジャンルが混在しているために様々なことがあると説明。参加者に投げ返るようなオリエンテーションとなったため、参加者もわかりやすく理解していた様子が感じられた。

12. 企業活動紹介① 〈株式会社NTT ドコモ CSR 部 CSR 担当部長 小菅浩幸様〉

主に NTT ドコモの CSR 活動についての紹介があった。具体的には、東日本大震災の時の活動時に、東日本の被災地に出向き料理教室を開催したこと、応援をするために寄付金も送る。その他、小学校にてスマホ・ケータイ安全教室の開催、高齢者や障がい者向けの使いやすい製品・サービスを追求している活動等も行っている。



東日本大震災にて考え方に变化があった。ネットというインフラであることから、活動の基礎そのものが CSR という認識へ变化した。災害時の迅速な行動（ネットを使えるように、停電の処置、倒木・断線の復旧）などについて東日本大震災から学び、迅速な行動が可能になった。その結果、努力奉仕により離れていたユーザーが戻ってきた。社会のための活動、持続可能な社会を求めて企業活動をしている。

13. 企業活動紹介 〈NTT ドコモ スマホ・ケータイ安全教室より〉

子供のスマホ・ケータイトラブルについての紹介があった。子供をトラブルから守るためにスマホをめぐるトラブルについて具体的な事例の紹介があった。近年の現代社会では、ケータイ・スマホを初めて操作する年齢が若くなってきている。インターネットの接続がメインとなってきている（インターネット接続）。逆に捉えると、スマホに接続してくるモノも多い（音楽機器、パソコン等）。インターネット・スマホについては若者のほうが達者で知識は深い。しかし、それはインターネットの接続関係のみであり、契約やトラブルには疎いという現状がある。よく使うサービスとして、①コミュニケーションアプリ、②SNS があるが、若者のほとんどが上記を使用するためにスマホを活用している。近年増えている若者のスマホ問題についての注意喚起と保護者の対策方法などの紹介があった。



14. ワークショップ 藤原 舞人

テーマは、「再確認！ネットのメリット・デメリット」。現在使っているケータイアプリやなどの活用方法を共有し、その活用しているアプリのメリットやデメリットをグループで話し合った。話し合った主な内容は以下であった。

企業からの参加者は企業としての見解と一般人としての見解の2つが存在している。あるものが使われることによっておこる付加価値であったり、あることがおこなわれることによっ



て本来の価値が無くなってしまったり、発展があれば衰退も起こる。

社会人としてはまだまだスマホに慣れていない人もいて、学生は活用しているアプリが多く社会人が理解に苦しむ場面があった。逆に社会人が良く使っているアプリについては、学生の理解が付いていかない部分が見られた。しっかり消費者問題について考えている人とそうでない人との知識や思考の差が大きくあった。



15. 閉会式 司会 久保 愛果
岡崎先生ご登壇



(まとめ)

消費者と企業の行っていることは異なっていた。消費者のカテゴリーは多く、我々の活動と大学と企業の活動するプロセスは違う。違っていても、それは良いことでありすべての行動が社会に繋がるのではないか。消費者問題は我々の日常に多く眠っている（隠れていて、探せば見つかる）この日常の中で日々我々は活動していることを認識し、活動しなければならない。自分の利益だけでなく、会社への影響、自分が活動することによって社会にどう繋がる（良い意味も悪い意味も）を考えれば視野は広がるのではないか。

(3) 第3回交流会

日時	平成 29 年 1 月 22 日 (土) 13:30~17:00
テーマ	住
担当班	佐々木直人、西田和史、喜田勝成、藤井遥美、 辻本なつみ、上田ことみ
府学生リーダー会ボランティア活動紹介	○学生啓発パンフレット「変革」制作について ○和歌山大学単位互換提供科目「消費生活論」TA について (H28 年度文部科学省「消費者教育推進のための実証的共同研究事業」南大阪地域大学コンソーシアム補助金事業)
消費者を大事にする企業活動紹介	○「食品メーカーにおける環境への配慮」 日本ハム株式会社 デリ商品事業部 コンシューマ商品部 販促企画課 マネージャー 川口徳子氏 (日本ヒーブ協議会 副代表理事、消費者力支援研究所 監事) ○「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 代表 坂東典子氏 (大阪府中小企業家同友会 会員企業)
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」	○食品ロス問題と向き合おう
認定式	大阪府消費者教育学生リーダー認定式 (21 名)

平成28年度大阪府消費生活センター施設事業「大学生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～継続性のある仕組みづくりを目指す～

大阪府消費者教育学生リーダー会主催
企業×学生交流会
人や社会や地球にやさしい生き方を共に考える

2017年
日時 第3回 1月22日 日 13:30-17:00
第1回 10月16日 日 第2回 11月27日 日 各回 13:30-16:30
会場：あべのハルカス23階 ハルカス大学セミナールーム
〒596-8555 大阪府吹上区吹上1-1-2

第1部 活動紹介
13:30~15:00
大阪府消費者教育学生リーダー会活動紹介
○学生啓発パンフレット「変革」制作について、他
「消費者を大事にする企業活動紹介」
○食品メーカーにおける環境への配慮
日本ハム株式会社 デリ商品事業部 コンシューマ商品部 販促企画課
マネージャー 川口 徳子氏 ほか（注）注釈あり
○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 代表 坂東典子氏 ほか（注）注釈あり

第2部 ワークショップ・交流会
15:00~16:30
「食品ロス問題と向き合おう」
企業×学生が共に消費をキーワードに見聞交換し、交流を促します

認定式
16:30~17:00
大阪府消費者教育学生リーダー認定式

参加応募締切 定員50名（先着順） 応募締切 平成29年1月18日（水）
以下の項目をメールにてお申し込みください（E-MAIL: AICE@kai.ac.jp）
応募される方はこちら
産学協働人材育成機構AICE事務局
〒596-8555 大阪府吹上区吹上1-1-2 5F 吹上駅前ビル100号 新築ビルAICE事務局
TEL: 072-240-7271 FAX: 072-240-7261 E-MAIL: aice@kai.ac.jp
http://www.aice-p.com/

平成28年度大阪府消費生活センター施設事業「大学生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～継続性のある仕組みづくりを目指す～

大阪府消費者教育学生リーダー会主催
第3回 企業×学生交流会
1月22日(日) 13:30~17:00
あべのハルカス23階 ハルカス大学セミナールーム

第3回テーマ
食

時間	プログラム
1 13:30:10	開会
第1部 活動紹介	
2 13:40(25)	オリエンテーション ○消費教育とは、交流の種 大阪府消費者教育学生リーダー会 佐々木直人氏(和歌山大学) 代表 福村朋嘉氏(和歌山大学) ○大阪府消費者教育学生リーダー会活動紹介 ○学生啓発パンフレット「変革」制作について 福村朋嘉氏(和歌山大学) 上田ことみ氏(和歌山大学)
3 14:05(20)	消費者を大事にする企業活動紹介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 デリ商品事業部 コンシューマ商品部 販促企画課 マネージャー 川口 徳子氏 ほか（注）注釈あり
4 14:25(20)	消費者を大事にする企業活動紹介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 代表 坂東典子氏 ほか（注）注釈あり
34:45:10	休憩
第2部 ワークショップ・交流会	
5 15:05(80)	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」 食品ロス問題と向き合おう グループディスカッション 企業×学生
7 16:30(20)	認定式 大阪府消費生活センター 所長 岡本源一氏
8 16:50(30)	閉会式 アンケート記入 AICE企画運営委員長 鍋塚恒夫氏

<参加者数>

種類	参加者数	備考
学生	23名	うちリーダー会学生17名
企業	12名	日本ハム株式会社（2名）、ハートイン・菜、ハウス食品株式会社、株式会社消費科学研究所、住友生命保険相互会社、タビオ株式会社（靴下屋）、ミズノ株式会社、小林製薬株式会社、アサヒビール株式会社、デリキッチン・菜（2名）
大学	9名	和歌山大学（3名）、芦屋大学（2名）、大阪成蹊大学、追手門学院大学（2名）、大阪音楽大学
その他	9名	大阪府消費生活センター（3名）、大阪府、中小企業家同友会、学生支援員（2名）、事務局（2）
合計	53名	

<第1回交流会の様子>

1. 開会式

司会 藤井 遥美

統括 佐々木 直人

初めに、司会者から注意事項等、資料の確認があった。続いて、参加企業の紹介があった。



2. 消費者教育への紹介 佐々木 直人

参加者に消費者教育について、「食」についての消費者教育についての説明をした。ここでの大きなテーマは、「賢い選択をする人を増やしていこう」。消費者の選択は大きな力を持っている。人生は選択の連続であり、1人1人の行動が積み重なって、社会に大きな影響を与えている。消費者教育の法律なども配備され始めている。消費者市民社会を実現するためには、消費者と企業の協力が大切。企業も、消費者教育の実現のために頑張っている。消費者市民社会を実現するためには、そういった企業を知ることが第一歩だ。この交流会を機に、企業の方とたくさん交流して、企業の方の想いを聞いてみてほしい、との思いを伝えた。



3. リーダー会について 福村 朋基

大阪府消費者教育学生リーダー会の代表である福村君より、府学生リーダー会について説明を行った。府学生リーダー会は、メンバーの個々の想いがたくさんあつまった組織である事を伝えた。

4. リーダー会の活動紹介 上田 ことみ

学生リーダー会の活動のうち、南大阪地域大学コンソーシアムで今年度受託した文部科学省「『連携・協働による消費者教育推進事業』における消費者教育推進のための実証的共同研究」の一環として、南コンソの単位互換制度を活用して開講された和歌山大学提供科目「消費生活論～私たちの力でまちを活性化させよう！」に、ティーチング・アシスタント（TA）として授業支援、学生支援を行った活動を紹介した。授業の一環で実施した、子どもを集めての商店街の活性化イベントを行った内容が紹介された。

5. 企業活動紹介① 日本ハム株式会社 デリ商品事業部 コンシューマ商品部 販促企画課 マネージャー 川口徳子様

テーマは、「食品メーカーにおける環境への配慮」。

環境を配慮した事業展開や消費やリサイクル等での環境問題改善に貢献していることの説明をしていただいた。具体的には、①生産・飼育施設における環境配慮、②処理・加工施設における環境配慮、③「商品」についての環境配慮の3つを軸にした改善であった。

初めに、日本ハムについての会社概要説明があり、続いて、環境方針、食料自給率、食品ロス（40万トン）、リサイクル率（95%）、排泄量、豚一頭のごみ（40%）、商品に付属している（保護するために）プラスチック用品などの改善、シールやトレイ、外装包装などについて現状と改善について説明があった。サプライチェーン全体で環境への配慮を考え、行っていることも伝えられた。



6. 企業活動紹介② ハートイン・菜 代表 坂東 典子様
テーマは、「個人店舗が考える食品ロスの対応は～人に寄り添う～」。

現在の仕事を始めたときの、地元オープンのきっかけ、食に対する想い、愛情があって恵みに感謝する気持ちについて語られた。自店舗での実行していることについては、大手ではなく、仕入れに変動があるため（食品ロスを減らすため）、お客様にヒアリングしながら、食品量や味など調整している。これからやっていきたいことは、使った食品を出来るだけ捨てない方法を考え、新たな環境問題改善を行っていきたい。日本全体としての消費者問題普及、改善については、根本的なもったいない行動が原因になっている事。捨てるような食品、肥料になるような食品でも加工や調理によっては、消費者の元にまで届くことは可能性があるとの思いから、アレンジ料理や、ロスを減らすための活動を考えていると話された。



7. ワークショップ

テーマは、「食品ロス問題と向き合おう」。
このテーマをもとにして、具体的には「呑み会の場（居酒屋等）での食べ残しの問題について考える」をサブテーマとして、社会人と学生の双方からの考え意見発信し交流を行うこととした。



5～6人の班を作り、社会人、学生によるワークショップを行った。社会人には、名刺交換や上司との関係などしきたりなどがあつた。学生には、食べ物（メニュー）のみえる化をするべきという意見があつた。

班ごとの発表で出た意見は以下のものであつた。

- ・会の目的にそつたメニューを考える（交流目的なら料理少な目など）
- ・自分の食べ物（皿）を見失わないように、マイプレートを作成すべき
- ・食べ残しをせぜに完食をしたら支払い料金から一部返金
- ・時間を決めてそれまでは食べる、その時間が過ぎたら交流をする（名刺交換など）
- ・メニューの量やカロリーなどの適格な見える化

8. まとめ（交流会全体として） 佐々木

消費者として、様々な考えや意見がある中でどんな選択をするのかも大事だし、どんな選択肢はあつてどれが良いのかを考える事自体も良いとまとめた。



(4) 大阪府消費者教育学生リーダー認定式

第3回交流会の最後に大阪府消費生活センターによる認定式を執り行った。認定式では、大阪府消費者教育学生リーダーの認定要件を満たした学生に対して、認定証ならびに認定カードが授与された。

認定者数	21名（9大学）
------	----------



第6節 広報

1. 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、啓発するために、チラシ等を作成した。

種類	内容	印刷部数	配布先
「消費者教育リーダー養成講座」募集ちらし	8/20、8/21、9/25の養成講座の募集用チラシ	1000部	<ul style="list-style-type: none"> ・大阪府下大学75校 ・昨年度消費者教育劇等を実施した学生団体8団体 ・AICE会員13大学にメール送信 ・本事業HPへ募集掲載
「消費者教育リーダー養成講座」追加募集ちらし	10/8、9/25の養成講座の追加募集用チラシ	印刷なし	<ul style="list-style-type: none"> ・AICE会員13大学にメール送信 ・本事業HPへ募集掲載
企業×学生交流会開催案内ちらし	第1回～第3回交流会の開催案内用のちらし	印刷なし	<ul style="list-style-type: none"> ・AICE会員13大学にメール送信 ・本事業HPへ募集掲載 ・府学生リーダー会代表へメール送信。リーダー会からはLINEを通じて、リーダー会会員及び友人へメール送信 ・協力団体ACAP、日本ヒーブ協議会、中小企業家同友会へメール送信。各団体で会員企業へメール送信
大学生向け消費者教育普及啓発パンフレット	大学生向けの普及啓発用に、「変革」パンフレットを作成。消費者教育の普及啓発及び府学生リーダー会参加呼びかけに活用するとともに、	1000部	<ul style="list-style-type: none"> ・交流会で参加者へ配布 ・追手門学園祭での演劇公演見学者へ配布 ・大阪府消費者フェアの参加者へ配布 ・府学生リーダー会の学生を通じて、所属大学の学生へ配布

2. ホームページによる広報

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

本取組のホームページ <http://www.aice-p.com/consumer/index.html>

平成28年度大阪府消費生活センター委託事業「大学生期における消費者教育推進事業」

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～継続性のある仕組みづくりをめざして～

この消費者教育
推進事業について

消費者教育リーダー
養成講座について

消費者教育学生
リーダー会とは

消費者教育学生
リーダー会の活動

大阪府消費者教育
学生リーダーの認定



News

- 2017.01.22 イベント
第3回 企業×学生交流会を開催します！ 多くの企業や大学生の参加をお待ちしています！
- 2016.11.27 イベント
第2回 企業×学生交流会を開催しました！
- 2016.11.5-6 イベント
消費者教育学生リーダー会が追手門学院大学の文化祭で消費者教育劇を実施しました！
- 2016.11.5 イベント
消費者教育学生リーダー会が「大阪府消費者フェア」で消費者教育劇を実施しました！
- 2016.11.2 作成物
消費者教育学生リーダー会が消費者教育啓発リーフレットを作成しました！
- 2016.10.16 イベント
第1回 企業×学生交流会を開催しました！
- 2016.9.25～ 講座
消費者教育リーダー養成講座 第2回を開催しました！

Pick Up!

空席中!!
消費者教育リーダー
養成講座

第3章 取組に対する効果の検証

1. 「養成講座受講者アンケート」から見た効果の検証

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

番号	アンケート種類	対象	目的
1	「消費者教育リーダー養成講座」 受講者アンケート	受講生	本講座の目的が理解され、講座が受講者にとってどのようなものであったかを検証
2	「消費者教育リーダー養成講座」 受講者のキャリア教育効果測定 (受講前、受講後の2回測定)	受講生	本講座がジェネリックスキルの向上にどのような変化をもたらしたかを検証
3	交流会アンケート(学生用、企業用)	参加学生 参加企業等	交流会の参加者にとって、交流会がどのようなものであったかを検証。参加した学生、企業など立場によって参加動機も異なる事から、別の質問紙を用意した。

2. 「養成講座受講者アンケート」から見た効果の検証

(1) アンケート結果

「消費者教育リーダー養成講座」を受講した学生に対して、全課程修了後にアンケート調査を実施した。(資料12)

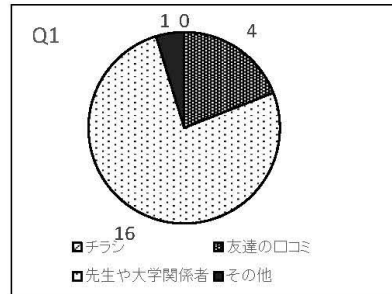
アンケート結果は、以下の通りであった。

平成28年度「消費者教育リーダー養成講座」 受講者アンケート集計結果

回答数	21
-----	----

Q1 本講座をどのように知ったか

1 チラシ	0
2 友達の口コミ	4
3 先生や大学関係者	16
4 その他	1

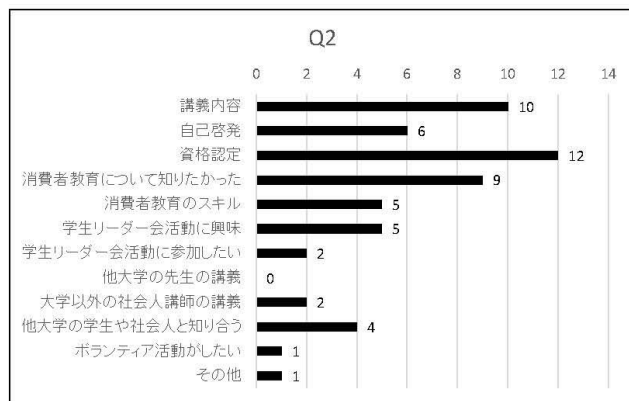


(その他)

・消費者教育の学生団体の知り合いから

Q2 受講動機(いくつでも可)

1 講義内容	10
2 自己啓発	6
3 資格認定	12
4 消費者教育について知りたかった	9
5 消費者教育のスキル	5
6 学生リーダー会活動に興味	5
7 学生リーダー会活動に参加したい	2
8 他大学の先生の講義	0
9 大学以外の社会人講師の講義	2
10 他大学の学生や社会人と知り合う	4
11 ボランティア活動がしたい	1
12 その他	1

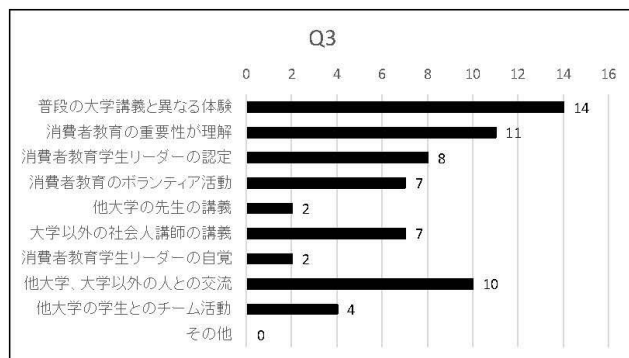


(その他)

・先生に呼ばれた

Q3 受講して良かったこと(いくつでも可)

1 普段の大学講義と異なる体験	14
2 消費者教育の重要性が理解	11
3 消費者教育学生リーダーの認定	8
4 消費者教育のボランティア活動	7
5 他大学の先生の講義	2
6 大学以外の社会人講師の講義	7
7 消費者教育学生リーダーの自覚	2
8 他大学、大学以外の人との交流	10
9 他大学の学生とのチーム活動	4
10 その他	0



(上記以外にあればお書きください)

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

平成28年度「消費者教育リーダー養成講座」 受講者アンケート集計結果

Q4 不満だった点

(具体的)

- ・ボランティアなどもスケジュールも事前に伝えて欲しかった。急に言われたのに、参加前提っぽく話が進んだので、行きたくても行けなかったのが申し訳ない。
- ・自分がまだ消費者リーダーとして、物足りないと思った。
- ・初めての講座での消費者社会の定義が分かるのに時間がかかり少し遅れてしまった。
- ・もう少し時間が欲しかった
- ・準備期間が短かった。1、2回と3回の間が長かった。
- ・AIGEの説明等、はじめの触りがもう少し欲しかった。
- ・イベントまでの準備期間が少なかった
- ・主催者さんの立ち位置がイマイチ分からず不安だった。(先生方の個人的な意見がとても聞きたかった。)
- ・組織や所属が全くわからなかった。交流会の具体的な目的や目標がわからないまま参加したので、意義を見出せなかった。
- ・時間がない。消費者教育、消費者市民社会について理解が浅い。
- ・一気に講義を開きすぎ
- ・強いて挙げるなら遅れて連携があまりとれなかったこと。

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

(具体的)

- ・学生が活動する点は、良いと思った。学生の中には、何かイベントをしたい、資格が欲しくて来る人も多いため、意図を理解してもらう必要があると思った。
- ・消費者リーダーにとって自分の意識を高めるチャンスだと思う。
- ・まだ、あまり経験がないので、今度の企業との交流会やもっと色々な場所で啓発を行なっていきたい。
- ・もっと消費者教育を世間に知ってもらえるようにしたい。
- ・すごく良いと思う
- ・一人一人が考えないといけない問題だと思うので、活動していくことは大切だと思います。
- ・普段あまり体験できない活動が出来たので良かったです。
- ・貴重な体験だった
- ・良い取り組みだと思う
- ・講義で得たことの何を啓発するのが分からない。
- ・参加者が受け入れやすいと思う(権威的でない、楽しさも加えられる)。専門性に欠けることから、誰かと協力しなければならぬ。協力相手のメリットになれば良いと思う。
- ・大学生期にこういった活動は最適だと思う
- ・いろいろなボランティアを自主的に参加し、主催していくことで社会に貢献できるのだと思います。
- ・これから頑張って広げていきたいと思っています。
- ・個人として行なっていくことも大事だとは思いますが、リーダー会として組織化をしっかりとやっていく必要があると思います。
- ・大人が教えるよりも同じ立場の人が教えることで親しみも増してとても良いと思う。
- ・自分のことなのに周囲の人にも影響を与える活動なので、そこは素晴らしいなと思ったし、参加も考えておきたい。
- ・必要性の高いものだと思う。悪質な商法を減らせると思う。
- ・消費者の身近には様々な危険があるので、活動で他の人々にも知らせられるのはとても良いと思います。

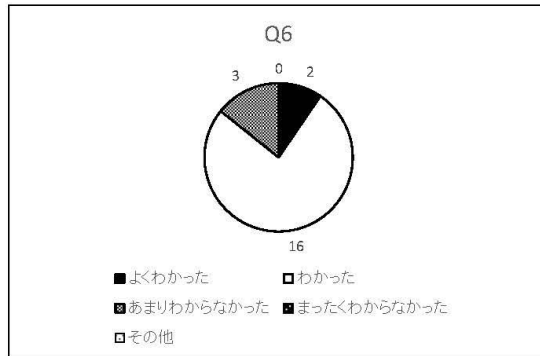
平成28年度「消費者教育リーダー養成講座」 受講者アンケート集計結果

Q6 安全・安心な消費生活を送る方法がわかったか？

1 よくわかった	2
2 わかった	16
3 あまりわからなかった	3
4 まったくわからなかった	0
5 その他	0

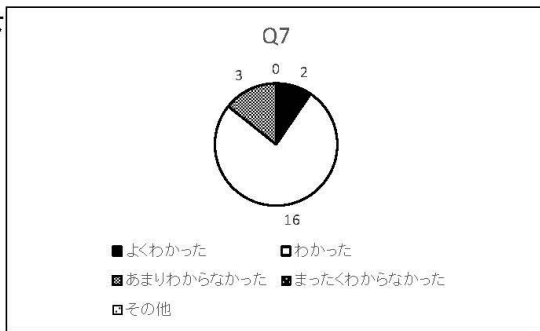
(その他)

・ボランティアの準備の記憶ばかり



Q7 「消費者市民社会」の形成のためにとるべき行動について

1 よくわかった	2
2 わかった	16
3 あまりわからなかった	3
4 まったくわからなかった	0
5 その他	0



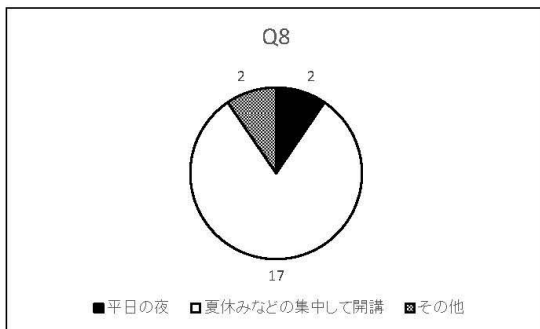
Q8 セミナーの開講時期として適当なものは？

1 平日の夜	2
2 夏休みなどの集中して開講	17
3 その他	2

(その他)

・休日等

・土日の夕方もしくは朝



Q9 自由な意見

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

(2) 効果の検証

受講者アンケート結果から分かった事は、以下であった。

(広報)

- ・講座の広報については、「先生や大学関係者」(76%)、「友達の口コミ」(19%)が効果的であった。今回、大学及びAICE会員大学を通じて、本講座の案内を行ったが、広報先としては効果があったといえる。

(受講動機)

- ・最も多かったのが「資格認定」(57%)で、資格認定が受講のインセンティブになっていた事が分かる。
- ・次に多かったのは「講座内容」(48%)、「消費者教育について知りたかった」(43%)と続き、消費者教育への関心の高い学生が半数近く参加していた事が分かった。
- ・続いて、「自己啓発」(29%)、「消費者教育スキル」(24%)、「学生リーダー会に興味」(24%)、「他大学の学生や社会人と知り合う」(19%)、「学生リーダー会に参加したい」(10%)、「大学以外の社会人講師の講義」(10%)と続いた。本講座は、消費者教育以外にも、自分を高めるためや他の人との交流を求めて参加したことが伺えた。

(受講してよかったこと)

- ・受講してよかったことは、「普段の大学講義と異なる体験」(67%)、「消費者教育の重要性が理解」(50%)、「他大学、大学以外の人との交流」(48%)、「消費者教育学生リーダーの認定」(38%)と、受講動機で挙げられていたことが、受講してよかったこととしても挙がっている。受講者にとって、期待に沿った内容になっていた事が伺えた。
- ・「消費者教育のボランティア活動」(33%)を挙げている学生も多く、参加して体験する中で、消費者教育の面白さに触れた学生も多かったと思われた。

(不満だった点)

- ・消費者教育を理解するにはもう少し時間が欲しいという意見が多かった。もう少し時間をかけたり、講座間の時間があることで、次回への準備ができるような講座の設計について検討する事も必要だと思われた。
- ・講座のスケジュールが少しタイトであったという意見もあり、もう少し余裕があったほうがよいかもしれない。

(消費者教育普及・啓発活動)

- ・普及啓発活動は、個人にとっても意識を高める機会であったり、経験を増やす機会と前向きに捉えている意見が多かった。
- ・活動の重要性に気づき、賛同する意見が圧倒的に多かった。消費者教育学生リーダーとしての普及啓発活動の重要性と活動への自覚が講座の中で理解が進んでいる事が伺えた。

(安全・安心な消費生活や消費者市民社会の形成のためにとるべき行動)

- ・86%の学生が安全・安心な消費生活や消費者市民社会の形成のためにとるべき行動について理解していた。

以上の結果から分かる事は以下であった。

- ・本講座の受講生は、消費者教育への関心の高い学生が半数近く参加していた。
- ・資格認定が受講のインセンティブになっていた。
- ・本講座は、消費者教育以外にも、自分を高めるためや他の人との交流を求めて参加した学生が多かった。
- ・普及啓発活動は、個人にとっても意識を高める機会であったり、経験を増やす機会と前向きに捉えている。
- ・消費者教育学生リーダーとしての普及啓発活動の重要性と活動への自覚が、講座の中で理解が進んでいる。

3. 受講者の「ジェネリックスキル」から見た効果の検証

(1) キャリア教育効果測定指標結果

消費者教育では、消費者市民社会を実現させていくために、自分の選択が社会的に適切かどうか、持続可能な社会に貢献できるのかどうか、社会の一員として社会全体の利益を優先して考える意識や態度を育てることも求めている。この消費者市民社会の考え方を深く理解する手法として、市民教育（シチズンシップ）を含むキャリア教育は有効な手法の1つである。新法においては、消費者教育は、「消費生活に関する知識を修得し、これを適切な行動に結び付ける事ができる実践的な能力が育まれることを旨として行わなければならない。（消費者教育推進法 第3条）」とあるように、「学びの結果が行動にいたるような、実践的な学びをすすめるために、まずは学習者自身の日常生活の検証から始める必要がある（本講座テキストより）」。

本講座では、上記のように学んだことを行動に移す事ができるような学び（アクティブラーニング）を積極的に取り入れ実践している事から、受講生はキャリア教育でいうところのジェネリックスキルの向上が見られることが予見できる。そこで、南大阪地域大学コンソーシアムが開発したキャリア教育効果測定指標を活用し、受講生のジェネリックスキルの変化を測定することとした。

効果測定指標では、以下のような能力等指標と8つに集約した測定指標（ジェネリックスキル）に対応している。（資料13）

8つの測定指標	質問番号	能力等指標	質問番号	能力等指標
考え抜く力	1-4	課題発見力	1-6	創造力
	1-5	計画力	1-12	情報収集力
伝える力	1-7	発信力	1-15	プレゼンテーション力
	1-14	説得力		
チームで働く力	1-8	傾聴力	1-11	規律性
	1-9	柔軟性	1-13	職業理解力
	1-10	状況把握力		
前に踏み出す力	1-1	主体性	1-3	実行力
	1-2	働きかけ力		
自己肯定感	2-1	自己肯定感		
達成動機	2-2	達成動機 1	2-3	達成動機 2
職業観	3-1	仕事に対する夢	3-2	仕事に対する希望
社会的関心	3-3	社会に対する興味		

上記スキルの質問に対して、以下のように採点し、集計した。

とてもある 4点	まあまあある 3点	あまりない 2点	まったくない 1点
----------	-----------	----------	-----------

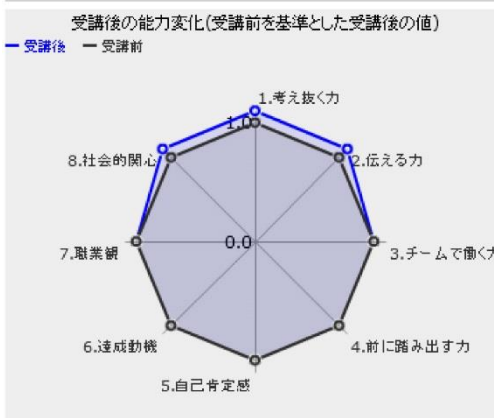
測定結果は以下の通りであった。

教育測定結果(全受講者平均)

測定対象

プログラム番号	17051293
プログラム名	大阪府消費者教育

集約8項目



	1.考え抜く力 (16点満点)	2.伝える力 (12点満点)	3.チームで働く力 (20点満点)	4.前に踏み出す力 (12点満点)	5.自己肯定感 (4点満点)	6.達成動機 (8点満点)	7.職業観 (8点満点)	8.社会的関心 (4点満点)
実施前	10.1	7.2	14.3	8.1	2.7	6.8	6.3	3.0
実施後	10.7	7.8	14.9	8.5	2.8	6.5	6.2	3.3
相対値	1.1	1.1	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.1

上記の左図は、受講前のスキルを1としたときの伸び幅を示したレーダーチャートである。右図は、受講前の受講生のスキルの平均値を素データで示したものである。

	1.考え抜く力	2.伝える力	3.チームで働く力	4.前に踏み出す力	5.自己肯定感	6.達成動機	7.職業観	8.社会的関心
実施前 平均値	2.5	2.4	2.9	2.7	2.7	3.4	3.2	3

(2) 効果の検証

受講者の効果測定結果から分かった事は、以下であった。

- ・受講前の測定結果から、参加した受講生は、自分のジェネリックスキルに対して肯定的に捉えている学生が大半であった。数値も高い数値を示しており、自己意識の高さが伺えた。
- ・基本的にジェネリックスキルに対して肯定的に捉えていることから、本講座の受講による伸び幅については、そう高い数字を示してはいないが、「1. 考え抜く力」「2. 伝える力」「8. 社会的関心」が伸びている。このことから、本講座による消費者教育のリーダーとして活躍するための学びを通して、考えながら、啓発活動として人に伝える方法を学び、消費者教育という社会的テーマと向き合った結果だと思われた。

上記から、分かった事は、

- ・参加者はもともと高い自己意識の学生が多かった。
- ・受講後は、「1. 考え抜く力」「2. 伝える力」「8. 社会的関心」が伸びていた。
- ・これらのジェネリックスキルの伸びは、「消費者教育」という大きな社会的テーマが与えられ、それが自分自身の日常生活と結びつく事で、啓発活動の第1歩となることとしっかりと向き合った結果だろうと思われた。

4. 交流会アンケートから見た効果の検証（学生・企業）

3回実施した交流会について、それぞれの立場で参加の目的や意図が変わるだろうことから、学生、企業の方それぞれに、別の調査紙を用意して、各回の参加修了後にアンケート調査を行った。

(1) アンケート結果（第1回、第2回、第3回）

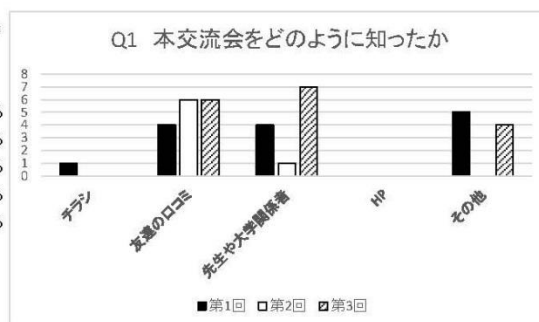
調査結果は、資料14の通りであった。（資料14参照）

なお、調査紙は、第1回目の質問紙に一部追加質問を加え第2回用とし、第2回、第3回は同じ質問紙を使用した。

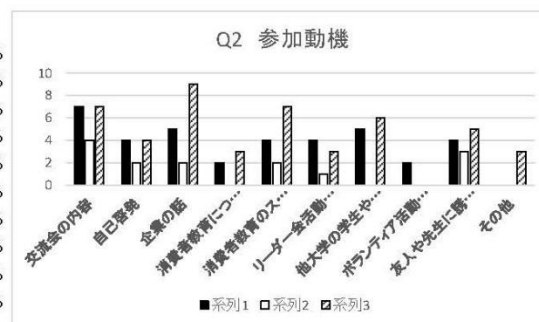
第1回～第3回 企業×学生交流会 参加者アンケート集計結果(学生)

2016/10/16
2016/11/27
2017/1/22

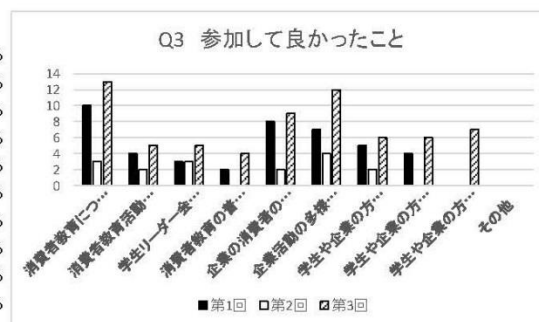
		第1回	第2回	第3回		
第1回	回答数	14	8	17	39	
Q1 本交流会をどのように知ったか						
		第1回	第2回	第3回		
1	チラシ	1	0	0	3%	
2	友達の口コミ	4	6	6	41%	
3	先生や大学関係者	4	1	7	31%	
4	HP	0	0	0	0%	
5	その他	5	0	4	23%	
・リーダー会						



		第1回	第2回	第3回		
Q2 参加動機						
		第1回	第2回	第3回		
1	交流会の内容	7	4	7	46%	
2	自己啓発	4	2	4	26%	
3	企業の話	5	2	9	41%	
4	消費者教育について知りたい	2	0	3	13%	
5	消費者教育のスキルを身につけたい	4	2	7	33%	
6	リーダー会活動に興味	4	1	3	21%	
7	他大学の学生や社会人と知り合う	5	0	6	28%	
8	ボランティア活動がしたい	2	0	0	5%	
9	友人や先生に誘われた	4	3	5	31%	
10	その他	0	0	3	8%	



		第1回	第2回	第3回		
Q3 参加して良かったこと						
		第1回	第2回	第3回		
1	消費者教育について考えることができた	10	3	13	67%	
2	消費者教育活動に興味を持った	4	2	5	28%	
3	学生リーダー会活動を知ることができた	3	3	5	28%	
4	消費者教育の普及啓発活動をしたかった	2	0	4	15%	
5	企業の消費者の配慮を知ることができた	8	2	9	49%	
6	企業活動の多様な側面を知ることができた	7	4	12	59%	
7	学生や企業の方との交流関係が広まった	5	2	6	33%	
8	学生や企業の方とのチーム活動	4	0	6	26%	
9	学生や企業の方との交流	0	0	7	18%	
9	その他	0	0	0	0%	



第1回～第3回 企業×学生交流会 参加者アンケート集計結果(学生)

2016/10/16
2016/11/27
2017/1/22

Q4 参加してみて不満だったことは？(具体的に)

第1回・少し指示が分かりにくかった

- ・特になし
- ・グループ毎に議論の充実ぶりに差を感じた。ファシリテーションに慣れていない人でも場を回せるノウハウがあれば感じた。

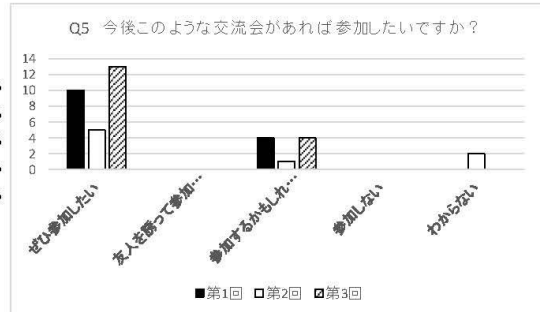
第2回・特になし

第3回・特になし

- ・グループワーク時の席の間が少し狭かった。
- ・連絡があまり届いていなかったため、必要事項などが分からなかった。
- ・空調、少し空気が悪かったように思います。

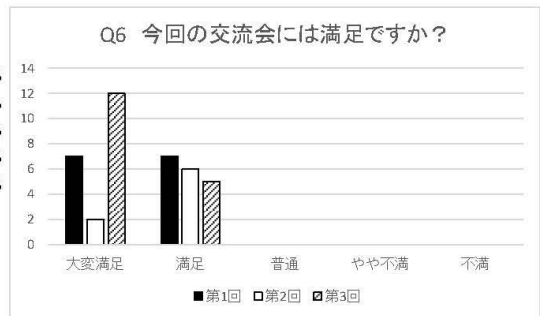
Q5 今後このような交流会があれば参加したいですか？

	第1回	第2回	第3回	
1 ぜひ参加したい	10	5	13	72%
2 友人を誘って参加したい	0	0	0	0%
3 参加するかもしれない	4	1	4	23%
4 参加しない	0	0	0	0%
5 わからない	0	2	0	5%



Q6 今回の交流会には満足ですか？

	第1回	第2回	第3回	
1 大変満足	7	2	12	54%
2 満足	7	6	5	46%
3 普通	0	0	0	0%
4 やや不満	0	0	0	0%
5 不満	0	0	0	0%



Q7 今回の交流会に参加して印象に残ったこと、感じたことはありましたか？

第2回 ・身近で良く知っている企業が営業活動と切り離れたCSR活動だけでなく、商品を利用する消費者に密着したCSR活動を行なっていることを知れました。また、学生が考えていること、企業の方が考えているか異なっていることを知り、こういった場で交流することが大切だと思いました。

- ・企業の声を聞いたこと
- ・ネットリテラシーについて、特にフィルターのカスタマイズを初めて知ることができた。
- ・グループワークの体験
- ・企業の方からのお話しなど聞いてよかったです。色々な学生の話も聞いてよかったです。
- ・消費者についてたくさん学べたし、他にもグループディスカッションにて、周りの人の考えや経験談が聞けたのが良かった。
- ・消費者教育的面のみではなく、色々な年代の人と関わることで、時代の流れとそれに対応した活動が分野として成長していることを感じた。
- ・消費者のこと、企業について学べました。

- 第3回**
- ・他人と交流して、共感できる考えや良いなと思う考えがたくさんあり、もっと他の人の考えを知りたいと思いました。
 - ・消費者生活について、食べ物を残さない大切さを改めて知った。
 - ・様々な企業が消費者教育に取り組んでいることを知りました。もっと幅広く消費者教育を広めていきたいと感じました。
 - ・一緒に食事をする方だけでなく、食事を提供して下さる方への配慮も学べました。私も食べ物が余りそうなら、積極的に食べて貢献しようと思いました。
 - ・今回の交流会で消費者の意識改善の大切さや企業の考えを学ぶことが出来ました。
 - ・この交流会に参加して、大勢の前で話す機会を与えて頂き少しは経験になったと思う。そしてグループワークを通して、単なる知識としての教養を増やすことができた。
 - ・「自分がリーダーになって伝えていかないと」という意識が強くなりました。
 - ・企業がどんな想いを持っているのか、どう考えているのかを実際、グループワークで話させてもらったことでいろんな意見を知ることができた。
 - ・食についてたくさん考えることができた。もっと考えていかなければならなかったと思った。

第1回～第3回 企業×学生交流会 参加者アンケート集計結果(学生)

2016/10/16
2016/11/27
2017/1/22

- ・色々学んだ
- ・消費者の考え方を考えることで、一人ではなく多くの人が変わることに、大きく変化をもたらすということ、一人一人が意識を変えることが今後につながることを学ぶことができました。
- ・企業の消費者や社会に対する取り組み、働きかけなどたくさん知ることができた。
- ・企業の人の考えと大学生の考えの違い。
- ・他者と真剣に一つのモノについて考える事の重要性和楽しさを学びました。
- ・企業の環境配慮。自分たちができること、することの大切さ。
- ・「食」を扱う企業が「何を大事にしているのか」を知ることができた。

Q8 ワークショップにて企業や他の学生とどのような交流ができましたか？

- 第2回**
- ・学生は、この世代に生きてきた背景、企業の方は一世代前から生きてきた背景、企業で働いている背景を持って、それぞれの考え方を共有できてよかったです。
 - ・意見交換
 - ・企業に勤めていると、役職が高くなるとSNSについて、制限があるというのが興味深かった。
 - ・考えを知ることができました。企業の取組みも含め。
 - ・大人の方も何かかいたので、学生目線だけじゃない、違った目線で物事が見れて、良い経験だと思った。
 - ・実際の企業について、学ぶことができました。
- 第3回**
- ・大学生活では学生しか交流がないので、企業の方と交流ができました。
 - ・普段の生活では間違いなく話すことのない企業の人たちや他大学の人々と話できて、自分の知らない世界を知ることができた。
 - ・「飲み会」といっても、学生、大人の飲み会は色が違うので、それぞれの問題点、解決策を共有できました。
 - ・沢山の意見を聞くことができました。
 - ・ワークショップを通して他人の意見を引き出す力がついたのではないかと感じる。
 - ・相手の思いを聞くことができ、自分がこれからどうしていこうかという気持ちが整理できて良かったです。
 - ・自分が考えられない意見をたくさん聞くことができた。
 - ・様々な討論、話し合いが出来て良かった。結構楽しく話せて良かった。
 - ・知識、考え方
 - ・思っていたよりもフレンドリーに交流を行なうことで初対面の学生も楽しく出来ました。
 - ・飲み会の食べ残しについておもしろい意見、自分にない考えをたくさん聞けたので、とても良い刺激になった。
 - ・視野が広がった。楽しかった。
 - ・企業の方や他の学生がどのような事をどう考えているのか知る事ができた。
 - ・意見がいくつも出て、和やかに交流できていたと思います。
 - ・学生の飲み会と社会人の飲み会の違いを知ったり、社会人ならではの視点を取り入れることができた。

Q9 今回の交流会や消費者教育や学生リーダー会などについて自由なご意見を書いてください。

- 第2回**
- ・非常に貴重な経験になりました。学生リーダーさんの司会やGL、対応もとても良く感じました。ありがとうございました！！
 - ・和大的人が多いなあ
 - ・こういった活動をもっと続けて欲しいと思いました。
 - ・消費者教育についてのセミナーは一日しか受けたことがなかったのですが、今日のセミナーはとても分かりやすかったし、おもしろかった。
- 第3回**
- ・他の人や大学の人と話すことができるので、とても良い機会だと思いました。
 - ・こういった活動もおもしろいと思った。自分の知らない世界を知るのは楽しい。
 - ・企業の方と学生が対等の立場で話し合えるよい交流会でした。学生リーダー会の運営も非常に良かったです。
 - ・学生が真剣になって、あるテーマについて考えることはとても重要なことだと感じました。「意識を高くもつ」ことが異なることなく、それが当たり前になっていって欲しいですね。
 - ・とてもおもしろく、勉強になることばかりでした。ありがとうございます。
 - ・セミナーでの意見交換はこれからの未来に繋がるとても大切な場だと思いました。
 - ・頑張っています。
 - ・この調子で、改善などをしながら、イベントやボランティア活動などを行なっていけたら良いと思います。
 - ・今後もより良い消費行動を広めてゆきたいです。
 - ・企業とのことはとても貴重だと改めて思った。
 - ・他の問題について、皆で議論するのも良いと思います。
 - ・私の勉強不足だったら申し訳ないのですが、結局、AICEって何だろうかという疑問が残りました。学生リーダー会に所属して、私も前に立つ側になりたいと思います。普通だったら企業の方とこういう風にラフにお話しする機会はなかなか無いと思うので、今回参加できて良かったです。

第1回～第3回 企業×学生交流会 参加者アンケート集計結果(企業)

2016/10/16
2016/11/27
2017/1/22

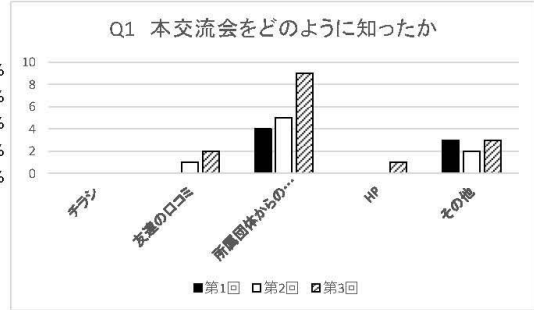
	第1回	第2回	第3回
回答数	7	8	14

29

Q1 本交流会をどのように知ったか

	第1回	第2回	第3回	
1 チラシ	0	0	0	0%
2 友達の口コミ	0	1	2	10%
3 所属団体からの誘い	4	5	9	62%
4 HP	0	0	1	3%
5 その他	3	2	3	28%

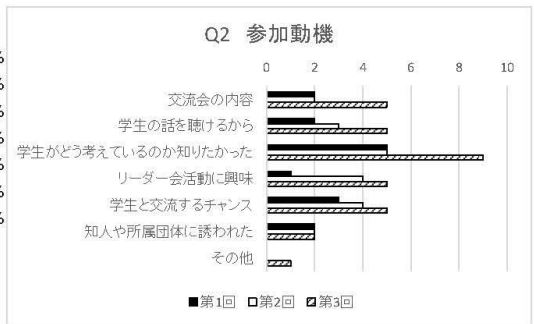
・ACAPからの紹介
・大阪府より紹介



Q2 参加動機

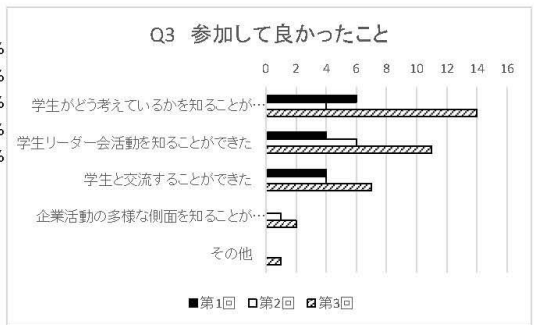
	第1回	第2回	第3回	
1 交流会の内容	2	2	5	31%
2 学生の話聴けるから	2	3	5	34%
3 学生がどう考えているのか知りたかった	5	5	9	66%
4 リーダー会活動に興味	1	4	5	34%
5 学生と交流するチャンス	3	4	5	41%
6 知人や所属団体に誘われた	2	2	2	21%
7 その他	0	0	1	3%

・中小企業家同友会会員様の御講義を聴きたかったから



Q3 参加して良かったこと

	第1回	第2回	第3回	
1 学生がどう考えているかを知ることができた	6	4	14	83%
2 学生リーダー会活動を知ることができた	4	6	11	72%
3 学生と交流することができた	4	4	7	52%
4 企業活動の多様な側面を知ることができた	0	1	2	10%
5 その他	0	0	1	3%



Q4 参加してみて不満だったことは？(具体的に)

第1回・特になし

第2回・参加できて大変良かったです。不満な点はありません。ありがとうございました。

・少し時間が足らなかったのが、残念でしたが、貴重な時間、ありがとうございました。

・特になし

第3回・特にありません

・反省として、少し話し過ぎました。

・相互コミュニケーションや消費生活の目的意識や活動内容などもっと深く知りたいと思いました。

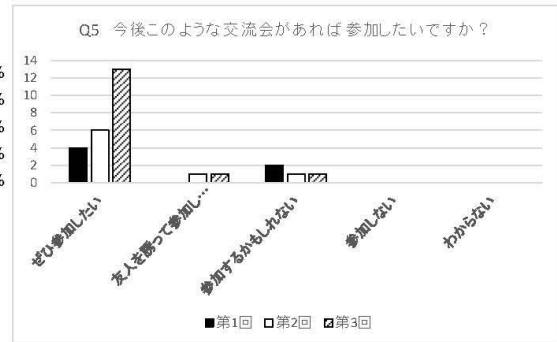
・参加させて頂いた学生が遅刻したこと。大変ご迷惑をおかけしました。

第1回～第3回 企業×学生交流会 参加者アンケート集計結果(企業)

2016/10/16
2016/11/27
2017/1/22

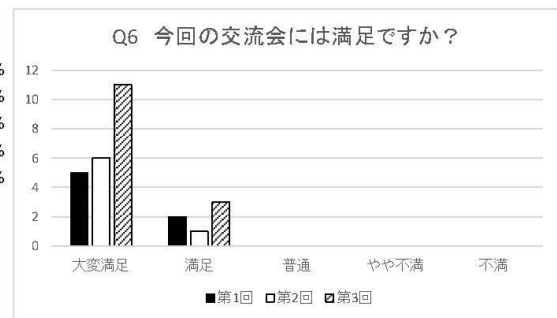
Q5 今後このような交流会があれば参加したいですか？

	第1回	第2回	第3回	
1 ぜひ参加したい	4	6	13	79%
2 友人を誘って参加したい	0	1	1	7%
3 参加するかもしれない	2	1	1	14%
4 参加しない	0	0	0	0%
5 わからない	0	0	0	0%



Q6 今回の交流会には満足ですか？

	第1回	第2回	第3回	
1 大変満足	5	6	11	76%
2 満足	2	1	3	21%
3 普通	0	0	0	0%
4 やや不満	0	0	0	0%
5 不満	0	0	0	0%



Q7 自由に

第1回 ・予備知識のないまま参加しましたが、学生の皆さんのフレッシュな感覚に触れて、企業人としても大変勉強になりました。このような機会があることで、様々な企業の活動や理念、知識を得ることができるというのは、非常に意義深いことだと思いました。このような活動が広がり、企業とお客様の健全な関係が築けると思いますので、是非、これからも頑張ってください！

- ・自分の考えを自分で言える学生達の能力は、賞賛に値するものだと思います。学生達と交流ができて良かったです。
- ・消費者と企業との架け橋となるような活動に期待しています。
- ・消費者市民社会への取組み、感激しています。企業として、消費者志向経営を推進し、一助となるように努めます。今後共、コミュニケーションをしていきたいです。ありがとうございます。

Q7 今回の交流会に参加して印象に残ったこと、感じたことはありましたか？

第2回 ・消費者目線で様々なご意見が聴けたことは大変参考になりました。

- ・自分の学生時代と比べ、まじめで真剣な取り組みに驚いた。
- ・大学生の皆さんの日頃の生活から意見を聞くことができ、大変参考になりました。
- ・NTTDコモ様のCSRに対する取り組みが勉強になりました。特に、一過性ではなく、持続可能性の大切さ、トップの意思表明、インターネットトラブルの事例がリアルすぎて、衝撃的だった。

- ・学生主導でこのような場ができてるのは、素晴らしいことだと思った。
- ・学生の熱心さがよく伝わりました。

第3回 ・司会、ファシリテーションが上手でした。

- ・企業の取組を理解する機会として、大変有意義な交流が出来たと思います。
- ・学生みなさんの意識の高さに今更ながら驚いた。また、大いに頼もしく思った。
- ・大学生の皆さんの柔軟な考え方を知ることができました。ありがとうございました。
- ・コミュニケーションの高い意識の継続について、どうあるべきかを感じました。
- ・学生の意識の高さ
- ・ワークショップのテーマが良かった。学生の皆さんからも多く意見が出た。
- ・学生の成長が目に見えるようにわかり楽しかった。
- ・参加者のみなさんの意識の高さ。多方面からの意見が出て、発話が柔軟で素晴らしいと感じました。
- ・大変意識が高い学生が多く、今後の教育への勉強になりました。
- ・学生が思った以上にしっかりしていて、この様な取り組みが大学内でも出来るのではないかと考えました。

第1回～第3回 企業×学生交流会 参加者アンケート集計結果(企業)

2016/10/16
2016/11/27
2017/1/22

Q8 ワークショップにて企業や他の学生とどのような交流ができましたか？

- 第2回・大学生の方の本音の話が聴けたことは貴重な経験になりました。
- ・今、学生さんが何を考え、何に価値を置いているのかがよくわかる交流だった。
 - ・最近の大学生の皆さんの考えをきくことができ、大変充実した時間を過ごすことができました。ありがとうございました。
 - ・学生さんの積極的なご意見にパワーと熱を感じました。
 - ・どちらかと言うと企業側というよりは、一般人としての意見を多く言っただけ、恥ずかしく思います。
 - ・身近な話が、深く検討できました。
- 第3回・大学生の意識の高さに、刺激を受けました。日本の明るい未来を切り開いていってください。また、交流させてください。
- ・学生の意識を理解することが出来ました。
 - ・我々企業人と違う価値観を知ることができた。また、学生の生の声をリアルに聞けたことが大変役立った。
 - ・聞いた意見を交えて、自分達の考えをさらに拡大できる、大学生の皆さんのポテンシャルの高さを知る事ができ、印象に残りました。
 - ・ワールドカフェのスタイルが良かった
 - ・身近な消費者(生活者)の行動や考え方。
 - ・有意義な意見交換ができました。自分の発想にはない部分の発見があり、楽しめました。
 - ・沢山の意見が出て良かったです。

Q9 今回の交流会や消費者教育や学生リーダー会などについて自由なご意見を書いてください。

- 第2回・今後のこの活動を継続して行って下さい。
- ・素晴らしい活動だと思います。頑張ってください。
 - ・企業と学生の交流会の場として、素晴らしいと思います。発展を期待しています。
- 第3回・6ヶ月間の大学生の成長を感じ取りました。学生の皆さん、認定おめでとうございます。事務局の皆さん、お疲れ様でした。
- ・リーダー会のような学生の自主的な活動はどんどん広げていくべき。後は、これらが尻切れトンボにならないよう、行政や我々事業者団体が途切れなく支えていかねばならないと思う。
 - ・引き続き、このような場を作って行って頂きたいと思います。
 - ・点の問題から面に広げより意識を高めていただきたい。学生から多くのことを学びました。企業としてACAPとして出来ることがないかを考えます。
 - ・参加者の名簿などがあると、誰がいるのか分かるので、お願いしたい。(細かい情報、個人情報は不要です。)発表者は、名前を名乗るクセを付けた方が良く感じました。
 - ・大阪府消費者フェアなどに参加すること(出展、ACAP展示コーナー)も考えられたらどうでしょうか？
 - ・学生時代から消費者教育に意識の高い人材を教育育成していくことは大切だと思います。企業としても、協力していけるところは、協力していきたいです。今回は、このような機会をいただき、ありがとうございました。自分自身としても大変勉強になりました。
 - ・今回の活動をもっと広くひろめて行って欲しいです。
 - ・学生リーダー会は、学生の成長に繋がると思っています。本学の学生も、もっと積極的に参加する学生が増えて欲しいと思います。
 - ・学生にとって本当に得がたい機会だと思います。ありがとうございました！

(2) 効果の検証

調査結果から分かった事は、以下であった。

【学生】

(広報)

- ・交流会を知るきっかけは、「友だちの口コミ」(41%)、「先生や大学関係者」(31%)がほとんどであった。交流会ちらしは、AICE 会員大学及び協力企業、経済団体等に案内したものであったことを反映していた。

(参加動機)

- ・最も多かったのは、「交流会の内容」(46%)で、「企業の話」(41%)、「消費者教育のスキルを身につけたい」(33%)、「他大学の学生や社会人と知り合う」(28%)、「自己啓

発」(26%)と続く。交流会の内容全般に興味を持って参加した人が多いことから、交流会のプログラムは参加者にとって魅力のある内容になっていた事が分かった。

- ・「友人や先生に誘われた」(31%)人も多く、ネットワークの重要性を改めて確認できた。

(参加してよかったこと)

- ・多かったのは、「消費者教育について考えることができた」(67%)、「企業活動の多様な側面を知ることができた」(59%)、「企業の消費者の配慮を知ることができた」(49%)であった。学生にとって、消費者教育を考えるだけでなく、企業の参加があったことで、企業活動を知るよい機会となっていた事が分かった。
- ・次に多かったのが、「学生や企業の方との交流関係が広まった」(33%)、「消費者教育活動に興味を持った」(28%)、「学生リーダー会活動を知ることができた」(28%)、「学生や企業の方とのチーム活動」(26%)であった。交流会では、企業やリーダー会の活動を知る第一部と、その上で自分たちは何が出来るかを考える第二部の二部構成になっていたが、第二部のワークショップでの企業と学生とが同じテーブルで共に考える時間が高く評価されていた事が分かった。

(参加して不満だったこと)

- ・グループワークの指示や、空間の使い方などに工夫が必要なことがわかった。

(今後の参加、満足度)

- ・「是非参加したい」(72%)人が圧倒的に多かった。交流会が好評だったことが分かる。
- ・「友人を誘って参加したい」が0%だったことから、学生が友だちも誘って参加したくなるような工夫が必要だということが分かった。
- ・「大変満足」(54%)、「満足」(46%)と、全員から満足の結果が得られた。

(参加して印象に残ったこと)

- ・企業が商品を利用する消費者に密着したCSR活動を行っていることを知った。
- ・グループワークで周りの人の意見を聞いた。
- ・消費者教育だけでなくいろいろな年代の人と関わる事で、年代の流れとそれに対応した活動が分野として成長していることを感じた。
- ・他人と交流して、共感できる考えがたくさんあったので、もっと人の話が知りたいと思った。
- ・食事を提供して下さる方への配慮も学べた。
- ・消費者の意識改善の大切さや企業の考えを学ぶことが出来た。
- ・「自分がリーダーになって伝えていかないと」という意識が強くなった。
- ・他者と真剣に一つのモノについて考える事の重要性和楽しさを学べた。

(ワークショップで企業や他の学生とどんな交流ができたか)

- ・それぞれの考え方、背景をもっていることを共有できてよかった。
- ・学生目線だけじゃない、違った目線で物事が見れて、良い経験だと思った。

- ・ワークショップを通して他人の意見を引き出す力がついたのでないかと感じる。
- ・視野が広がった。楽しかった。

(自由に)

- ・学生リーダーさんの司会やGL、対応もとても良かった。
- ・こういった活動をもっと続けて欲しい
- ・こういった活動もおもしろいと思った。自分の知らない世界を知るのは楽しい。
- ・「意識を高くもつ」ことが異なることではなく、それが当たり前になっていって欲しい。
- ・この調子で、改善などをしながら、イベントやボランティア活動などを行なっていけたら良い。
- ・他の問題について、皆で議論するのも良い。

【企業】

(広報)

- ・交流会を知るきっかけは、「所属団体からの誘い」(62%)が圧倒的多数であった。協力いただいたACAPのご協力の賜物であった。

(参加動機)

- ・最も多かったのは、「学生がどう考えているのか知りたかった」(66%)で、「学生と交流するチャンス」(41%)、「学生の話聴けるから」(34%)、「府学生リーダー会活動に興味」(34%)、と続いた。これらのことから、企業の方が学生との交流に期待していることが分かった。

(参加してよかったこと)

- ・多かったのは、「学生がどう考えているかを知ることができた」(83%)、「府学生リーダー会活動を知ることができた」(72%)、「学生と交流することができた」(52%)であった。参加動機でもあった学生との交流ができたことが伺えた。

(参加して不満だったこと)

- ・不満な点は特になかった。

(今後の参加、満足度)

- ・「是非参加したい」(79%)人が圧倒的に多かった。交流会が好評だったことが分かる。
- ・「友人を誘って参加したい」が1人だったことから、学生と同様に、知り合いの人も誘って参加したくなるような工夫が必要だということが分かった。
- ・「大変満足」(76%)、「満足」(21%)と、全員から満足の結果が得られた。大変満足は学生よりも高く、企業の方の満足度が高かったことが分かった。

(参加して印象に残ったこと)

- ・大学生の日ごろの生活から意見を聞くことができ、大変参考になった。
- ・学生主導でこのような場ができているのは、素晴らしい。

- ・学生の熱心さ、意識の高さがよく伝わった。
- ・企業の取組を理解する機会として、大変有意義な交流が出来た。
- ・コミュニケーションの高い意識の継続について、どうあるべきかを感じた。
- ・学生の成長が目に見えるようにわかり楽しかった。
- ・学生が思った以上にしっかりしていて、この様な取り組みが大学内でも出来るのではないか。

(ワークショップで企業や他の学生とどんな交流ができたか)

- ・大学生の方の本音の話が聴けたことは貴重な経験
- ・今、学生さんが何を考え、何に価値を置いているのかがよくわかる交流だった。
- ・学生さんの積極的なご意見にパワーと熱、意識の高さを感じた。
- ・ワールドカフェのスタイルが良かった。
- ・自分の発想にはない部分の発見があり、楽しめた。

(自由に)

- ・今後のこの活動を継続して行ってほしい。
- ・企業と学生の交流会の場として、素晴らしい。
- ・5ヶ月間の大学生の成長を感じ取った。学生の皆さん、認定おめでとう。
- ・リーダー会のような学生の自主的な活動はどんどん広げていくべき。後は、これらが尻切れトンボにならないよう、行政や我々事業者団体が途切れなく支えていかねばならない。
- ・学生から多くのことを学んだ。企業として ACAP として出来ることがないかを考えます。
- ・大阪府消費者フェアなどに参加すること（出展、ACAP 展示コーナー）も考えられたらどうでしょうか？
- ・学生時代から消費者教育に意識の高い人材を教育育成していくことは大切。
- ・学生リーダー会は、学生の成長に繋がると思います。本学の学生も、もっと積極的に参加する学生が増えて欲しい。
- ・学生にとって本当に得がたい機会だと思います。ありがとうございました！

【まとめ】

以上の結果をまとめると、以下であった。

<学生>

- ・交流会を知るきっかけは、「友だちの口コミ」や「先生や大学関係者」がほとんどであった。
- ・交流会の内容全般に興味を持って参加した人が多いことから、交流会のプログラムは参加者にとって魅力のある内容になっていた事が分かった。
- ・学生にとって、消費者教育を考えるだけでなく、企業の参加があったことで、企業活動を知るよい機会となっていた事が分かった。
- ・第二部のワークショップで、企業と学生とが同じテーブルで共に考える時間が高く評価

されていた事が分かった。

- ・グループワークの指示や、空間の使い方などに工夫が必要なことが分かった。
- ・是非参加したい人が圧倒的に多く、全員から満足の結果が得られたことから、交流会が好評だったことが分かる。
- ・いろいろな年代の人が参加し、人と真剣に意見交換し、人の考え方に共感したりという経験から、もっと人の話が聞きたいと思うようになっている学生が多く、交流会の場でそうした機会が提供できたことが高く評価されたことが分かった。
- ・学生が企画・運営した本交流会には、工夫が必要なこともあるが、それ以上に、府学生リーダー会のメンバーへの高い評価が目立った。
- ・自分に自信を持った人も多だけでなく、今後自分がすべきことを感じている学生が多く、交流会が参加した学生にとっても成長の場になっていた事が分かった。

<企業>

- ・学生と違って、交流会を知るきっかけは、所属団体からの誘いが圧倒的多数であった。協力いただいた ACAP のご協力の賜物であった。
- ・企業の方が学生との交流に期待していることが分かった。
- ・学生の考えや府学生リーダー会の活動を知ってもらえる機会となっていた。
- ・大変満足は学生よりも高く、企業の方の満足度が高かったことが分かった。
- ・学生主導の活動に高い評価を得た。
- ・学生の本音の意見、考えた方を知る貴重な機会となっていた事が分かった。
- ・今の学生の、熱意やパワーを感じてもらえるよい機会となった。
- ・5ヶ月間の大学生の成長を感じとってもらえる機会となり、認定にも祝福いただいた。
- ・こうした活動に対して継続を希望する人が多かった。
- ・大学関係者からは、学生にとって得がたい機会であり、大学でも出来る可能性があると感じてもらえる事ができた。
- ・企業の方からは、府学生リーダー会の活動に対して、極めて高い評価を得ると共に、今後への活動の期待が大きい事が分かった。

上記の他、交流会に参加した学生支援員には、第1回交流会、第2回交流会を見学し、アンケート結果を分析してもらった。その結果の提言は、以下であった。

【活動紹介について】

- ・参加学生の中には、消費者教育について何も知らない可能性がある。(アンケートより) そのため、リーダー会の活動報告の発表同様に、消費者教育についてより詳しい説明が必要である。

【ワークショップについて】

- ・企業からの参加者は、学生の意見や交流を求めている。学生にとっても、企業の方と話をする機会は有益であり、もう少し時間を設けてもいいかもしれない。

- ・企業と学生の参加人数がほぼ同数であり、学生がより企業の方と話ができるよう、グループの分け方などを、さらに工夫してより積極的な意見交換ができるようにする。
- ・リーダー会のメンバーは参加しやすいが、初めて参加する学生については発言することが難しい場合もある。各グループのファシリテーターの場づくりを改善する。

【アンケート分析】

- ・第1回、2回と参加者の動機が「友達からのロコミ」「団体からの誘い」が中心であり、大学やホームページ等を活用できていない。今後の広報に課題が残る。
- ・満足度は、学生・企業ともに高いが、交流会の目的や目標を達成できているのか？

【全体】

- ・リーダー会の学生は、会を重ねるごとにまとまりが感じられ、それぞれが意見を出し合い企画することが非常にいい経験となっている。自主的に集まる機会も設け、反省点を踏まえて改善がみられる。リーダー会としての目標設定とともに、参加者の目標設定も行うことで、活動内容を広げていけるのでは。
- ・参加後は企業の知らない活動を知ることができ満足している学生が多いが、目標として知ることとしているのか？理解したことによる効果が不明である。各大学のキャリア支援と連動した取り組みにより効果が生まれそうだと感じた。

最後に、交流会を通して府学生リーダー会活動の意味を検証してみる。

今回、これだけリーダー会の学生やその活動が受け入れられた背景には、何があったのか？ここを確認することで、今後のリーダー会の活動の意義がさらに見えてくると思われる。

考えられる一番大きな要因は、第2回の交流会で「消費者を大事にする企業活動紹介」でご登壇いただいた株式会社NTTドコモの話にヒントがあると思われる。NTTドコモでは、昨年、会社の基本方針の大きな転換があり、従来CSR活動と言われてきた消費者を大切に、社会への責任を果たすという活動を、会社の中心に据えるというものだった。それは、社会から利益を得ている企業として、自社の製品を購入してくれる消費者や社会や地球の未来に対する責任も大切だという宣言である。

これは、新法の消費者教育推進法が提示した「消費者市民社会の実現」という観点からすると、企業のあり方の1つの解としても見ることができる。新法の大義である消費者市民社会の実現は、「持続可能な社会の実現に向けて、一人ひとりの消費行動を検証し、その先にある消費行動が社会の安全や平和や地球を守るといった大きな課題を解決する可能性、パワーがある」という宣言でもある。従来、消費者教育の中心的課題の1つであった「被害に合わないための啓発活動」に比べ、とりわけ現代的な課題解決に挑戦している大企業にとって、新法にこそ大いなる親和性があるのではないかと。

今回、府学生リーダー会が交流会の中で愚直なまでに自らの言葉で表現し提示し続けたのは、「一人ひとりの消費行動は小さなものかもしれない。だが、その小さな消費行動の積み重ねが、社会を変え、社会の大きな課題を解決する力をもつ！」というメッセージであった。この学生たちのメッセージは、これまで企業が積み重ねてきた環境問題や安全や消

費者への地道な活動である「for the 消費者、for the 社会、for the 地球」活動がめざしていることと重なっていた。企業のこうした公共性をもった活動は、利益の追求を1つの柱とする企業からの情報発信では、その真意を消費者や社会に届けるのが思いのほか難しかったのではないかと想像される。

今回、学生リーダー会の学生たちは、いとも簡単に、しかもピュアにそれをやり遂げ、なおかつ企業に向かって、「企業の人たちはとても努力している。社会を作るステークホルダーのもう一つの側として、消費者である自分たちは何ができるのか、何をすべきなのかを考えよう！」と呼びかける。そのメッセージがシンプルに明示されているのが、リーダー会が作った消費者教育啓発パンフレット「変革」であった。企業にとって、府学生リーダー会という組織が発信する大義の素直な表現と、彼らが発信者とし、企業とともに同じ方向を向いていけるパートナーとして、価値を見出してもらえたのではないか。そうであるなら、ここに府学生リーダー会が企業から評価され、今後期待されるであろう価値や意義があると思われた。

第4章 今後への展望

1. 大学生による消費者教育推進の可能性

本事業では、消費者教育の学生リーダーを養成する講座の開講、講座を修了した学生たちによる様々なボランティア活動の実施、府学生リーダー会活動の一環として、企業と学生の交流会を3回開催した。

第3章で示したアンケート結果からも分かるように、これらの活動は、いずれの取組も、学生たちが消費者教育という大きなテーマと向き合ってきた事が分かる。ボランティア活動や交流会活動を通じて、学生たちは何をすべきかをそれぞれが自ら考え、消費者教育の普及啓発を担う学生リーダーとしての自覚と、自らのやるべき役割に対して責任を感じるとともに、この半年間の活動に自信も芽生えてきていることが見て取れた。

効果測定結果からも分かるように、学生は考える力や伝える力や社会的関心を高めており、消費者教育が、学生の社会的スキルの向上にも寄与していることが分かる。企業の方からも、学生主導の交流会を通じて、学生の確かな成長を感じてもらった。消費者教育のもつ社会的なメッセージが人材育成にも有効であることの証左となった。

一方、企業の方は、学生との交流会に大きな意義を見出していただいたことは、感謝したい。特に、公益社団法人消費者関連専門家会議（ACAP）からは、3回の交流会に毎回参加いただき、学生たちとの交流に積極的に参加いただいた。ACAPの協力なしには、交流会の成功は望めなかったといえる。学生たちのがんばりが、企業の興味・関心を引き寄せたことは、府学生リーダー会の活動の意味を伝えるものであった。

企業からは、今後の継続への期待が高い。この期待にどう応えていくかが大きな課題である。

2. 大阪府消費者教育学生リーダー会参加学生の今後の活動

本事業によって、大阪府消費者教育学生リーダー会が誕生し、そこへの参加学生は現在、22名である。彼らは、本取組を通じて、高い意識をもつようになり、自らの役割に対しても責任を果たそうとしている。第3回の交流会修了後に、これまでの半年間の活動のふり返しを行った。参加した学生のほぼ全員が、今後の活動の継続を望んだ。

この学生たちの思いをどのように受け留めるのかが、私たち大人の課題である。

上述したように、消費者教育のもつ社会的なメッセージは、人材育成にも有効であることが本取組を通じて分かった。AICE の3つの事業の柱の1つは「学生活動支援」である。本事業を受託して実施した有限会社ダブル・ワークスと産学協働人材育成機構 AICE は、学生の主体的な活動に対して、今後もサポートしていく予定である。

AICE では、消費者教育学生リーダー会活動の一環として、具体的に以下の活動を支援できればと考えている。

- ①日本消費者教育学会等で、府学生リーダー会活動を発表する。
- ②消費者市民社会の実現は、持続可能な社会の実現と共鳴していることから、府学生リーダー会が発するメッセージは、日本より欧米の人たちのほうが共感を得やすく、反応も多くもらえる可能性が考えられる。そこで、英語での海外への情報発信も視野に入れた活動についても考えていく。

これらの活動がどこまで実現できるか分からないが、府学生リーダー会の活動への期待を期待にとどめることなく、継続させていけるかが問われている。

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 A I C E

〒591-8025 堺市北区長曾根町 130-42

さかい新事業創造センター 100

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

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