

平成29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～継続できるリーダー会の体制づくりを目指して～」

事業報告書

平成30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	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	12
(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が継続できる 体制づくり	20
1. ヒト(組織と役割)	20
2. 拠点・資金.....	22
3. 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.....	23
4. 大阪府消費者教育学生リーダー会登録者数.....	25
5. 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) ...	26
6. 大阪府消費者教育学生リーダー会議の設置.....	26
7. 大阪府消費者教育学生リーダー会の愛称.....	27
第3節 消費者教育学生リーダー認定	28
1. 認定要件.....	28
2. 認定の事務手続き.....	28
3. 大阪府消費者教育学生リーダー認定者数.....	29

第4節 大学生による消費者啓発に関するボランティア活動の実施	30
1. 実施したボランティア活動について.....	30
(1) 豊中市・とよなか消費者協会共催「くらしかん20周年」と「生活広場10周年」記念行事での消費者教育劇実施.....	32
(2) 大阪府金融広報委員会主催「夏休み親子イベント」での消費者教育の実施.....	32
(3) 大阪府消費者フェアでの大阪府消費者教育学生リーダー会活動の発表及びボランティア活動.....	34
(4) 追手門学院大学大学祭での消費者教育劇公演.....	37
(5) 和歌山大学単位互換科目「消費生活論」でのティーチング・アシスタント.....	38
(6) 和歌山県消費者教育講座でのティーチング・アシスタント...	39
(7) 南大阪地域等大学合同展示発表会での大阪大谷大学劇団ポリスによる消費者教育劇実施.....	40
(8) 大学のゼミ・授業での消費者教育の実施.....	41
第5節 企業×学生交流会の開催	42
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.....	42
(1) 第1回交流会.....	44
(2) 第2回交流会.....	48
(3) 第3回交流会.....	52
(4) 大阪府消費者教育学生リーダー認定式.....	57
第6節 広報.....	57
1. チラシ等による広報.....	58
2. ホームページによる広報.....	58
3. 大阪府消費者教育学生リーダー会独自ホームページによる広報...	60
第3章 取組に対する効果の検証.....	61
1. 効果検証のための調査について.....	61
2. 「養成講座受講者アンケート」から見た効果の検証.....	61
(1) アンケート結果	61
(2) 効果の検証	64
3. 交流会アンケートから見た効果の検証(学生・企業)	66
(1) アンケート結果(第1回、第2回、第3回)	66
(2) 効果の検証	68

第4章 今後への展望	74
1. 大阪府消費者教育学生リーダー会の自立化への可能性.....	74
2. 今後に向けた大阪府消費者教育学生リーダー会と企業との連携	75
3. 消費者教育学生リーダー養成事業の展望.....	77

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」テキスト
資料3	大阪府消費者教育学生リーダー認定要件チェックシート
資料4	大阪府消費者教育学生リーダー会登録用紙
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	大阪府消費者教育学生リーダー会議次第
資料8	南大阪地域等大学合同展示発表会当日パンフレット
資料9	追手門学院大学消費者教育演劇「宇宙ノ正体～メロス編～」ちらし
資料10	大阪府消費者フェアちらし
資料11	和歌山大学単位互換科目「消費生活論」概要
資料12	和歌山県消費者教育講座ちらし
資料13	豊中市くらしかん20周年生活広場10周年記念行事ちらし
資料14	大阪府金融広報委員会主催「夏休み親子イベント」ちらし
資料15	企業×学生交流会ちらし・次第（第1回～第3回）
資料16	「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17	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。

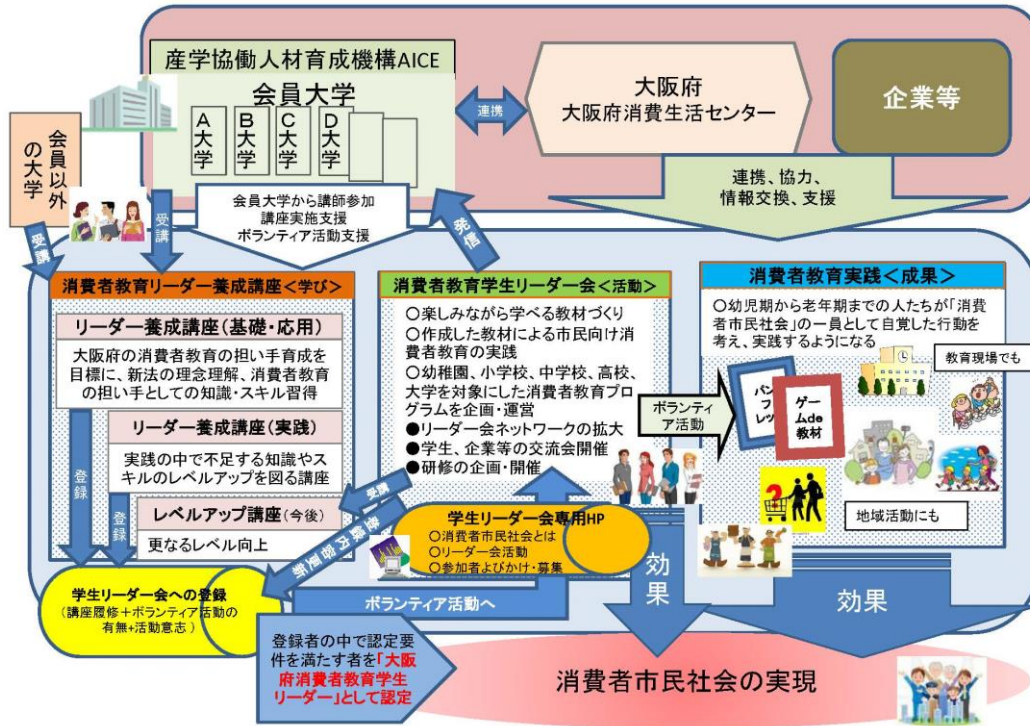
本取組では、社会に出る直前の時期であり、大学を卒業して社会に出れば、社会を動かす重要な構成員の一人となる大学生を対象に、消費者として自立した判断能力を備え、さらには社会に出た時には消費者市民社会の実現に向け積極的に活動を行うことができる力を持つ大学生を育成する。また、消費者教育の担い手としてボランティア活動を行う大学生を育成する。さらには、昨年度立ち上げた大学生による大阪府消費者教育学生リーダー会が継続してボランティア活動を進めていくための体制づくりを行うことを目指すものとする。

2. 実施内容

本取組では、上記目的を達成するために、以下に取り組むこととする。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。

- 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学生リーダー認定の実施
- 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のための交流会の実施
- ⑥学生リーダー会の体制づくり
- ⑦上記の評価、検証

そのために具体的な実践スキームは、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	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	学生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	学生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・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：消費者関連専門家会議（ACAP）、日本ヒーブ協議会、あべのハルカス大学プロジェクト</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協力、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研究協議会への参加協力 ②養成講座講師 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 ③修了生のうち要件を満たした者は「消費者教育リーダー」として資格認定</p>

※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)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、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づくりと質保証

本事業では、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をつくるために、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。3部構成の利点は、一旦「基礎講座」や「応用講座」を受講しておき、ボランティア活動を通じてリーダーになる心の準備ができた段階で「実践講座」を受講するなど、年度を跨いで実績を重ね意識を高めた学生がリーダーとして参画してくる道を拓くことを目指した。なお、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することで教育内容の質保証を目指した。

②昨年度認定された大阪府消費者教育学生リーダー1期生の協力による講座づくり

本事業では、本講座を修了あるいは受講した学生が、消費者問題に関する教育・啓発のボランティア活動を行うことが求められている。しかし、受講したばかりでは、自分が何を伝えるべきか、実際にどのように具体化してよいのか、主体的な活動をすぐに行うのが難しいことが昨年度の経験から分かっている。そこで、本取組では、昨年度リーダー認定された1期生が、自らの体験で得られた知見や課題や問題点を具体的に受講生に伝えることを養成講座に組み込み、1期生をティーチングアシスタント（TA）として参加させ、受講生一人ひとりが学生リーダー会で求められるボランティア活動の内容を具体的にイメージし、考えることができるカリキュラムづくりを行った。

③1期生と2期生の融合並びに1期生が2期生の成長を手助けする「学生リーダー会」構想

学生リーダー会には、昨年度登録した学生がすでに22名おり、そのうちリーダー認定されている学生が21名いる。そこで、学生リーダー会を継承発展させていくために1期生の役割を明確にし、①今年新たに学生リーダー会に参加する2期生と融合しさらに学生リーダー会を拡大発展させるとともに、②学生リーダー会の質向上を図るために1期生は2期生の成長を促すよう手助けすることをプログラム化した。具体的には、1期生は、養成講座にTAとして参加しこれまで得てきた知見を2期生に伝える。また、企業×学生交流会では、2期生に企画・運営を任せ、1期生はそのサポートを行い、2期生の成長を促す。これらをプログラムに組み込んで実施した。

④継続基盤となるヒト・拠点・資金・情報発信等の「学生リーダー会」体制づくり

昨年度の本事業において、主体的に継続して消費者問題に関する啓発等を行うことができる学生組織の仕組みとして、「大阪府消費者教育学生リーダー会」が発足したが、現時点では枠組みができたばかりの段階であり、活動するための体制や拠点・資金や情報発信など、継続して活動するための体制基盤は今後の課題となっているのが現状である。そこで、本取組では、発足した学生リーダー会が今後継続していくための基盤となるヒト・拠点・資金・情報発信等の体制づくりを目指した。そのために、学生リーダー会に「広報部」「ボランティア活

動部」「渉外部」「会計」の4つの部門を置き、活動を円滑に推進するとともに、将来的には自立した体制の基盤とすることを旨とする。特に、資金については、学生リーダー会の注目度を高める実績づくりと、注目されることから生まれる消費者教育に関するオファーを受けられる体制づくりを旨とする。

④ 共に考えるだけにとどまらず成果を形にすることを旨とする企業との交流会

交流会の目的の1つである企業との交流では、企業が行っている消費者や社会、地球環境に配慮した活動を知り共に意見を交わす場が学生の意識の啓発に極めて有効であることが分かっている。そこで本取組では、共に考えるだけにとどまらず、考えた成果を形にできることを1つでもつくり出すことを旨とした。

(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。

	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									
ボランティア活動										
	準備・イベント					準備・イベント				
学生リーダー会										
交流会										
				準備・交流会①		準備・交流会②		準備・交流会③		
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、消費者として自立した自主的・合理的な判断、行動が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指した。

講座カリキュラムを開発するにあたっては、重点課題を3つ置いた。第1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」。第2に、若者がターゲットにされやすい消費者トラブルを予防するような「被害にあわないための啓発教育プログラム」。第3に、学んだことを具体的な活動にするための「消費者教育の手法を学ぶ教育プログラム」。この3点を中心にカリキュラム作りを行った。

加えて、本取組では、講座を修了あるいは受講した学生が、消費者問題に関する教育・啓発のボランティア活動を行うことを課している。しかし、受講したばかりの学生は、何を伝えるべきか、実際にどのように具体化してよいのか、すぐに理解するのが難しいことがこれまでの経験で分かっている。そこで本取組では、講座の中に昨年度リーダー認定された1期生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、自らの体験で得られた知見や課題や問題点を具体的に受講生に伝えることで、学生リーダー会で求められるボランティア活動の内容について、一人ひとりが当事者意識をもって考えることができるよう工夫した。

【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部構成にすることにより、各講座で学ぶことを明確にするとともに、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、本講座を受講しやすい環境づくりを目指した。

<p>【基礎講座】 消費者教育・消費者市民社会の基本理念及び被害にあわないための消費者教育に関する基礎知識（講義）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者教育の考え方に関する内容 ・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
<p>【応用講座】 消費者教育の手法及び教材開発に関する内容（講義と演習）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者教育のいろいろな手法の紹介 ・消費者教育を企画・実施するにあたり、効果的な表現コミュニケーションについて学ぶ ・体験的手法に基づく消費者教育に関する「教材づくり」演習
<p>【実践講座ⅠⅡ】 消費者教育の実践とその支援について（講義と演習）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ボランティア活動を行うにあたって基礎知識を学ぶ ・企業や市民団体等で行われている活動を知る ・消費者教育リーダーとしての活動の在り方を考える ～「企業×学生交流会の企画づくり」を通して考える ・大阪府における消費者施策の現状について理解 ・振り返り <ul style="list-style-type: none"> ○学んだことを振り返る ○リーダーとして何をしたいか？について考える ・修了式

【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。

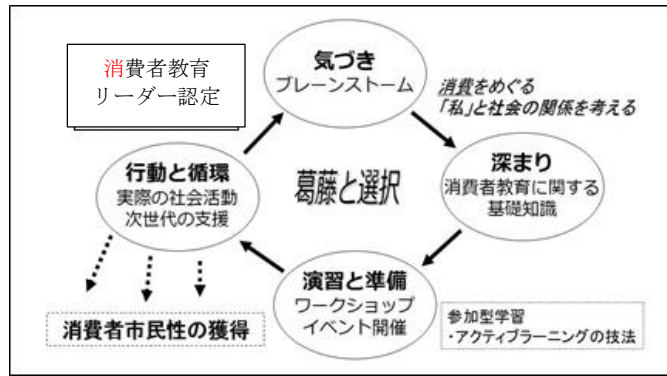


図1 消費者教育における循環型学習モデル

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. 具体的に関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、または府内在住の大学生
- 募集・広報：
 - ・ ちらしを作成し、府内の全大学に DM を送付案内し、公募した。
 - ・ ホームページにより公募した。
 - ・ 学生リーダー会 1 期生ネットワークを活用し、公募を呼びかけた。



初回募集チラシ (7/13~8/21)

二次募集ちらし (9/4~10/11)

(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	◆8月26日(土) 10:00~12:30 ◆定員 30名 ◆2講座 150分、開講式含む ◆会場：大阪府立大学 I-Site なんば C2 会議室
応用講座	◆8月26日(土) 13:30~16:30 ◆定員 30名 ◆3講座 180分 ◆会場：大阪府立大学 I-Site なんば C2 会議室
実践講座 I	◆8月27日(日) 10:00~12:50 ◆定員 30名 ◆3講座 170分 ボランティア論、ボランティア活動の準備 ◆会場：大阪府立大学 I-Site なんば C1 会議室
実践講座 II	◆8月27日(日) 14:00~16:00 ◆定員 30名 ◆2講座 120分、修了式含む ◆会場：大阪府立大学 I-Site なんば C1 会議室

②追加講座

基礎講座	◆10月15日(日) 10:00~12:30 ◆定員 15名 ◆2講座 150分、開講式含む ◆会場：さかい新事業創造センター多目的会議室
応用講座	◆10月15日(日) 13:30~16:30 ◆定員 15名 ◆3講座 180分 ◆会場：さかい新事業創造センター多目的会議室

実践講座Ⅰ	<p>◆10月22日(土) 10:00~12:30</p> <p>◆定員 15名</p> <p>◆3講座 150分</p> <p>◆会場: さかい新事業創造センター多目的会議室</p>
実践講座Ⅱ	<p>◆10月22日(日) 13:30~15:30</p> <p>◆定員 15名</p> <p>◆2講座 120分、修了式含む</p> <p>◆会場: さかい新事業創造センター多目的会議室</p>

(3) 講座内容(カリキュラム)

カリキュラム	<p>資料2の通り(初回講座、追加講座)</p> <p>講座を実施するにあたり、テキストを作成した。</p>
初回講座 担当講師	<p>○岡崎裕 和歌山大学 教授 (日本消費者教育学会会員)</p> <p>○大阪府消費生活センター派遣講師</p> <p>○横田修 追手門学院大学 専任講師</p> <p>○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> <p>○村上直紀(消費者関連専門家会議(ACAP) 関西支部理事、副支部長、小林製薬株)</p> <p>○島谷克史(消費者関連専門家会議(ACAP) 理事長、(株)消費科学研究所)</p> <p>○岩井清治(消費者関連専門家会議(ACAP) 関西支部理事、支部長、ハウス食品株)</p> <p>○吉田孝行(消費者関連専門家会議(ACAP) 関西支部理事、タビオ株)</p> <p>○大阪府消費生活センター担当者</p> <p><1期生による講座></p> <p>①リーダー会の事例紹介</p> <p>○戸嶋陽向、上田ことみ、大矢萌々華、山口詩織、今木佑季</p> <p>②リーダー会OGによる「私にとっての消費者教育」</p> <p>○久保愛果</p>
追加講座 担当講師	<p>○岡崎裕 和歌山大学 教授 (日本消費者教育学会会員)</p> <p>○大阪府消費生活センター派遣講師</p> <p>○横田修 追手門学院大学 専任講師</p> <p>○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> <p>○大阪府消費生活センター担当者</p> <p><1期生による講座></p> <p>①リーダー会の事例紹介</p> <p>○戸嶋陽向、上田ことみ、大矢萌々華、山口詩織</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26日（土）10：00～12：30 大阪府立大学I-SiteなんばC2会議室

日程	時限（分）	講座内容	講師
8/26 （土） 午前	10:00 開講式 (10)	開講式	AICE企画運営委員長 鯉坂恒夫（和歌山大学教授） 大阪府
	10：10 1限目 (60)	◇消費者教育の基礎理解①（講義） （1）消費者教育とは （2）被害にあわないための消費者教育※1	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
	11：10 2限目 (80)	◇消費者教育の基礎理解②（講義） （1）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。（プレーンストーム「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

◆応用講座 8月26日（土）13：30～16：30 大阪府立大学I-SiteなんばC2会議室

日程	時限（分）	講座内容	講師
8/26 （土） 午後	13：30 3限目 (60)	◇消費者教育のいろいろな手法の紹介 消費者教育では様々な手法によって展開されているが、その事例をいくつか紹介する。 1. リーダー会の事例紹介 （1）パンフレットづくりによる消費者啓発 （2）子どもイベントによる消費者教育 （3）企業×学生交流会による啓発 （4）演劇による消費者教育 （5）和歌山大学単位互換科目「消費生活論」でのTA	岡崎裕 1（1）～（5） リーダー会1期生
	14：30 4限目 (60)	◇共感を得るための表現（講義+演習） 演劇は共感を目指すことで、消費者問題を考える上での材料を提供するのに適した、とても小さな表現となり得る。想いをカタチにして発表する方法を探る。	横田修（追手門学院大学社会学部社会学専任講師）
	15：30 5限目 (60)	◇ゲームづくりを通じた消費者教育に関する手法について（演習） 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（「選択ジレンマ質問」を一人10個考える）	岡崎裕

◆実践講座Ⅰ 8月27日（日）10：00～12：50 大阪府立大学 I-Site なんば C 1会議室

日程	時限（分）	講座内容	講師
8/27 （日） 午前	10：00 6限目 （30）	◇ボランティア活動論（講義） （1）ボランティア活動に対する理解及び、実際にボランティア活動を行う際の難しさや危険等について学ぶ （2）消費者教育を行うために必要なこと	岡崎裕 研究協議会メンバー イベント協力団体 消費者教育TA
	10：30 7限目 （50）	◇消費者教育の実践とその支援について （1）企業の消費者教育活動について（30） （2）ACAPの活動事例紹介（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） 村上直紀氏（消費者関連専門家会議（ACAP））
	11：20 8限目 （90）	◇リーダー会活動の企画を考えよう！ （1）①リーダー会主催の「企業×学生交流会」、②大阪府消費者フェア、の企画を考える。4つのチームに分かれ、テーマや方法について意見交換し、企画を検討する。 学生支援として、リーダー会1期生がTAとして各チームに参加し、受講生へのアドバイス等を行う。 （2）企画案発表（5分×4チーム）	岡崎裕 リーダー会1期生TA ACAPから3回の交流会のテーマに沿った企業が3社参加。大阪府消費者フェアにはACAPとのコラボ取組としてACAPが参加

◆実践講座Ⅱ 8月27日（日）14：00～16：00 大阪府立大学 I-Site なんば C 1会議室

日程	時限（分）	講座内容	講師
8/27 （日） 午後	14：00 9限目 （30）	◇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	大阪府消費生活センター講師
	14：30 10限目 （70）	振り返り「消費者教育リーダーになるために」 （1）リーダー会1期生OGによる「私にとっての消費者教育について」 （2）講座で学んだことについて振り返る （3）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 （4）レポート提出	岡崎裕 （1）リーダー会1期生 久保愛果 （3）リーダー会1期生がファシリテータ
	15：40 修了式 （20）	（1）修了式 （2）本講座の修了証の授与	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。本講座では、平成28年度に認定された「大阪府消費者教育学生リーダー」1期生がTAを担当。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。

※講座支援として、AICE会員大学の教員が参加協力

<「大阪府消費者教育学生リーダー」の認定について>

上記全課程「基礎講座」「応用講座」「実践講座ⅠⅡ」を修了し、他の認定要件を満たした者について、大阪府から「大阪府消費者教育学生リーダー」として認定証を授与する。

消費者教育リーダー養成講座 第2回 カリキュラム

◆基礎講座 10月15日（日）10：00～12：30 さかい新事業創造センター多目的会議室

日程	時限（分）	講座内容	講師
10/15 （日） 午前	10:00 開講式 (10)	開講式	岡崎裕
	10：10 1限目 (60)	◇消費者教育の基礎理解①（講義） （1）消費者教育とは （2）被害にあわないための消費者教育※1	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
	11：10 2限目 (80)	◇消費者教育の基礎理解②（講義） （1）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。（ブレーストーム「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15日（日）13：30～16：30 さかい新事業創造センター多目的会議室

日程	時限（分）	講座内容	講師
10/15 （日） 午後	13：30 3限目 (60)	◇消費者教育のいろいろな手法の紹介 消費者教育では様々な手法によって展開されているが、その事例をいくつか紹介する。 1. リーダー会の事例紹介 （1）パンフレットづくりによる消費者啓発 （2）子どもイベントによる消費者教育 （3）企業×学生交流会による啓発 （4）演劇による消費者教育 （5）和歌山大学単位互換科目「消費生活論」でのTA	岡崎裕 1（1）～（5） リーダー会1期生
	14：30 4限目 (60)	◇共感を得るための表現（講義+演習） 演劇は共感を目指すことで、消費者問題を考える上での材料を提供するのに適した、とても小さな表現となり得る。想いをカタチにして発表する方法を探る。	横田修（追手門学院大学社会学部社会学専任講師）
	15：30 5限目 (60)	◇ゲームづくりを通した消費者教育に関する手法について（演習） 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（「選択ジレンマ質問」を一人10個考える）	岡崎裕

◆実践講座Ⅰ 10月22日（日）10：00～12：30 さかい新事業創造センター多目的会議室

日程	時限（分）	講座内容	講師
10/22 （日） 午前	10：00 6限目 （30）	◇ボランティア活動論（講義） （1）ボランティア活動に対する理解及び、実際にボランティア活動を行う際の難しさや危険等について学ぶ （2）消費者教育を行うために必要なこと	岡崎裕
	10：30 7限目 （30）	◇消費者教育の実践とその支援について お客様の声を活かした企業の取り組み（30）	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）
	11：00 8限目 （90）	◇リーダー会活動の企画を考えよう！ （1）リーダー会主催の「第3回企業×学生交流会」の企画づくりや、「リーダー会用ホームページ」の内容を見直し検討する。テーマや方法について意見交換し、企画を検討する。 学生支援として、リーダー会1期生がTAとして各チームに参加し、受講生へのアドバイス等を行う。	岡崎裕 リーダー会1期生TA

◆実践講座Ⅱ 10月22日（日）13：30～15：30 さかい新事業創造センター多目的会議室

日程	時限（分）	講座内容	講師
10/22 （日） 午後	13：30 9限目 （30）	◇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	大阪府消費生活センター講師
	14：00 10限目 （70）	振り返り「消費者教育リーダーになるために」 （1）講座で学んだことについて振り返る （2）消費者教育学生リーダーとして何をしたいか？について考える （3）リーダー会の組織づくり （4）レポート提出	岡崎裕 （1）リーダー会1期生OB
	15：10 修了式 （20）	（1）修了式 （2）本講座の修了証の授与	岡崎裕

※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。本講座では、平成28年度に認定された「大阪府消費者教育学生リーダー」1期生がTAを担当。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。

※講座支援として、AICE会員大学の教員が参加協力

<「大阪府消費者教育学生リーダー」の認定について>

上記全課程「基礎講座」「応用講座」「実践講座ⅠⅡ」を修了し、他の認定要件を満たした者について、大阪府から「大阪府消費者教育学生リーダー」として認定証を授与する。

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 () 内は追加講座応募者数	応募者数内訳					修了者数 () 内は追加受講生数
		1回生	2回生	3回生	4回生	院生 その他	
大阪大谷大学	2	1		1			2
大阪成蹊大学	3		2	1			3
大阪工業大学	1☆				1		1
和歌山大学	4 (4)			1		3	3 (3)
追手門学院大学	11 (5)	2	7	2			7 (3)
大阪教育大学	4 (3)			2		2	2 (2)
大和大学	1 (1)	1					1 (1)
大阪大学	1 (1)	1					0
合計	27 (14) 人	5 人	9 人	7 人	1 人	5 人	19 人 (9 人)

※AICE 会員大学以外の大学からの応募者 8 名。

☆は昨年度からの継続受講者。

「応募者数」：初回講座に応募した学生のうち、初回講座未受講等のため、追加講座に応募した学生（3名）がいることから、「応募者数」は延べ人数となっている。

【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が継続できる体制づくり

昨年度の本事業において、主体的に継続して消費者問題に関する啓発等を行うことができる学生組織の仕組みとして、「大阪府消費者教育学生リーダー会」（以下、「学生リーダー会」と記す。）が発足した。リーダー認定から学生リーダー会登録の仕組みについては、昨年度に準じた。しかし、現時点では枠組みができたばかりの段階であり、活動するための体制や拠点・資金や情報発信など、継続して活動するための体制基盤は今後の課題となっているのが現状であった。

そこで、本取組では、発足した学生リーダー会が今後継続して実施していくための基盤となるヒト・拠点・資金・情報発信等を考慮した体制づくりを目指すこととした。

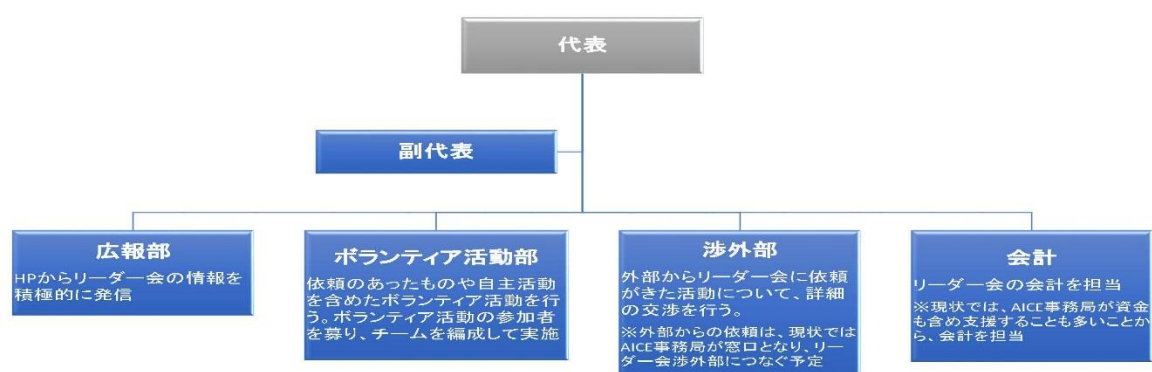
1. ヒト（組織と役割）

学生リーダー会を運営するために、学生リーダー会の組織体制づくりを行った。

学生リーダー会の会員は、いろいろな大学から学外の自主活動として参加していることから、活動するためには時間的、地理的な制約がある。自立して活動を行うためには、組織の役割分担等の体制づくりが必要不可欠となる。現在は、代表及び副代表が決まっているものの、その他については活動に対処するための便宜的なチームがつくられているに過ぎない。そこで、時間的、地理的制約がある中で、以下の組織体制を基盤として体制づくりを行った。

学生リーダー会の組織体制づくりにおいては、①1期生と2期生の融合、②1期生による2期生の育成支援、の2点を重視した。①では、代表、副代表及び各部に1期生、2期生の2名を混在させ、学生リーダー会組織の継続の準備を行う。4つの部門では1期生、2期生が協力して学生リーダー会組織づくりにあたる。②では、交流会の企画・運営を通じて1期生が2期生の成長を支援するとともに、各部では1期生は昨年を経験を伝えるなど、先輩が後輩を育てる好循環を生み出す体制づくりを目指すこととした。以下が組織図である。

大阪府消費者教育学生リーダー会組織図



学生リーダー会活動を円滑に推進するとともに、将来的には自立した体制基盤をつくるために、「広報部」「ボランティア活動部」「渉外部」「会計」の4つの部門を置くこととした。

広報部	学生リーダー会の専用HPを立ち上げ、学生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、学生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。
ボランティア活動部	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の企画を行う。ボランティア活動の参加者を募り、参加希望者によりチームを編成して実施する。 チームごとに企画し、実施する。
渉外部	外部からの消費者教育に関する依頼があった場合、実施するかどうかを代表、副代表、各部長と相談の上決定した後、外部と詳細についての交渉を担当する。具体的な活動内容に関する情報だけでなく、交通費や実費等の費用面についても、実際に実施できるかどうかの判断となる情報についても交渉する。
会計部	学生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。

【組織化に向けて学生リーダー会担当者の選出】

今年度は、組織化1年目ということもあり、すぐに必要となる「代表」、「副代表」、「広報部」、「渉外部」について、学生リーダー会1期生、2期生によって担当を選ぶこととした。選出にあたっては、学生リーダー会議の中で、立候補により決定した。

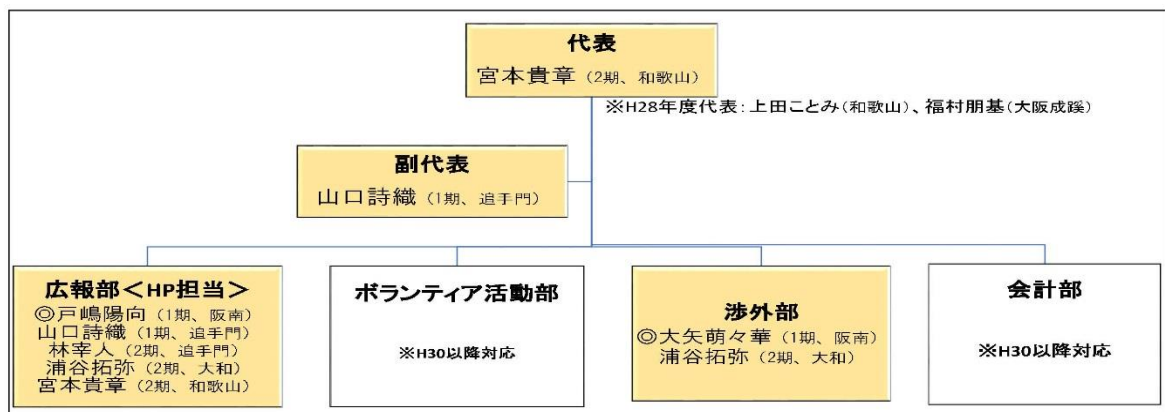
日時：第2回交流会の後の学生リーダー会議（平成29年11月19日（日）17:30～18:30）
渉外部については第3回交流会後の学生リーダー会議（平成30年1月21日（日）17:30～18:30）において選出した。

場所：あべのハルカス23階あべのハルカス大学セミナールーム

選出した役職・部署：代表、副代表、広報部（リーダー、部員）、渉外部（リーダー、部員）

選出後の組織は、以下の通りである。

H29年度大阪府消費者教育学生リーダー会組織図



※◎は部リーダー

その他、学生リーダー会の意義を明確にしていくことで、参加したいと思う学生に広くアピールしていくために、今後の学生リーダー会の活動目標として以下を将来目標に置いた。

- ①日本消費者教育学会の大会などの場にて学生リーダー会活動を発表する機会をもち、学生リーダー会活動を広く知ってもらうとともに、学生リーダー会メンバーに活動の意義を再確認する場とし帰属意識に誇りをもたせる。
- ②学生リーダー会ホームページからの英語による海外への情報発信を行う。「持続可能な社会の実現 sustainable development」を目標の1つとして掲げる消費者教育は、日本以上に海外に共感をもつ人が多くいる。そこで、海外からの共感を得ることで、学生リーダー会の活動の意義をさらに高める。

2. 拠点・資金

学生リーダー会が主体的な活動を行うためには、拠点及び資金が必要不可欠である。

拠点については、複数の大学から集まる学生リーダー会では、会議を行ったり、ボランティア活動の準備を行うための作業場や活動の拠点となる場所が求められる。一方、学生が活動をするためには、交通費が常に必要となり、かつ活動するための材料費等が必要な場合が出てくる。そのため、活動資金については、今後大阪府からの事業費がなくなった時のことを見据え、自立した活動ができるための基盤となるものを検討する必要がある。

そこで、拠点及び資金について、以下の対応を目指すこととした。今年度は以下について具体的な形までもっていくことはなかったが、下記の課題を学生リーダー会で共有したことで、今後の自立した活動に向けて学生自身の意識が高まったことに成果が見られた。

拠点	<p>当面、学生リーダー会独自予算で活動拠点を持つことは難しい。将来的には、学生リーダー会活動が実績を積み社会に受け入れられ、賛同者の中から拠点の提供を得られることをめざすこととする。</p> <p>※一方で、社会的認知を得るには時間がかかり、実績を積み上げていく時間が必要である。そこで、学生リーダー会が自立した拠点をもつまでは、本事業構成員であり、学生リーダー会の意義に賛同する産学協働人材育成機構 AICE が、学生リーダー会の活動を AICE 学生プロジェクト活動の一環として位置づけ、本事業の学生リーダー会活動を支援する。</p>
資金	<p>活動資金は以下の2つの方法によって確保することを目指す。</p> <p>①学生リーダー会活動が生み出す資金：学生リーダー会は昨年度の活動成果が認められ、注目度が高まっている。そこで、今後、相手のニーズに沿ったプログラムを提供し、活動するための交通費、実費、謝金等を支払ってもらえるような仕組みを整えることによって、活動資金を確保できることを目指す。今年度は、学生リーダー会の活動を学生リーダー会から一方的に提供するだけでなく、相手のニーズに沿ったボランティア活動プログラムを提供できるような体制を整備する。また、企業や自治体等との連携事業について受託できるよう事</p>

	<p>業化を目指す。そのためには、知識やスキルの向上が不可欠であることから、学生リーダー会内での研修も今後実施する。</p> <p>②協賛企業による助成金：大阪府からの事業費がなくなった将来を見据え、学生リーダー会活動に賛同する企業等からの助成金を受け入れる体制づくりを検討する。そのためには、学生リーダー会が社会的に意義のある活動実績を積んでいくとともに、学生リーダー会の質の向上を図ることが必要不可欠となる。</p>
--	--

3. 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

学生は、4年または2年で卒業するため、学生が継続的に入会する仕組みが求められる。そこで、学生リーダー会の活動内容を広く知ってもらうために学生リーダー会専用ホームページを立上げ、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とした。

学生リーダー会専用ホームページは、次のようなコンテンツで構成する。

コンセプト	学生リーダー会の学生が見える HP
HP の内容	<ul style="list-style-type: none"> ○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 ○学生リーダー会の日常的な活動をみえやすくするために facebook や ツイッターなどの枠をつくり、随時学生リーダー会の活動を紹介していくなど、顔が見える HP づくりをする ○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。オファーに対する呼びかけ&できることを提示 ○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。
サーバー	<p>HP サーバーの設置。</p> <p>※将来的には、AICE で資金支援する予定</p>
更新	<p>学生が内容を提供。専門家が HP に更新</p> <p>※将来的に、HP 制作が出来る学生が出てきた場合は、学生が更新</p>

なお、情報発信する際には広報部が定めたルールに従い、公式メディアとして信頼されるホームページ作りを行うこととした。

< 学生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
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（リーダー認定可能性者） 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（将来のリーダー予備軍、ボランティア活動協力者） ※大学卒業時には、学生リーダー会登録の継続について確認する。
規 模	昨年度の学生リーダー会登録者22名（1期生）とは別に、今年度学生リーダー会新規登録者20名以上を目指した。また、学生リーダー会を構成する大学生の所属する大学の数については、将来的には、20大学以上の参加を目指す。
主な活動	<ul style="list-style-type: none"> ・学生リーダー会による消費者教育の企画・開催・運営を定期的に行う。 ・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。 ・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。
学生リーダー会代表等の決定	学生リーダー会の代表を初めとした各部署のメンバーは、学生リーダー会議の中で、立候補あるいは推薦等によって選出する。今年度は、1期生、2期生の融合を図る組織づくりを目指す。
継続性	学生リーダー会専用ホームページ並びに LINE 等を通じてそれぞれが友人に参加を呼びかけ、学生ネットワークの拡大を図る。呼びかけには、「受講者データベース」を活用する。
入会	所定の大阪府消費者教育学生リーダー会登録用紙（資料4）に記入し、事務局へ提出する。
登録内容	<ul style="list-style-type: none"> ・養成講座の履修履歴 ・ボランティア活動履歴 ・リーダー認定（認定されているか否か） ・活動参加希望、等
学生指導支援員の導入	学生リーダー会の活動を支援し効果を高めるために、活動を指導・支援するための支援員を置く。支援員は、学生が主体的に活動できるよう指導・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。

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う。AICE の会員大学は、今後も増加する可能性があり、大学の拡大にも寄与できる ・ 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、他の大学の学生たちにも参加を呼びかける
-------	--

4. 大阪府消費者教育学生リーダー会登録者数

平成 29 年度の「大阪府消費者教育学生リーダー会」登録者数は、以下の通りであった。

学校名	登録者数
大阪大谷大学	2
大阪成蹊大学	3
和歌山大学	3
追手門学院大学	7
大阪教育大学	2
大和大学	1
合計 6 大学	18 人
1 回生	5
2 回生	6
3 回生	5
院生・その他	2

※平成 28 年度登録者数 22 名（うち 2 名は大学を卒業）、平成 29 年度登録者数 18 名。

5. 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）

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。レポートは、1 期生及び 2 期生によるものである。

2 期生の多くは、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、ボランティア活動や学生リーダー会主催の企業×学生交流会の企画・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。また、自分の新たな面を発見したり、企画作りや人前で話すなどのスキルを身につけることで自分に自信を持つ学生も多く、社会に出て活かしたいという意見も多く聞かれた。

1 期生からは、2 期生に力をつけてもらうために、一歩引いた立場で 2 期生の支援を行っている姿が強く出ていた。本講座で 1 期生がティーチング・アシスタントとして参加し、去年の体験を講義したり、企画づくりではアドバイザー役として交流会企画に戸惑う 2 期生のサポートをするなど、1 期生として 2 期生の育成支援とつなぎ役としての役割を理解し、実践している姿が伺え

た。先輩が後輩の育成支援を行う方法については、今後も活かしていきたい。

学生たちのレポートの詳細は、資料6に掲載。

6. 大阪府消費者教育学生リーダー会議の設置

学生リーダー会では、学生リーダー会議を設置し、決める必要のあることや検討する必要のあることについて、会議内で議論することとした。会議は、学生リーダー会代表により召集した。また、学生リーダー会が昨年発足して依頼、本事業の期間内以外にも、学生リーダー会に協力依頼が舞い込むようになっていたが、それらの案件についても、学生リーダー会1期生で対応し、今期の学生リーダー会につなげることができた。

今年度開催した学生リーダー会議は以下の通りであった。

会議	日時	場所	内容	参加者
第1回 ※	平成29年4月 14日(金)18: 00~20:00	梅田シルタス 10 階会議室 A (大阪駅前第三ビル)	・依頼案件の対応について ・学生リーダー会専用 HP の内容 について	1期生 4名
第2回 ※	平成29年6月 16日(金)18: 00~20:00	梅田シルタス 10 階会議室 D (大阪駅前第三ビル)	・依頼案件内容の具体化(大阪府 金融広報委員会、豊中市の2件)	1期生 7名
第3回	平成29年7月 21日(金)18: 00~20:00	梅田シルタス 10 階会議室 D (大阪駅前第三ビル)	・大阪府金融広報委員会のイベン ト支援の詳細決定 ・H29年度大阪府消費者教育事業 でのリーダー養成講座 TA、大阪府 消費者フェアへの参加依頼 ・学生リーダー会専用 HP につい てのテストサイトへの意見交換	1期生 7名
第4回	平成29年11 月19日(日) 17:30~18: 30	あべのハルカス 23階あべのハル カス大学セミナ ールーム	・1期生、2期生による組織づくり <「代表」、「副代表」、「広報部」に ついて、学生リーダー会1期生、 2期生によって担当者選出>	1期生 5名 2期生 6名
第5回	平成30年1月 21日(日)17: 30~18:30	あべのハルカス 23階あべのハル カス大学セミナ ールーム	・1期生、2期生による組織づくり <「渉外部」について、学生リーダ ー会1期生、2期生によって担当 者選出> ・学生リーダー会の愛称検討	1期生 4名 2期生 17名

(※は事業期間外。※会議室の費用は、産学協働人材育成機構 AICE が支援。)

7. 大阪府消費者教育学生リーダー会の愛称

大阪府消費者教育学生リーダー会は名前が長く、言葉もなじみが薄く親しみにくいことから、愛称をつけることとした。愛称は、学生リーダー会議の中でいくつか候補を挙げた後に、メンバー投票によって決定した。決定した愛称は以下である。今後、ホームページ等を通じて、アピールしていく。

通称 **JACCY=ジャッキー**

Japan Association of Consumer Citizens for Youth

意味：若者に向けた消費者教育を実践する（日本）組織

第3節 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目指している。

【リーダー認定の要件】以下の要件をすべて満たした者を認定する。

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

2. 認定の事務手続き

「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	消費者教育リーダー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「認定要件チェックシート」(資料3)によって確認。複数年にわたって養成講座を修了した学生にも対応できるようにシートを作成。
②リーダー就任意思の確認	上記①を確認する際に、リーダーに就任する意思があるかどうかを「認定要件チェックシート」(資料3)によって確認。
③リーダー認定	上記①を満たし、②でリーダー就任意思確認ができた者について、「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 29 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
大阪大谷大学	2
大阪成蹊大学	3
大阪工業大学	1
和歌山大学	3
追手門学院大学	7
大阪教育大学	2
大和大学	1
合計 7 大学	19 人
1 回生	5
2 回生	6
3 回生	5
4 回生	1
院生・その他	2

※平成 28 年度認定者数 21 名、平成 29 年度認定者数 19 名（合計認定者数 40 名）

※うち 1 名は、平成 28 年度にリーダー会に登録し、平成 29 年度にリーダー認定を受けている。

第4節 大学生による消費者啓発に関するボランティア活動の実施

1. 実施したボランティア活動について

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。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。

ボランティア活動では、学生リーダー会に登録している大学生及び大阪府消費者教育学生リーダーとなった大学生が、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、自ら主体的に行うことが重視されている。そこで、本取組では、「消費者教育リーダー養成講座」の中で、すでにリーダー認定されている1期生が昨年度行ったボランティア活動について受講生に紹介するとともに、実際にやってみての課題や問題点なども伝えていることから、ボランティア活動の具体化については、1期生と新しく修了した2期生と一緒に、自分たちがやりたいと思う消費者問題に関する教育・啓発のボランティア活動について、企画し、実施する取組をプログラム化し、支援することとした。

また、外部から認知度が高まっている学生リーダー会に協力依頼のあった案件については、学生リーダー会で相談し、受託できるものについてボランティア活動を行った。

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。なお、1、2については、事業開始前から準備する必要があったことから、1期生が担当した。

	名称	日時	対象	会場	内容	ボランティア回数	参加学生
1	豊中市・とよなか消費者協会共催「くらしかん20周年」と「生活広場10周年」を記念した行事	7/5 (水) 午後 (30分)	とよなか市民	豊中市立生活情報センターくらしかん3階イベントホール	マルチ商法をテーマとした寸劇 ※担当：大阪経済大学演劇部 (同大学の1期生が仲介役を果たした)	1回 7/5	10
2	大阪府金融広報委員会主催「夏休み親子イベント」	8/4 (金) 14:00 (50分)	小学3～6年生 保護者	日本銀行大阪支店	「スマホを利用した見えないお金について考えよう！」スマホの課金について親子それぞれが考えていることを知る。 1期生が担当。	4回 4/15、6/16、7/21、8/4	7

3	大阪府消費者フェア	11/3 (金祝)	市民	大阪府咲州庁舎2階エントランスホール	大阪府が毎年実施している市民に向けた消費者イベント。消費者教育関係の市民団体が多数参加。舞台上で学生リーダー会活動報告を行った。併せて、運営ボランティアとして参加者アンケートを採った。	3回 10/15、 10/22、 11/3	9 (事前準備のみ3名)
4	追手門学院大学での消費者教育劇の公演	11/4 (金)、 11/5 (土)	大学生	追手門学院大学	大学の学園祭で、被害に合わないための消費者教育を劇で表現し、観劇者に各自で考えてもらう	35回 9月下旬～11月上旬、 11/4、 11/5	7
5	和歌山大学単位互換科目「消費生活論」でのTA	10/28 (土) 10/29 (日) 11/3 (祝金) 11/4 (土)	泉大津地域の人	泉大津市テクノピア大阪	和歌山大学が提供する単位互換科目「消費生活論」のTAとして授業を支援した。和歌山大学×泉大津市消費者教育協力の一環。	4回 10/28、 10/29、 11/3、 11/4	2
6	和歌山県消費者教育講座でのTA	11/5 (日)	和歌山県の人	和歌山市中央コミュニティセンター多目的ホール(小)	自ら考え行動する「自立した」消費者市民を育成する講座にTAとして講座を支援する。	1回 11/5	2
7	南大阪地域等大学合同展示発表会	9/16 (土)	堺市民一般の人	堺市庁舎前広場	南大阪地域等の大学が合同で展示発表会を実施し、舞台プログラムで、大阪大谷大学劇団ポリスによる「特殊詐欺被害に合わないための劇」を実施。	20回 7月～8月、 9/16	2
8	大阪成蹊大学諸熊ゼミでの消費者教育	11/14 (火)	諸熊ゼミ生	大阪成蹊大学	大阪成蹊大学諸熊ゼミにて、消費者教育を行った。	1回 11/14	1
9	和歌山大学大学院ゼミでの消費者教育	12/26 (火)	岡崎講座の受講生	和歌山大学教職大学院授業	和歌山大学教職大学院岡崎先生の授業にて、消費者教育を行った	1回 12/26	1

(1) 豊中市・とよなか消費者協会共催「くらしかん 20 周年」と「生活広場 10 周年」を記念した行事（資料 12）

豊中市から学生リーダー会が依頼を受け、「豊中市・とよなか消費者協会共催「くらしかん 20 周年」と「生活広場 10 周年」を記念した行事」で、被害に合わないための劇を行った。

本取組は、大阪経済大学の 1 期生が当大学演劇部との仲介役となり実現した。実施にあたっては、交通費の実費及び最低限の経費は豊中市に負担してもらった。

<劇の実施概要>

- 開催時期：7 月 5 日（水）午後（30 分）
- 対象：豊中市民
- 会場：豊中市立生活情報センターくらしかん 3 階イベントホール
- 内容：「マルチ商法」についてだまされないための啓発劇
- 出演者：大阪経済大学学生 10 名
- 観劇者：80 名強
- 観劇者からの感想：とてもわかりやすく、表現もリアルで、非常に好評でした。80 人を超える受講者で、くらしかんの担当者もうれしい悲鳴をあげるほどの盛況でした。

(2) 大阪府金融広報委員会主催「夏休み親子イベント」

大阪府金融広報委員会では、毎年夏休みに親子イベントを実施しており、今年度は、学生リーダー会にイベントへの協力依頼がきた。

時期が 8 月初旬ということで、今年度のリーダー養成講座開講前になることから、1 期生に本取組への参加を依頼した。担当するイベントの企画及び当日の運営方法を検討するために、学生リーダー会議を事前に 3 回開催し、企画内容の詳細を議論し、当日の担当者を決定していった。

スマホの課金という小学生にとっては難しいテーマのリクエストがあったことから、プログラムづくりでは、子どもたちに分かりやすく、自分の問題として考えてもらえることを目指した。当日の子どもたちのワークショップでは、課金のことを良く知らない子どもたちも、具体的な問いかけに対して積極的に考える様子が伺えた。現実的な意見が相次ぎ、スマホ世代の頼もしい様子も見えた。

実施にあたっては、交通費を当委員会に負担してもらった。

<イベントの実施概要>

- 開催時期：8 月 4 日（金）14：00～14：50（50 分）
- 対象：小学 3 年生から小学 6 年生、保護者
- 会場：日本銀行大阪支店
- 内容：ワークショップ「スマホを利用した見えないお金について考えよう！」

- ・気づかないところで進んでいる課金の怖さを知ってもらう
- ・親の知らないところで子ども達がどのように課金と関わっているか知る
- ・今後、家庭内で課金について親子で話し合うきっかけ作り

○出演者：1期生7名

企画：藤井（大阪音楽大学）

全体ファシリテーター：上田（和歌山大学）、藤井（大阪音楽大学）

チームファシリテーター：伊藤、今木（芦屋大学）、戸嶋、大矢、喜田（阪南大学）、津田（大阪工業大学）

○参加者：子ども22人、保護者19人 合計41人

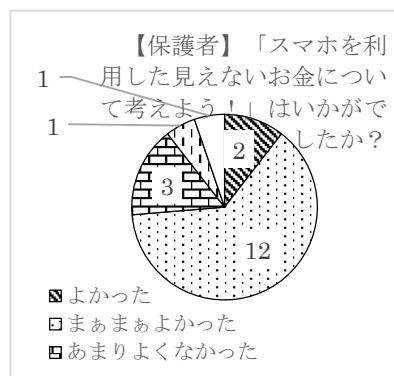
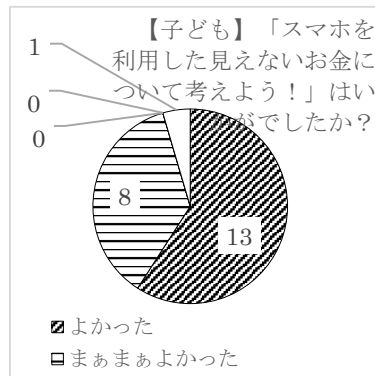
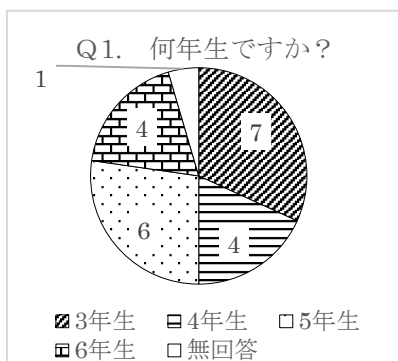
■プログラム

時間	内容	詳細
14:00 (5分)	アイスブレイク	全体ファシリテーターから、スマホを持っているか、スマホゲームをしたことがあるかなどを全体に聞いて、テーマを理解してもらう
14:05 (5分)	グループ分け	子どもは5~7人ずつ分ける 親は全員で1グループ ※各グループ（子ども、親）には、リーダー会の学生をファシリテーターとして配置
14:10 (20分)	話し合い (グループワーク)	各グループのファシリテーターがまず自己紹介をしてから、話し合いを進める。 一人ずつに付箋を配り、自分の思ったことをどんどん書いてもらい、付箋を模造紙に貼っていく。付箋のグループ分けをする。 ■子どもグループ 質問1 「普段どのようなゲームをしているか」 子ども達の現状把握をする 質問2 「ゲームの課金体験について。また、課金による怖い思いをしたことがあるか、あるならどのような体験だったか」 実際に体験した話などから課金の怖さを身近に感じてもらう 各質問に対して概ね10分話し合う どちらの質問でも、自分自身の体験以外でも(友人の話など)構わないので、たくさん挙げる ■親グループ 子ども達は普段どのようなゲームをしているか、現状をどれくらい把握しているかについて話してもらう
14:30	発表および	全体ファシリテーターから、ワークショップで話し合われた

(15分)	意見の共有	<p>ことをみんなで共有しようと呼びかける。</p> <p>■子どもグループ 各グループ代表者1名に発表してもらう (各1分。グループ数や進み具合で調整する) リーダー会メンバーで補助しながら、子ども達に発表してもらう</p> <p>■親グループ 親の代表者から2,3分で発表してもらう</p> <p>■全体共有 ほかのグループの発表を聞いて思ったことや話し合いの感想を言ってもらおう。 親からは、子どもたちの現状を知って感じたこと、ギャップなどについて感想を言ってもらおう。</p>
14:45 (5分)	まとめ	<p>課金は、間違った関わり方をすれば恐ろしいことになるということをあらためて伝える</p> <p>また、親子で話し合うきっかけになってほしいと最後にもう一度呼びかける</p>

■参加者アンケート

【小学生】22人



(3) 大阪府消費者フェア

大阪府が毎年実施している市民に向けた消費者イベントで、消費者教育関係の市民団体が多数参加する。今年度は、学生リーダー会への参加依頼があった。依頼内容は、①舞台での「学生リーダー会活動の紹介」、②ブース出展、③運営ボランティアであった。

そこで、2期生が本取組の企画を担当することとした。当初、消費者関連専門家会議 ACAP とのコラボによるブース出展を検討していたが、会場設備の関係からブース出展のコラボは取りやめることとなった。

舞台での「学生リーダー会活動の紹介」については、2期生のうち追加講座で受講した学生の有志で企画した。当日参加できる人を別途募り、運営ボランティアとしても活動することとした。

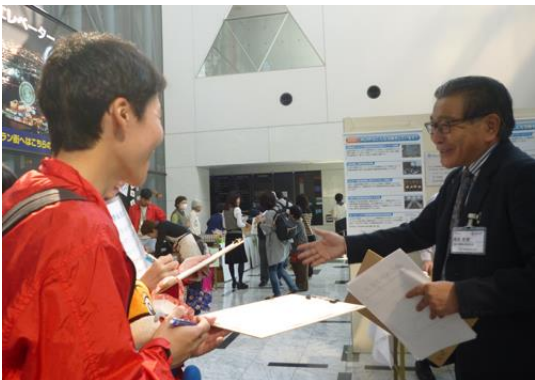
<消費者フェアでの実施概要>

- 開催時期：11月3日（金祝）10：00～17：30（7時間30分）
- 舞台での学生リーダー会活動報告：13：00～13：30（30分）
- 対象：府民
- 会場：大阪府咲州庁舎2階エントランスホール
- 内容：①舞台での学生リーダー会活動報告、②フェアの運営ボランティア（アンケート）
- 出演者：1期生1名、2期生4名

<舞台での学生リーダー会活動報告の内容>

主な対象を幼児から小学生として、クイズ形式で消費者教育について考えるヒントを提示し、楽しく学んでもらう内容とした。クイズはレベル1からレベル5へと少しずつ難しくして、「地球にやさしくする」ことの大切さを伝えた。





(4) 追手門学院大学大学祭での消費者教育劇公演

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、昨年度に引き続き、大学の学園祭の中で普及啓発活動を行うこととした。

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29年11月4日(土)、5日(日)の2日間にわたった追手門学院大学学園祭「第51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。

<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	宇宙ノ正体～メロス編～ 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 (143名が観劇)	
劇の内容	とある田舎の無住寺が舞台。 住職の四十九日の法要に向けて、娘と檀家が準備を進める中、庫裏では、本山から使いを頼まれた修行僧達が何やら捜し物をしている。庫裏とは物置のような場所。そのため神仏とは関係のない先代の遺品もごろごろしている。 ふと話のとぎれた時、誰も居ないはずの庫裏の奥から一人の男が登場する。そして若者に問うのだ。死んだ人間の行き先を。 本作は、悩める坊主頭の青春活劇である。	
手法	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。参加した学生は、学内から広く受け入れた。	
準備・実施期間	9月下旬～11月中旬	
参加学生	18名	



(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」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学生が受講。</p> <p>消費者教育を学んだ後、その知識を活かして、親子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、泉大津市テクノピア大阪でそのプログラムを実施した。</p> <p>目指すところは以下である。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○消費者市民社会の一員として生活について振りかえる ○「消費者教育」をめぐる課題について考え、新しい消費者教育に関する知識を学ぶ ○消費者市民として、市民社会を創造するリーダーとしての成長を図る <table border="1" data-bbox="528 1106 1449 1518"> <tr> <td data-bbox="528 1106 839 1263"> <p>1 日目 10/28 (土) 10:00~16:10</p> </td> <td data-bbox="839 1106 1449 1263"> <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 ・消費者市民社会について (講義) ・消費者市民社会について (ワークショップ) </td> </tr> <tr> <td data-bbox="528 1263 839 1391"> <p>2 日目 10/30 (日) 10:00~16:00</p> </td> <td data-bbox="839 1263 1449 1391"> <ul style="list-style-type: none"> ・自治体における環境と消費の課題 (講義) ・自治体における環境と消費の課題 (ワークショップ) ・市役所、他の見学 (フィールドワーク) ・消費における課題と企業活動 (ACAP) </td> </tr> <tr> <td data-bbox="528 1391 839 1456"> <p>3 日目 11/3 (祝金) 10:00~16:00</p> </td> <td data-bbox="839 1391 1449 1456"> <ul style="list-style-type: none"> ・企画構想 (ワークショップ) ・イベント準備 (ワークショップ) </td> </tr> <tr> <td data-bbox="528 1456 839 1518"> <p>4 日目 11/4 (土) 10:00~15:00</p> </td> <td data-bbox="839 1456 1449 1518"> <ul style="list-style-type: none"> ・親子イベント </td> </tr> </table>	<p>1 日目 10/28 (土) 10:00~16:10</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 ・消費者市民社会について (講義) ・消費者市民社会について (ワークショップ) 	<p>2 日目 10/30 (日) 10:00~16:00</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・自治体における環境と消費の課題 (講義) ・自治体における環境と消費の課題 (ワークショップ) ・市役所、他の見学 (フィールドワーク) ・消費における課題と企業活動 (ACAP) 	<p>3 日目 11/3 (祝金) 10:00~16:00</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・企画構想 (ワークショップ) ・イベント準備 (ワークショップ) 	<p>4 日目 11/4 (土) 10:00~15:00</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・親子イベント
<p>1 日目 10/28 (土) 10:00~16:10</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 ・消費者市民社会について (講義) ・消費者市民社会について (ワークショップ) 								
<p>2 日目 10/30 (日) 10:00~16:00</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・自治体における環境と消費の課題 (講義) ・自治体における環境と消費の課題 (ワークショップ) ・市役所、他の見学 (フィールドワーク) ・消費における課題と企業活動 (ACAP) 								
<p>3 日目 11/3 (祝金) 10:00~16:00</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・企画構想 (ワークショップ) ・イベント準備 (ワークショップ) 								
<p>4 日目 11/4 (土) 10:00~15:00</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・親子イベント 								
<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 ・泉大津市テクノピア大阪での和歌山大学×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親子イベント企画づくり、教材づくりへのアドバイス 								
<p>準備・実施期間</p>	<p>10/28 (土)、10/29 (日)、11/3 (祝金)、11/4 (土)</p>								
<p>参加学生</p>	<p>2 名 (和歌山大学、大和大学の 2 期生)</p>								



(6) 和歌山県消費者教育講座での TA

<ボランティア活動の内容>

目的	和歌山県民を対象にした消費者教育講座。
参加者	参加者数：50名 <ul style="list-style-type: none"> ・企業の方や年配の方が大半 ・学生と見受けられる人も一部
講座の内容	<p>前半：講義「自らの身を守り、公正で持続可能な社会の発展に寄与する消費者とは」</p> <p>○「自らの身を守る」と「公正で継続的な社会の発展に寄与する」の2つの目的について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・3つの消費者教育（経済教育、経済の安全教育、消費者市民教育） ・消費者基本法、消費者教育の推進に関する法律の紹介 ・消費者教育と学校教育の関わりについて ・SDGs（Sustainable Development Goals）について <p>後半：ワークショップ「消費者教育の学びをひとに伝えよう！～教材作りを通して学ぶ新しい消費者教育～」</p>
TA としての役割	<ul style="list-style-type: none"> ・後半のワークショップにファシリテーターとして参加し、ワークショップを円滑に運べるようにする。
準備・実施期間	11/5（日）
TA 参加学生	2名（大阪成蹊大学の2期生）



(7) 南大阪地域等大学合同展示発表会での大阪大谷大学劇団ポリスによる消費者教育劇実施

大阪大谷大学劇団ポリスは、警察と連携して平成25年から寸劇を通じて性犯罪や街頭犯罪の防止を呼び掛ける活動を学生有志で始めていた。今年9月に実施された南大阪地域大学コンソーシアムと堺市との連携取組として実施された「南大阪地域等大学合同展示発表会」の演目として、劇団ポリスによる消費者教育劇を行った。本年度のリーダー養成講座を受講した2期生の中に劇団ポリスのメンバーが2名参加した。

<南大阪地域等大学合同展示発表会での実施概要>

- 開催時期：9月16日（土）11：00～17：00（台風の影響で1時間短縮）
- 劇団ポリスによる劇：14：30～15：00（30分）
- 対象：堺市民
- 会場：堺市役所前広場
- 内容：振り込め詐欺の被害者と加害者がやりとりする場面を演じながら、被害に合わな
いために注意することに気づいてもらう。
- 出演者：2期生2名含む16名



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するために、昨年度に引き続き、企業×学生交流会を開催した。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、リーダー会が交流会の企画・準備・運営を行った。企画・準備・運営にあたっては、基本的に2期生を中心に行い、1期生は2期生の支援をすることで、交流会を2期生の育成の機会とした。そのため、事前打合せには、できる限り2期生が同席して会場下見を兼ねて最後の打合せを行った。

一方、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。そこで、交流会のもう1つの目的として、消費者教育のステークホルダーの一方の大きな主体である「企業」とともに、大学生と企業との協働により「考えて行動する自立した消費者育成」を目指した。

今年度の交流会では、共に考えるだけにとどまることなく、何か成果を形にすることを目指し、企業と学生が共に考えたことを1つでも具体的な成果として形にする内容を盛り込むこととした。

交流会の概要は、以下の通りである。

名称	企業×学生交流会
目的	<p>①学生のネットワークを広げる</p> <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 ・1期生が2期生を育成する場とし、2期生の成長を促す ・リーダー会の団結意識や帰属意識を高める ・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
	<p>②企業×学生との交流による考えて行動する自立した消費者育成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・企業の消費者や社会、地球環境に配慮した活動を知る ・企業と交流する中で消費者として自分が何をすべきかを考える ・考えるだけにとどまらず、何か成果を形にすることを目指す 例えば、企業と協働で実施するボランティア活動を考える、企業と連携したボランティア活動の改善点を考えプログラムをブラッシュアップするなど。 ・消費者と企業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	<ul style="list-style-type: none"> ・リーダー会専用ホームページ及び LINE ネットワークを通じて他の学生に参加呼びかけ ・これまで一緒に活動した企業や団体等への呼びかけ
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>※協力企業については、AICE 会員企業、消費者関連専門家会議（ACAP）会員企業、その他経済団体等へ呼びかけ協力を得る予定</p>
開催回数	3回
開催時期	<p>第1回交流会：10月1日（日）13：30～16：30</p> <p>第2回交流会：11月19日（日）13：30～16：30</p> <p>第3回交流会：1月21日（日）13：30～16：30</p>
会場	あべのハルカス 23階ハルカス大学セミナールーム

<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	食
第3回	住

<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1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
- ワークショップでは、なぜそのテーマにしたか理由を具体的に伝える
- 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29年10月1日（日）13：30～16：30
テーマ	衣
担当班	栲尾晃広、飴田夏希、岡本紗也可 1期生サポート：上田ことみ、大矢萌々華
学生リーダー会ボラン ティア活動紹介	○「大阪府金融広報委員会“夏休み！親子で楽しむお金探検隊”」の活動について ○南大阪地域等大学合同展示発表会大阪大谷大学劇団ポリス「寸劇で防犯を学ぼう！～特殊詐欺」の活動について
消費者を大事にする企 業活動紹介	○「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 会長 越智直正氏 (公益社団法人消費者関連専門家会議(ACAP) 会員企業)
ワークショップ	○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！

<参加者数>

種類	参加者数	備考
学生	10名	○学生リーダー会学生8名（2期生6名、1期生2名） ○一般学生2名
企業	8名	ミズノ株式会社、ハウス食品株式会社、日本ハム株式会社、株式会社ルシアン、タビオ株式会社（2名）、小林製薬株式会社、株式会社消費科学研究所
大学	2名	和歌山大学
その他	5名	大阪府消費生活センター（2名）、学生支援員、事務局（2名）
合計	25名	

<第1回交流会の様子>

1. 開会式

司会 鮎田夏希

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。

開会では、産学人材育成機構 AICE 企画運営委員長の鮎坂恒夫（和歌山大学）先生からご挨拶があった。



2. 消費者教育について 栃尾晃広

今回の交流会では消費者教育について自分が消費者教育について学んだことに加えて、自分が実際にボランティア活動で行っている「劇団ポリス」の活動も消費者教育に関わるということを知り、交流会で説明をした。



3. (1) 消費者教育学生リーダー会活動紹介①

大矢萌々華

8月に日本銀行で行われた金融イベントの一部にリーダー会が参加したことを報告した。



(2) 消費者教育学生リーダー会活動紹介② 栃尾晃広

2017年9月16日に堺市役所前で行われた南大阪地域等大学合同学園祭に参加したことについて説明した。合同学園祭では大阪大谷大学の防犯ボランティア団体である「劇団ポリス」が寸劇で防犯を学ぶというテーマで参加した。劇団ポリスは大阪府警の指導のもと、どのような犯罪が急増しているかということやどのような危険があるかということ、寸劇を通して子供からお年寄りにわかりやすく伝えていく団体であり、合同学園祭では近年急増している還付金詐欺やオレオレ詐欺などについて説明した。

4. 企業活動紹介

タビオ株式会社 会長 越智直正様

テーマは、「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であった。会長自らのお話であった。内容は、靴下に対する日本人の意識の低さ、そしてmade in Japanにこだわる理由についてお話しいただいた。昔は、職人が多数おり製品一つにかかる熱量が高かった。しかし、今の日本は3足1000円など安価なものを買う傾向があり安価なら安価なりの製品であることに今の日本人は気づいていない。どれだけ、商品にカシミヤや破れにくいなど書いてあっても安いものは安いなりの製品である。日本は職人文化だったこともあり、いいものと悪いものを見極める能力がある。だからこそ、安物といいものを見極め、消費行動にあてるべきだ。また、日本製は、海外ではそれだけでブランドになる。だからこそ、どの国にも恥じないものを我々は作るべきだというお話があった。



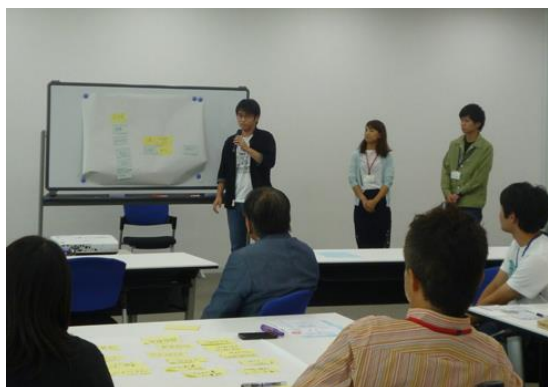
5. ワークショップ 岡本紗也可

今回は、もったいない消耗品をなくすために、どのような消費行動をするべきか考えてもらった。
それぞれ、学生2人企業の方2人で一つのグループを作ってワークショップを行った。最後に、グループで話し合ったことを発表しあった。



6. まとめ

消費者として、様々な考えや意見がある中で消費者の方にどのように伝えるのか、そしてどう興味を持ってもらうのが現時点での問題点であるとまとめた。



(2) 第2回交流会

日時	平成 29 年 11 月 19 日 (日) 13:30~16:30
テーマ	食
担当班	福田悠斗、和田佳寿也、林昌宏 1 期生サポート：山口詩織
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 ○「大阪府消費者フェア」の活動について
消費者を大事にする企業活動紹介	○「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 顧問 島谷克史氏 (公益社団法人消費者関連専門家会議 (ACAP) 理事長)
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」	○保存期間について～家の中の食べ物大丈夫？

--	--

<参加者数>

種類	参加者数	備考
学生	17名	○学生リーダー会学生8名（2期生6名、1期生2名） ○一般学生2名
企業	5名	花王株式会社、ハウス食品株式会社、日本ハム株式会社、 小林製菓株式会社、株式会社消費科学研究所
大学	1名	大阪成蹊大学
その他	8名	消費者庁（3名）、和歌山県県民生活課、大阪府消費生活センター、 学生支援員、事務局（2名）
合計	31名	

<第2回交流会の様子>

1、開会式

司会 福田優斗

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、大阪府消費者教育学生リーダー会とは 浦谷拓弥

当日午後に新しいリーダー会の代表となった浦谷君より、学生リーダー会の説明があった。リーダー会がどのようなもので、多くの人の思いの詰まった組織であることを伝えた。



3、消費者教育について 林昌宏

参加者に消費者教育がどのようなものなのかを説明した。話の中でいくつかの例を取り上げるなどして、消費活動には様々な選択の場面があること、だからこそこちよっとしたことで未来は変えられるのだと参加者に伝えた。



4、リーダー会の活動紹介①

岡本紗也可、小杉拓未、林幸人

学生リーダー会の活動のうち、追手門学院大学の学園祭で行われた消費者問題をテーマにした演劇「宇宙ノ正体～メロス編～」の紹介を行った。これは大阪府消費生活センターと産学協働人材育成機構（AICE）が連携して進めたプロジェクトで、演劇を見に来た学生に対し、消費者としての教育・啓発を行い、自らの消費活動を改めて見つめなおしてもらおうという目的があることを話していた。



4、リーダー会の活動紹介② 津田仁成

学生リーダー会の活動のうち、大阪府消費者フェアでの活動について報告があった。フェアでは、舞台上「学生リーダー会の活動報告」を行ったことの紹介があった。実際に使ったクイズの画用紙を見せながら、小学生を対象にしたクイズ形式による分かりやすい消費者教育を行った。その他、運営ボランティアとして、参加者にアンケートに答えてもらう対応をしたことが紹介された。



5、企業活動紹介 株式会社 消費科学研究所 顧問 島谷克史様

テーマは「小売現場における食品衛生への取り組み。衛生検査について店舗ではどのような取り組みを行っているのか、そして食中毒について現状と詳細、予防法について説明していただいた。具体的には、①店舗や施設の衛生調査、②食中毒やノロウィルスの被害・種類・予防についての解説、③施設の衛生点検の重要なポイントの解説が行われた。

初めに島谷様自身と消費科学研究所についての紹介があり、続いて店舗では設備や従業員の手、扱う用具、そして売り場の食品の点検の方法についての解説が行われた。そして食中毒の発生状況について、食中毒で最も多い被害がノロウィルスによるものであること、その影響や予防方法について教えていただいた。



6、ワークショップ 和田佳寿也

テーマは「保存期間について～家の中の食品大丈夫？」このテーマをもとに、日常にある保存期間のよくわからない食品について考えていただき、社会人と学生の意見交換と交流を行った。保存期間のよくわからない食品とは、開封後の醤油や半分残った食品など、賞味期限、消費期限の当てはまらない食品のことだ。



意見交換の場では社会人と学生の意見の違いがみられ、お互いに関心を持っている様子が見え、意見交換が活発に行われた。社会人側の意見には期限の表記を増やす、絵に表示、などのアナログな意見や、家庭科の授業に新しく取り入れることや誰でも参加できる教室の開講などの意見があった。また、学生側の意見には現代的なネット関係による意見が多く、食品ごとにその詳細を見られるサイトを用意するなどの意見があった。

7、まとめ 和田

消費活動において自分だけでなく、周りも守っていきけるような消費者になるためにはまだまだ学ぶことが多いと感じた。また、社会人の方々との意見交換はとても新鮮で、そしてそれはお互いに言えることだと思うので、この貴重な経験を大事にしたい。



交流会終了後に、今回初めて参加のあった消費者庁から、学生リーダー会の学生へのヒアリングがあった。テーマは、近年大学生に増えている消費関連被害の現状についてで、①トラブルをどう撃退しているのか、②何を危険と思っているか、③学生の間ではどういう勧誘が多いのか、などの質問があった。学生からは、日常的に危険と遭遇している実態が次々の語られた。消費者庁では、今回のように学生の生の声を直接聞く機会があまりないとのことで、大学生の実態を知る良い機会となったようだ。学生リーダー会の存在意義の1つが改めて示された時間となった。

(3) 第3回交流会

日時	平成 29 年 1 月 21 日 (日) 13 : 30 ~ 16 : 30
テーマ	住
担当班	東真那、浦谷拓弥、嶋田南、 斬一鳴 、小路眞菜美、岡留侑吾、林宰人、小杉拓未、宮本貴章 1 期生サポート : 山口詩織、戸嶋陽向、上田ことみ
学生リーダー会ボランティア活動紹介	○和歌山大学単位互換「消費生活論」TA 活動について ○和歌山県「消費者教育講座」TA 活動について ○大阪府消費者教育学生リーダー会ホームページによる情報発信について
消費者を大事にする企業活動紹介	○「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 お客様本部 谷一暢樹氏 (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 「人や社会や地球にやさしい消費行動を考える」	○水資源に対する消費行動を見つめ直そう!
認定式	大阪府消費者教育学生リーダー認定式 (19 名)

平成29年度大阪府消費生活センター委託事業「大学生層における消費者教育推進事業」
産学協働人材育成協議会(産学協)と連携した大学等による消費者教育推進の取組の一環として、学生リーダー会活動紹介を目的として。

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

大阪府消費者教育推進センター(産学協)と連携した大学等による消費者教育推進の取組の一環として、学生リーダー会活動紹介を目的として。産学協と連携した大学等による消費者教育推進の取組の一環として、学生リーダー会活動紹介を目的として。産学協と連携した大学等による消費者教育推進の取組の一環として、学生リーダー会活動紹介を目的として。

2017年度 第3回 1月21日(日) 13:30-16:30
会場: 吹べのハルカス23階 ハルカス大学セミナールーム
会場: 吹べのハルカス23階 ハルカス大学セミナールーム

日時
2017年度 第3回 1月21日(日) 13:30-16:30
会場: 吹べのハルカス23階 ハルカス大学セミナールーム

第1部 活動紹介
13:30~15:00
「学生リーダー会活動紹介」
○消費者教育に関するティーチング・アシスタント2事例
○学生リーダー会ホームページによる情報発信
「消費者を大事にする企業活動紹介」
○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 谷一暢樹氏 (公益社団法人消費者関連専門家会議(ACAP) 理事)

第2部 ワークショップ 交流会
15:00~16:10
「人や社会や地球にやさしい消費行動を考える」
ワークショップ「水資源に対する消費行動を見つめ直そう！」
企業×学生が共に消費をキーワードに見直し、交流を図ります

認定式
16:10~16:30
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30年1月18日(木)
応募される方はこちら 以下の項目をメールに記載し下記メールアドレスまで送信してください。(TEL FAXあり)
応募先: 産学協(産学協事務局)

ご質問がある方は 産学協 産学協事務局(産学協事務局)
の連絡先にご連絡ください。 TEL 072-240-1071 FAX 072-240-1081 E-MAIL: consumer@sdcc-dpc.com
http://www.sdcc-dpc.com/

平成29年度大阪府消費生活センター委託事業「大学生層における消費者教育推進事業」
産学協と連携した大学等による消費者教育推進の取組の一環として、学生リーダー会活動紹介を目的として。

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21日(日) 13:30-16:30
吹べのハルカス23階 ハルカス大学セミナールーム

第3回テーマ 住

時間	プログラム	司会: 東真那(和歌山大学大学院) 幹事人(和歌山大学)
1 13:30(15)	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 宮本貴章 (和歌山大学)
2 13:35(10)	活動紹介	消費者教育学生リーダー会 幹事人(和歌山大学)
3 13:45(15)	消費者教育について 消費者教育学生リーダー会活動紹介 ①和歌山大学単位互換「消費生活論」TA活動について ②和歌山県「消費者教育講座」TA活動について ③大阪府消費者教育学生リーダー会ホームページによる情報発信について	消費者教育学生リーダー会 小野真菜美(和歌山大学) 福田智也(和歌山大学) 和田壮寿也(和歌山大学) 消費者教育学生リーダー会 佐藤智子(和歌山大学) 戸嶋陽向(和歌山大学)
4 14:00(45)	消費者を大事にする企業活動紹介 「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 お客様本部 谷一暢樹氏 (公益社団法人消費者関連専門家会議(ACAP) 理事)
14:45(15)	休憩	
5 15:00(70)	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」 ○水資源に対する消費行動を見つめ直そう!	グループディスカッション企業 生学生
6 16:10(15)	認定式	大阪府消費生活センター 所長 藤本慶一氏
7 16:25(15)	閉会式 全体振り返り ご挨拶 アンケート記入	消費者教育学生リーダー会(和歌山大学) 岡留侑吾(和歌山大学) ACAP 和歌山支部 理事 藤本恒夫(和歌山大学)

<参加者数>

種類	参加者数	備考
学生	28名	○学生リーダー会学生21名（2期生17名、1期生4名） ○一般学生7名
企業	8名	小林製薬株式会社、株式会社消費科学研究所、TOTO株式会社、イカリ消毒株式会社（2名）、ハウス食品株式会社、ミズノ株式会社、花王株式会社
大学	2名	和歌山大学（2名）
その他	8名	大阪府消費生活センター（3名）、日経新聞社（取材）、学生支援員（2名）、事務局（2名）
合計	46名	

<第3回交流会の様子>

1. 開会式

司会：東 真那 統括：浦谷 拓弥
リーダー会を代表しての挨拶：宮本 貴章

初めに、司会者から注意事項、資料の確認等があり、続いて開会宣言を行った。開会宣言では、リーダー会の指針や志などについても述べた。



2. 消費者教育についての紹介：林 宰人

消費者教育に関して、消費者教育推進法等の法律や「正しいお金の使い方」、「詐欺などから自分の身を守る」、「社会全体のためのより良いお金の使い方、使われ方」等の消費者教育の意義を踏まえた上で、リーダー会が認識している消費者市民社会への啓発などについて発表した。



3. リーダー会の活動紹介

① 和歌山大学単位互換科目「消費生活論」TA 活動について：小路 眞菜美

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について紹介した。また最終日はテクスピア大阪にてイベントも開催し、その準備や当日の様子についても発表した。



② 和歌山県「消費者教育講座」TA 活動について：福田 悠斗、和田 佳寿也

和歌山市中央コミュニティセンターにて、和歌山大学の岡崎裕教授による「自らの身を守り、公正で持続可能な社会の発展に寄与する消費者とは」という講義に TA として参加した。活動紹介では、その時の様子や様々な年代の方たちとの交流により得られたことなどについて述べた。



③ リーダー会のホームページによる情報発信について：戸嶋 陽向

リーダー会の広報部によるホームページ作成の進捗状況について報告した。また今後の方針として、誰でも気軽に見てくれるような分かりやすいホームページにしていきたい旨も伝えた。



4. 企業活動紹介：TOTO株式会社 お客様本部 谷一 暢樹 様

テーマ：『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』

水の消費による地球温暖化への影響や節水のメリットとデメリットなどの説明をしていただいた。またそれらに対する企業活動としての、グローバル環境ビジョンや中期経営企画、環境商品など環境を配慮した活動や消費者啓発のための顧客とのコミュニケーションの大切さなどについて述べられた。



5. ワークショップ：ファシリテーター 嶋田 南

テーマ：『水資源に対する消費行動を見つめ直そう！』

まず、第一のワークショップとして「水に対して私たちはどのような印象を持っているか」についてディスカッションを行った。このディスカッションの目的としては、日本人にとって当たり前となってしまう「水」という資源、それを一消費者として、一生産者としての見解や、昔と今とでの違いなどを考える場を設けるというものであった。



次に、そのディスカッションを基にキャッチコピーを作成することで、親しみやすく身近なものとして環境問題に目を向けられると考え、そのためのワークショップを行った。そして、そのキャッチコピーを5～6人ほどのグループごとに発表していただいた。

発表で出たキャッチコピーは以下のものであった。

- ・ちょっとまって!! そんなんやってんの日本だけで!!
- ・流れる水を 眺めるな
- ・蛇口を閉めて 未来の子どもの涙をとめよう ～明るい未来が開かれる～
- ・心にとどめて 水とめて
- ・あなたの節約が 未来を救う
- ・水は金なり
- ・節水を適水に

6. 閉会

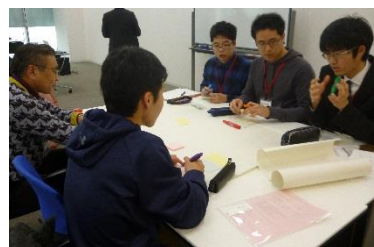
○全体振り返り：和歌山大学 教授 岡崎 裕

○挨拶：産学協働人材育成機構 AICE 企画運営委員長
鯨坂 恒夫（和歌山大学教授）

初めに、全体の振り返りとして、和歌山大学の岡崎裕先生から学生リーダー会の活動について、学生たちの目に見えての成長と今後への期待が述べられた。



続いて、鯨坂先生から、ここに参加している学生は、意識が高く行動もしている。学生リーダー会のような活動が続いていくことを期待すると述べられた。



(4) 大阪府消費者教育学生リーダー認定式

第3回企業×学生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	19名(7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	8/26、8/27 の養成講座の募集用チラシ	1000 部	・大阪府内大学 ・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	10/15、10/22 の養成講座の追加募集用チラシ	印刷なし	・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	・AICE 会員 13 大学にメール送信 ・本事業 HP へ募集掲載 ・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、学生リーダー会会員及び友人へメール送信 ・協力団体 ACAP、日本ヒーブ協議会へメール送信。各団体で会員企業へメール送信

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>

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

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～継続性のある仕組みづくりをめざして～は、平成28年度、平成29年度大阪府消費生活センター委託事業「大学生期における消費者教育推進事業」として採択されました！

News

平成29年度

2018.1.21 イベント
平成29年度 第3回 企業×学生交流会を開催しました！

2017.11.19 イベント
平成29年度 第2回 企業×学生交流会を開催しました！

2017.10.1 イベント
平成29年度 第1回 企業×学生交流会を開催しました！

2017.10.15,22 講座
平成29年度消費者教育リーダー養成講座 第2回 を開催しました！

2017.8.26-27 講座
平成29年度消費者教育リーダー養成講座 第1回 を開催しました！

2017.06 お知らせ
有限会社ダブル・ワークス及び産学協働人材育成機構AICEが平成29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！

平成28年度

2017.01.22 イベント
第3回 企業×学生交流会を開催しました！

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のメンバーが追手門学院大学の文化祭で消費者教育劇を上演しました！

2016.11.5 イベント
消費者教育学生リーダー会のメンバーが「大阪府消費者フェア」で消費者教育劇を上演しました！

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!



3. 大阪府消費者教育学生リーダー会独自ホームページによる広報

学生リーダー会の活動内容を広く知ってもらうために学生リーダー会専用ホームページを立上げ、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とした。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目指している。

学生リーダー会のホームページ（一般公開時期は検討中）

http://www.aice-p.com/consumer/student_leader/



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取引しない情報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、企業職員になったり、就職活動は社会生活の第一歩です。自己が働く業界の取引に関する知識を学んでおくことが大切です。日々の生活、消費で疑問を考えた時、消費者の大学生代表として、企画・学生交流を通じて消費者教育活動を広げていきます。幅広く活動の幅を広げることにもよりお待ちしております！

News

- 2018.1.22 イベント
[「大阪府消費者教育学生リーダー会」設立！](#)
- 2017.11.19 イベント
[「学生×企業交流」開催！学生リーダー会開催！](#)
- 2017.10.15, 22 開催
[「学生×企業交流」開催！学生リーダー会開催！](#)
- 2017.10.1 イベント
[「学生×企業交流」開催！学生リーダー会開催！](#)
- 2017.8.26, 27 開催
[「学生×企業交流」開催！学生リーダー会開催！](#)
- 2017.8.4 イベント
[「大阪府消費者教育学生リーダー会」設立！](#)
- 2017.7.5 イベント
[「学生×企業交流」開催！学生リーダー会開催！](#)
- 2017.4.22 イベント
[「学生×企業交流」開催！学生リーダー会開催！](#)
- 2016.11.27 イベント
[「学生×企業交流」開催！学生リーダー会開催！](#)
- 2016.11.5-6 イベント
[「学生×企業交流」開催！学生リーダー会開催！](#)
- 2016.11.5 イベント
[「学生×企業交流」開催！学生リーダー会開催！](#)
- 2016.11.2 特別編
[「学生×企業交流」開催！学生リーダー会開催！](#)
- 2016.10.29, 30, 11.12, 13 イベント
[「学生×企業交流」開催！学生リーダー会開催！](#)
- 2016.10.16 イベント
[「学生×企業交流」開催！学生リーダー会開催！](#)
- 2016.8.27 イベント
[「学生×企業交流」開催！学生リーダー会開催！](#)

ツイート

- 大阪府消費者教育学生リーダー会
「学生×企業交流」開催！学生リーダー会開催！
- 大阪府消費者教育学生リーダー会
「学生×企業交流」開催！学生リーダー会開催！
- 大阪府消費者教育学生リーダー会
「学生×企業交流」開催！学生リーダー会開催！
- 大阪府消費者教育学生リーダー会
「学生×企業交流」開催！学生リーダー会開催！
- 大阪府消費者教育学生リーダー会
「学生×企業交流」開催！学生リーダー会開催！
- 大阪府消費者教育学生リーダー会
「学生×企業交流」開催！学生リーダー会開催！
- 大阪府消費者教育学生リーダー会
「学生×企業交流」開催！学生リーダー会開催！
- 大阪府消費者教育学生リーダー会
「学生×企業交流」開催！学生リーダー会開催！

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	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16）

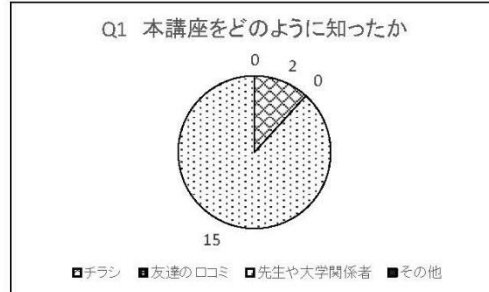
アンケート結果は、以下の通りであった。

平成29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

	第1回	第2回	合計
回答数	10	8	18

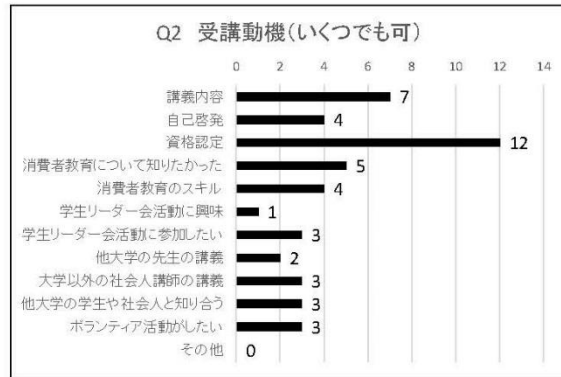
Q1 本講座をどのように知ったか

	第1回	第2回	合計
1 チラシ	0	2	2
2 友達の口コミ	0	0	0
3 先生や大学関係者	9	6	15
4 その他	0	0	0



Q2 受講動機(いくつでも可)

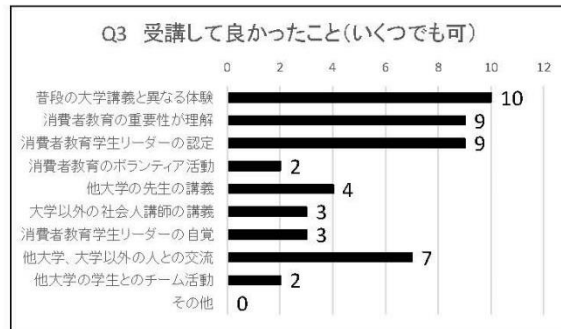
	第1回	第2回	合計
1 講義内容	2	5	7
2 自己啓発	1	3	4
3 資格認定	8	4	12
4 消費者教育について知りたかった	1	4	5
5 消費者教育のスキル	2	2	4
6 学生リーダー会活動に興味	1	0	1
7 学生リーダー会活動に参加したい	2	1	3
8 他大学の先生の講義	1	1	2
9 大学以外の社会人講師の講義	2	1	3
10 他大学の学生や社会人と知り合う	2	1	3
11 ボランティア活動がしたい	2	1	3
12 その他	0	0	0



(その他)
・先生にすすめられたから

Q3 受講して良かったこと(いくつでも可)

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



(上記以外にあればお書きください)
 ・消費者教育がどのようなものなのかわかった。
 ・企業の人に直接お話しが聞けたこと。
 ・消費者としての視点から社会を見て考えられた。
 ・来年から、小学校教員として社会に出ていこうと考えている。学校現場で、消費者教育を展開していけるような授業のイメージをもつことができた。

平成29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

(具体的に)

- ・休み時間をもう少しほしかった。
- ・特になし
- ・講義の時間が何度も前後したこと
- ・資料が少し味けなく、見づらかった。
- ・話がわからないことが多々ありました。同じことを何度も話していて、一番何を私たちに伝えたいのかが分からなかったです。
- ・もっとわかりやすく説明して講義してほしい。

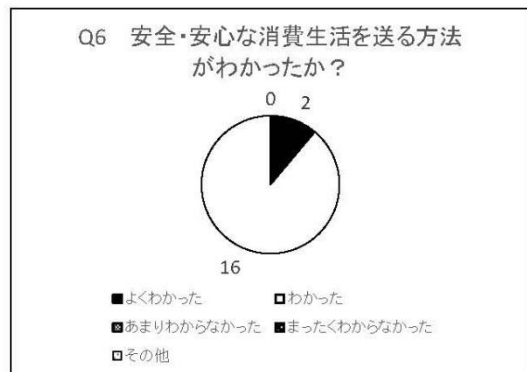
Q5 消費者教育学生リーダーによる消費者教育普及啓発活動についてどう思いますか？

(具体的に)

- ・消費者教育普及啓発活動というのを聞いたことがなかったので、もっと多く活動していったほうが名前を広げられると思う。
- ・学生リーダーが活動することで大学内のネットワークができ、それを越えたネットワークもできると思う。
- ・消費者教育学生リーダー一期生の人達に話を聞いていると、この活動はとても社会に良い影響を与えていると思いました。
- ・消費者各自が自分の身を守るようになるためにも、もっとこの活動が広がってほしいと思う。
- ・消費者教育のことを知らない人はたくさんいると思うから、とてもいいと思う。
- ・自分たち一人一人が自主的に取り組むものである。
- ・教える方も教えられる方も、いい体験になると思う。
- ・自分の成長にもつながる活動ができるので、とても良いと思う。
- ・良いことだと思いますが、学生もさらには企業の方々も知らないことがあるので、もう少し広められたらいいのかなと思います。
- ・このような取り組みは大人が学生に対して取り組んでもあまり進まないと思うので、同世代の学生が学生に取り組んだ方が良いと考える。
- ・消費者教育は必要だと思う。
- ・大学生等の若い世代の人は、同世代の人から啓発されることで、より身近に感じ、考えられそうで良いと思います！
- ・企業との関わりをもちながら、自分たちで企画を考えながら活動できるところがいいと思いました。
- ・インターネットの普及によって、トラブルなどが増え、社会問題になっているので、社会からとても必要とされると思います。
- ・こらからの社会にとって、必要になると思います。

Q6 安全・安心な消費生活を送る方法がわかったか？

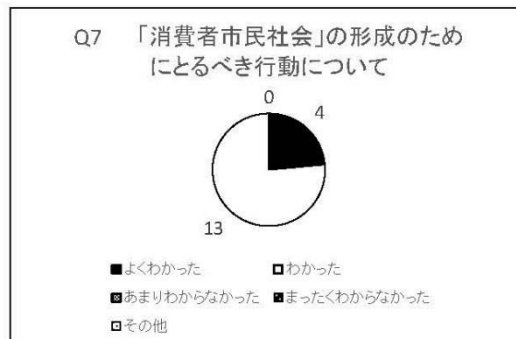
	第1回	第2回	合計
1 よくわかった	1	1	2
2 わかった	9	7	16
3 あまりわからなかった	0	0	0
4 まったくわからなかった	0	0	0
5 その他	0	0	0



平成29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

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

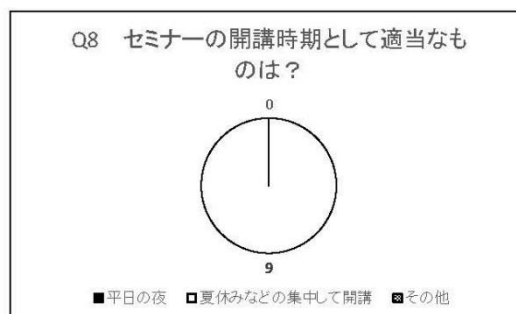
	第1回	第2回	合計
1 よくわかった	2	2	4
2 わかった	7	6	13
3 あまりわからなかった	0	0	0
4 まったくわからなかった	0	0	0
5 その他	0	0	0



Q8 セミナーの開講時期として適当なものは？

	第1回	第2回	合計
1 平日の夜	0	3	3
2 夏休みなどの集中して開講	9	5	14
3 その他	0	0	0

(その他)
・土日の2日間



Q9 自由な意見

・館内でも飲食可能にしてほしい。

(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」(88%)が圧倒的であり、次に「チラシ」(11.7%)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」(67%)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」(39%)、「消費者教育について知りたかった」(28%)と続き、消費者教育への関心の高い学生は三分の一程度で、昨年度より低かった。
- ・続いて、「自己啓発」(22%)、「消費者教育スキル」(22%)、「学生リーダー会活動に参加したい」(17%)、「他大学の学生や社会人と知り合う」(17%)、「大学以外の社会人講師の講義」(17%)と続いた。昨年度に比べて、「学生リーダー会活動に参加したい」人が

増えていたのは、学生リーダー会活動のことを知って参加した学生がいたことを意味する。学生リーダー会活動を広く知ってもらうことが受講生の増加につながる可能性がある。また、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」(56%)、「消費者教育の重要性が理解」(50%)、「消費者教育学生リーダーの認定」(50%)、「他大学、大学以外の人との交流」(39%)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。

(不満だった点)

- ・休み時間をもう少し欲しいという意見があり、もう少し余裕があったほうがよいかもしれない。
- ・資料が味気なく、見づらかったという意見があった。資料の工夫も今後検討する必要があるかもしれない。

(消費者教育普及・啓発活動)

- ・学生リーダー会が行っている普及啓発活動について、「消費者教育普及啓発活動というのを聞いたことがなかったので、もっと多く活動していったほうが名前を広げられると思う」、「学生リーダーが活動することで大学内でのネットワークができ、それを超えたネットワークもできると思う」、「消費者教育学生リーダー一期生の人達に話を聞いていると、この活動はとても社会に良い影響を与えている」といった意見があり、学生リーダー会の活動に意義を見出していた学生が多かった。
- ・普及啓発活動は、「教える方も教えられる方も、いい体験になる」、「自分の成長にもつながる活動ができるので、とても良い」というように、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。
- ・「企業との関わりをもちながら、自分たちで企画を考えながら活動できるところがいい」というように、本講座の消費者教育の特徴を理解している意見が見られた。

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三分の一程度参加していた。
- ・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. 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）

調査紙は、第1回目、第2回、第3回とも同じ質問紙を使用した。
アンケート結果は、以下の通りであった。

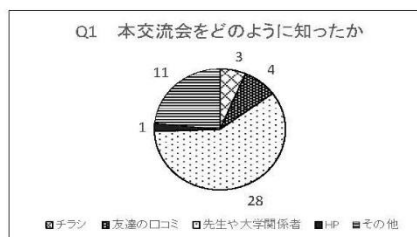
第1回～第3回 企業×学生交流会 参加者アンケート集計結果(学生)

2017/10/1
2017/11/19
2018/1/21

	第1回	第2回	第3回	合計
回答数	5	17	25	47

	第1回	第2回	第3回	合計
1 チラシ	2	0	1	3
2 友達の口コミ	1	1	2	4
3 先生や大学関係者	2	9	17	28
4 HP	0	1	0	1
5 その他	0	6	5	11

・リーダー会
・和歌山大学の「消費生活論」単位互換で



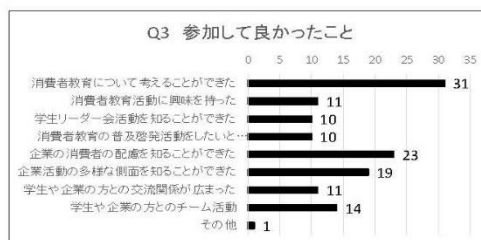
	第1回	第2回	第3回	合計
1 交流会の内容	2	3	7	12
2 自己啓発	1	3	4	8
3 企業の話	2	5	4	11
4 消費者教育について知りたい	2	3	6	11
5 消費者教育のスキルを身につけたい	2	6	5	13
6 リーダー会活動に興味	1	2	3	6
7 他大学の学生や社会人と知り合う	1	5	3	9
8 ボランティア活動がしたい	0	0	1	1
9 友人や先生に誘われた	1	4	6	11
10 その他	0	2	3	5

・リーダー会だから
・和歌山大学の「消費生活論」の授業で紹介をうけて



	第1回	第2回	第3回	合計
1 消費者教育について考えることができた	4	8	19	31
2 消費者教育活動に興味を持った	0	5	6	11
3 学生リーダー会活動を知ることができた	2	3	5	10
4 消費者教育の普及啓発活動をしたと思った	2	4	4	10
5 企業の消費者の配慮を知ることができた	3	8	12	23
6 企業活動の多様な側面を知ることができた	2	7	10	19
7 学生や企業の方との交流関係が広がった	0	4	7	11
8 学生や企業の方とのチーム活動	1	6	7	14
9 その他	0	0	1	1

・企画の経験をする事ができた。



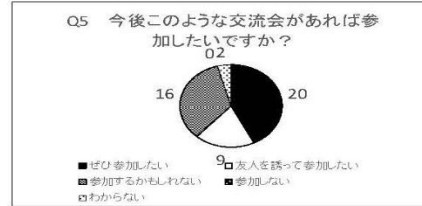
Q4 参加してみて不満だったことは？(具体的に)

- ・特になし
- ・参加人数が思った以上に少なかったこと。各自責任を持ってほしい。
- ・なし
- ・色の出にくいベンが何本もあった。
- ・学生の言葉遣い(企業の方に対して)
- ・少し段取りがぐだぐだしてしまっ
- ・不満なんではないが、アドバイスをする事前に班分けをしていた方が良かったかも！
- ・時間をしっかり配分して欲しい。
- ・学生リーダー会におけるTA活動などに関するレジュメがあれば良いと思った。
- ・他の企業の方々と交流する機会が欲しかった。参考資料がもう少し欲しい気がした。
- ・話し合いの時間が少ない

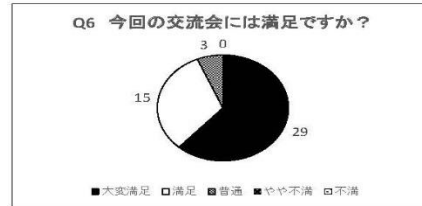
第1回～第3回 企業×学生交流会 参加者アンケート集計結果(学生)

2017/10/1
2017/11/19
2018/1/21

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	合計
1 ぜひ参加したい	3	9	8	20
2 友人を誘って参加したい	0	2	7	9
3 参加するかもしれない	2	5	9	16
4 参加しない	0	0	0	0
5 わからない	0	1	1	2



Q6 今回の交流会には満足ですか？	第1回	第2回	第3回	合計
1 大変満足	3	11	15	29
2 満足	2	5	8	15
3 普通	0	1	2	3
4 やや不満	0	0	0	0
5 不満	0	0	0	0



Q7 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。

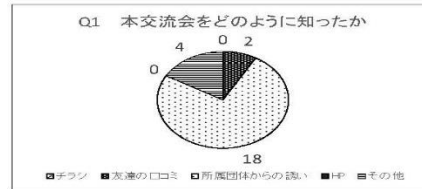
- ・企業の方とたくさん話することができ、楽しく、いろんなことを知れて、よかったです。
- ・企業の方々の意見や考え方を知る事が出来て良かったです。個人的には、越智さんの話は、物作りの考え方が強く伝わってきて、とても良かったです。
- ・名刺を作ってもらったのはいいけど、名刺交換で困惑した。
- ・学生が真剣に消費者教育に向き合っていくことは、とても良いと思いますので、これからもやりたいです。
- ・食品の保存について、一人では出てこない話が出来た。貴重な機会だった。
- ・もう少し企業側の話が聞きたい。
- ・食品の消費知識を知ることができた。
- ・余裕のあるタイムスケジュールを心掛けてほしいです。
- ・2期生の皆様、資格認定おめでとうございます！ 一人一人がしっかりしていると感じました！ これから一緒に頑張りましょう！
- ・みなさんとてもしっかりしていて、驚きました。和歌山の方が相変わらず多い。
- ・他の人に広めることがとても大切で、難しいことだと学びました。啓発活動に努めたいと考えています。
- ・良い経験ができました。ありがとうございました。

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)

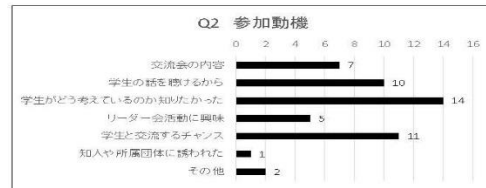
2017/10/1
2017/11/19
2018/1/21

回答数	第1回	第2回	第3回	合計
	8	10	6	24

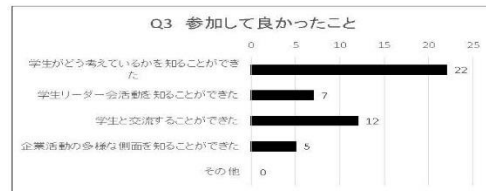
Q1 本交流会をどのように知ったか	第1回	第2回	第3回	合計
1 チラシ	0	0	0	0
2 友達の口コミ	0	1	1	2
3 所属団体からの誘い	7	7	4	18
4 HP	0	0	0	0
5 その他	1	2	1	4



Q2 参加動機	第1回	第2回	第3回	合計
1 交流会の内容	4	2	1	7
2 学生の話を知れるから	3	5	2	10
3 学生がどう考えているのかわりかかった	6	4	4	14
4 リーダー会活動に興味	2	3	0	5
5 学生と交流するチャンス	4	6	1	11
6 知人や所属団体に誘われた	0	1	0	1
7 その他	0	1	1	2



Q3 参加して良かったこと	第1回	第2回	第3回	合計
1 学生がどう考えているかを知ることができた	8	8	6	22
2 学生リーダー会活動を知ることができた	2	1	4	7
3 学生と交流することができた	3	6	3	12
4 企業活動の多様な側面を知ることができた	2	2	1	5
5 その他	0	0	0	0



Q4 参加してみて不満だったことは？(具体的に)

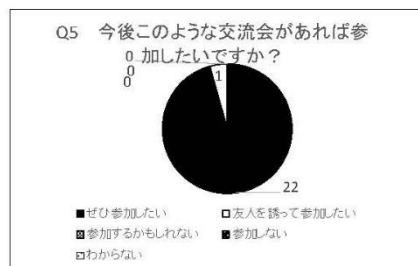
- ・学生の参加数がもう少し増えれば、より良い会になると思います。
- ・特になし
- ・学生の数が増えたら良い
- ・活動紹介の時間配分(内容は良いと思います)

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)

2017/10/1
2017/11/19
2018/1/21

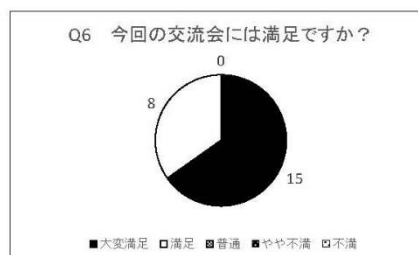
Q5 今後このような交流会があれば参加したいですか？

	第1回	第2回	第3回	合計
1 ぜひ参加したい	8	8	6	22
2 友人を誘って参加したい	0	1	0	1
3 参加するかもしれない	0	0	0	0
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	合計
1 大変満足	4	5	6	15
2 満足	4	4	0	8
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。

- ・もっと活動を広げて、たくさんの人を集めてほしいです。活動、がんばってください。
- ・いつもながら、学生の皆さんが消費や生活について真剣に考えておられ、活動されていることに感心した。もっともっと交流の輪を広げていただきたいと思います。
- ・毎回よくなりました。
- ・皆様のような高い意識をより多くの学生に、どう伝えていくのか、そこを考えると大事だと思いました。企業の現場、見に来て下さい。
- ・活動には好感を持ち、ぜひ、活発に行って欲しいです。
- ・もっと活動の輪を広げて行って欲しい。
- ・とても楽しく、勉強になりました。ありがとうございました。
- ・とても良い会でした。ありがとうございました。
- ・貴重な機会をありがとうございました。
- ・大学生の方々がいきいきと活動されていて、とても感動しました。
- ・学生の皆さんの「すばらしさ」に触れることができました。ありがとうございました。
- ・今後も、微力ながら協力させて頂ければと考えています。宜しくお願いします。
- ・キャッチコピーを考えるというグループワークは良かった。
- ・様々な方と交流する非常に良い機会となりました。水資源に対して、見直さなければいけない点が多くあると再認識いたしました。本日は、本当にありがとうございました。
- ・企業の活動を知っていただく機会を頂け、大変有難く思います。沢山の人を巻き込んで更に大きい活動にしていけるよう企業の立場から協力して参りたいです。

(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、「先生や大学関係者」(58%)がほとんどであった。「友だちの口コミ」(9%)や「ちらし」(6%)は、今年度は期待した効果が得られなかった。

(参加動機)

- ・最も多かったのは、「消費者教育のスキルを身につけたい」(28%)で、「交流会の内容」

(26%)、「企業の話」(23%)、「消費者教育について知りたい」(23%)、「友人や先生に誘われた」(23%)、「他大学の学生や社会人と知り合う」(19%)、「自己啓発」(17%)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」(23%)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」(66%)、「企業の消費者の配慮を知ることができた」(49%)、「企業活動の多様な側面を知ることができた」(40%)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チーム活動」(30%)、「学生や企業の方との交流関係が広まった」(23%)、「消費者教育活動に興味を持った」(23%)、「学生リーダー会活動を知ることができた」(21%)、「消費者教育の普及啓発活動をしたと思った」(21%)であった。交流会では、企業や学生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」(43%)人、「参加するかもしれない」(34%)人を合わせると77%の人が今後の参加への可能性が高かった。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19%に伸びた。昨年度は0%だったことを考えると、学生が友だちも誘って参加したくなるような内容に少し近づいたのかもしれない。
- ・「大変満足」(62%)、「満足」(32%)と、ほぼ全員から満足の結果が得られた。

(自由記述)

- ・企業の方とたくさん話すことができ、楽しく、いろんなことを知れて、よかった。
- ・企業の方々の意見や考え方を知る事が出来て良かったです。個人的には、越智さんの話は、物作りの考え方が強く伝わってきて、とても良かったです。
- ・学生が真剣に消費者教育に向き合っていくことは、とても良いと思いますので、これからもやりたい。
- ・食品の保存について、一人では出てこない話が出来た。貴重な機会だった。
- ・もう少し企業側の話が聞きたい。
- ・食品の消費知識を知ることができた。
- ・2期生の皆様、資格認定おめでとうございます！一人一人がしっかりしていると感じました！これから一緒に頑張りましょう！

- ・みなさんととてもしっかりしていて、驚きました。和歌山の方が相変わらず多い。
- ・他の人に広めることがとても大切で、難しいことだと学びました。啓発活動に努めたいと考えている。
- ・良い経験ができました。ありがとうございました。
- ・名刺を作ってもらったのはいいけど、名刺交換で困惑した。
- ・余裕のあるタイムスケジュールを心掛けてほしいです。

【企業】

(広報)

- ・交流会を知るきっかけは、「所属団体からの誘い」(75%)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」(58%)で、「学生と交流するチャンス」(46%)、「学生の話聴けるから」(42%)、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」(92%)、「学生と交流することができた」(50%)、「学生リーダー会活動を知ることができた」(29%)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。また、昨年度は「学生リーダー会活動を知ることができた」がかなり多かったが、学生リーダー会活動を知っていた人の参加が増えているためだと思われる。

(参加して不満だったこと)

- ・学生の参加数がもう少し増えれば、より良い会になる。
- ・活動紹介の時間配分(内容は良いと思います)

(今後の参加、満足度)

- ・「是非参加したい」(92%)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」(63%)、「満足」(33%)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。

(自由記述)

- ・もっと活動を広げて、たくさんの人を集めてほしいです。活動、がんばってください。
- ・毎回よくなりました。
- ・皆様のような高い意識をより多くの学生に、どう伝えていくのか、そこを考えることが大事だと思いました。企業の現場、見に来て下さい。
- ・活動には好感を持ち、ぜひ、活発に行って欲しいです。

- ・もっと活動の輪を広げて行って欲しい。
- ・とても楽しく、勉強になりました。ありがとうございました。
- ・とても良い会でした。ありがとうございました。
- ・貴重な機会をありがとうございました。
- ・大学生の方々がいきいきと活動されていて、とても感動しました。
- ・学生の皆さんの「すばらしさ」に触れることができました。ありがとうございました。
- ・今後も、微力ながら協力させて頂ければと考えています。宜しくお願いします。
- ・キャッチコピーを考えるとというグループワークは良かった。
- ・様々な方と交流する非常に良い機会となりました。水資源に対して、見直さなければいけない点が多くあると再認識いたしました。本日は、本当にありがとうございました。
- ・企業の活動を知っていただく機会を頂け、大変有難く思います。沢山の人を巻き込んで更に大きい活動にしていけるよう企業の立場から協力して参りたいです。

【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、「先生や大学関係者」がほとんどであった。もっと、学生リーダー会の学生の口コミを活用できるようにすることが必要なことが分かった。
- ・消費者教育のスキルを学びたいという意識を持って参加する学生が増えており、消費者教育が参加学生の意識を高めていることが分かる。
- ・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。
- ・是非参加したい人や参加するかもしれない人が多く、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。
- ・友だちを誘って参加したい人が増えており、本活動の広がりを進めていくためにも、友だちネットワークを活用することが重要であることが分かった。
- ・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、学生リーダー会のメンバーへの高い評価が目立った。
- ・交流会の段取りについて、具体的な指摘が出てきた。2年目になったことから改善していくことが求められている。

<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大いに期待していることが分かった。
- ・学生の考えや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、今後の参加を希望する人がほとんどで、企業の方の満足度が高かったことが分かった。
- ・2年目となった学生リーダー会活動に対して、成長を認めていただいていることが分かった。
- ・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、熱意や姿勢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。
- ・第3回交流会では、ワークショップの最後に「キャッチコピー」をチームで発表しあったことが評価された。ワークショップで具体的なアウトプットがあるとよいことが分かった。
- ・企業の方からは、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。

【企業について】

- ・企業や団体は学生と関わりを持つことを参加動機としており、参加して良かったこととしても、学生との関わりを持てたことであった。交流会は消費者教育を通して学生の話や考えを聴ける良い機会だと思っている可能性がある。
- ・不満だったことに、学生の参加人数の少なさが挙げられている。企業や団体はよりたくさんの学生と関わりを持ちたいと思っているのか、よりたくさん話を聴きたいのかはわからないが、まだ満足をしていない人もいる。企業や団体がなぜ学生と関わりたいのか、学生の考えを聴きたいのか、またどんなことを聴きたいのかなど具体的なニーズを把握することも必要である。
- ・解決方法として、1つはたくさんの学生を集める。学生の数で満足を得ることを目指し、リーダー会のメンバー以外にも参加してもらえるように宣伝を行う。もう1つはこのままの人数で満足を得る。学生との関わり方の質で満足を得ることを目指し、1人1人と深く話すことができる機会や、参加している学生のほとんどと関わりを持つ機会をつくる。
- ・会として学生と企業、団体との関わる機会をつくるのも必要だが、リーダー会のメンバ

一自らが自分の意見を発信していこうとする気持ちも重要である。

【交流会から見えたこと】

■ 自分の役割以外はあまり知らない

自分以外の役割はあまり知らないようだった。完全に分担されていると周りから協力を得たいときに、1 から情報共有する必要があるったり、協力してもらいにくかったりと進めにくくなる可能性がある。情報共有できる仕組みが必要だと感じた。

■ リハーサル（練習）必要

ぶっつけ本番ではうまくいかないことが多い。リハーサルを何人かで実施して本番までに問題点や改善点を見つけ、より良い会になるようにするべきだと思った。

■ メンバー同士でより知ってほしい

せっかく大学も学年も違う大学生が大人数集まっているので、学生同士でも交流を深めてほしい。

■ トラブルが起きた時の想定・トラブルが起きないようにする方法が必要

何事もうまくいくとは限らない。うまくいかなかったとき、予定通りにいかなかったときにどうするかをあらかじめ決めておくと、問題に直面したときに対応でき、対策もできる。

第4章 今後への展望

1. 大阪府消費者教育学生リーダー会の自立化への可能性

昨年度、主体的に継続して消費者問題に関する啓発等を行うことができる学生組織の仕組みとして「大阪府消費者教育学生リーダー会」が発足した。今年度は、発足した学生リーダー会が継続できる体制づくりとして、学生リーダー会組織づくりを行った。しかし、今後、大阪府からの事業費が提供されなくなったときのことを考えると、継続できるだけでなく、自立した活動や組織づくりが求められる。

活動については、本事業の下で学生リーダー会活動が行われていることから、すべてが自立した活動になってはいない。しかし、最近になって学生リーダー会の中から、勉強会を独自に開催したい、学生リーダー会のホームページを作成できるようになりたいのでスキルを磨きたい、他の学生を巻き込むためにホームページを活用していく、等の学生の積極的な関わりを示す発言が出てきた。これは、学生リーダー会が自分たちの組織であり、自分たちの考えで活動したいという意識の高まりを示すものと言える。

組織づくりの中で、広報部が動き出した。学生リーダー会専用のホームページの設計から見せ方、コンテンツに至るまで、広報部メンバーが意見を出し合いながら検討している。自分たちが責任を持って作り出そうとする姿勢が、自立への道を歩き始めたように思われる。

今年度は、他の団体から学生リーダー会への協力依頼が3件あった。渉外部が動き出す前のオファーだったことから、本事業の事務局が窓口となった。しかし、渉外部のメンバーが決まったことから、今後は、学生リーダー会の顔となって対外的な交渉に当たる予定である。広報部と同様に、外部交渉に対して責任を持って当たることが始まると、立場が人を作るように自然と自立した意識と責任感が醸成されてくることが期待される。

このように、組織化されたことで、学生リーダー会が自分たち自身の組織であることへの自覚が生まれることにより、学生リーダー会を自分たちの組織として自立への自覚が生み出されることを期待したい。

そのためには、第2章第2節2に記載したように、活動の基盤となる定まった拠点が欲しいとの声が、学生から出ている。学生リーダー会が自立した組織にでき上がっていくためには、活動基盤となる拠点は重要な要素になる。対応を検討する必要があるだろう。

学生リーダー会の自立化については、今のままでは難しい。しかし、一方で学生の意識の醸成を図り、他方で、その学生の活動を支える活動基盤となる拠点づくりは必要となる。企業からの期待も大きく、何より学生たち自身の意識の高まりから、今後の継続への期待は高い。この期待にどう応えていくかが大きな課題である。

2. 今後に向けた大阪府消費者教育学生リーダー会と企業との連携

消費者教育が、従来の被害にあわないための個人に依拠するものから、持続可能な社会の実現に向けた社会性を含んだ市民意識や行動の変容を促すものを新たな軸に加えたことから、消費者教育は、これからの社会がどんな社会で在りたいのか？どんな社会で在って欲しいのか？を共に考え、それを行動に移していこうとする意識や態度を醸成するための基盤となる力をもつと考える。

そこで、今後、消費者教育を進めていくにあたり、これまで本事業に全面的にご協力いただいている消費者関連専門家会議 ACAP を初めとする企業と学生リーダー会が連携することで広がる可能性について、考えてみたい。

本事業で立ち上げた「大阪府消費者教育学生リーダー会」は、独立した学生組織として大阪府消費生活センターから認知されている。学生リーダー会が発信するメッセージは、「一人ひとりの行動は小さなものかもしれないが、それが集まると大きな社会の問題を解決したり、社会を動かす大きな力になる」という思いである。それは、持続可能な社会の実現を目指すために、私たち一人ひとりとはどんな行動をすればよいか、について生産者と一緒に考えようとする姿勢に貫かれている。その態度は、SDGs12 番目「つくる責任 つかう責任」を実現するために、市民一人ひとりを巻き込む行動に通じるものだと強く感じる。

SDGs 実現に向けてのステークホルダーの主役は、企業と自治体という。ACAP に参加されている企業は、消費者志向経営に移行し始めている企業が多いと聞く。そうした中で、学生リーダー会と ACAP との連携は、消費者と生産者という構図を一步超えた市民（学生）を巻き込む取組になっている。中でも、交流会で行っていることは、「消費者」と「企業」が両輪として、持続可能な社会の実現を目指す姿勢を明確に打ち出したものである。このことから、消費者と生産者が共に考え、行動する場を提供し、市民を巻き込んだ取組モデルとして位置づけることができるのではないかと。

学生リーダー会と企業との連携がもたらすものは何か。それは、従来のように消費者と生産者が対立的な構図に位置づけられるのではなく、「消費者」と「企業」が両輪としてお互いをより理解することで、相互の利益に適ったそれぞれの活動や行動をもたらしするための地道な第一歩である。先の学生リーダー会が発信するメッセージは、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る。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。地道な第一歩とはいえ、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。学生の言葉は、もし他の学生たちを巻き込んでいくような活動になるのであれば、それは、昨年度に学生が制作した啓発パンフレットの表紙を飾っている言葉「変革」をもたらしだそう。

学生リーダー会が自立した道を進むためには、基盤となる活動拠点づくりが1つの大きな課題となっている。この拠点づくりに企業との連携の形がみえるようにならないか。そのためには何が必要なのか、改めて考えていきたい。

3. 消費者教育学生リーダー養成事業の展望

(1) 消費者教育の本質

消費者教育は、それが「教育」と称する限り人のこころをあつかう働きであると思う。日常生活のなかで、私たちの人としての心が揺さぶられるのは、世界がいかにグローバル化、情報化しようとも、それは「モノ」や「カネ」ではなく、やはり自分以外の「ヒト」の想いと出会った時である。仕事柄「教育」を生業とする私たちは、「理系・文系」など、学問の分野によって便宜的に細分化された内容を、学校やその他の教育機会を通じ、他の人々に発信する。そしてこれを受け、多くの学び手たちが自分自身の発展のため、それぞれの力を尽くす。ただ、教育基本法が示す如く、そもそも教育とは「平和で民主的な国家及び社会の形成者」を育成するものであって、単に技術や知識を伝えるだけでなく、それらを通じてより良い社会の発展を目指す、それは高い倫理性と社会性を伴った作業なのである。

そうした前提に立ち、平成29年度『大学生期における消費者教育推進事業』の総括にあたって、私たちは今後これとどのように向き合い、更にどのように発展させてゆくべきなのか、具体的な方法とともに考えてみることにする。

(2) 「消費者市民」ということ

平成24年に施行された「消費者教育の推進に関する法律（消費者教育推進法）」では、その第2条（定義）において「消費者市民社会の形成に参画する」という表現によって、単に消費生活に関する知識の修得にとどまらない「行動に結び付けることができる実践的な能力」を求めている。続く翌年の「消費者教育の推進に関する基本的な方針（基本方針）」（閣議決定）では、具体的施策における指標として「自立した消費者」、「行動する消費者」など、極めてポジティブな教育的目標を設定するとともに、それらを通じた「公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する」市民性の実現を目指すことが記されている。またここにおいて消費者教育は、必ずしも従来の「生産（あるいは販売）⇨消費」という対比的・対立的に捉えられる社会関係を前提としたものとしてではなく、消費者自身が自律的に考え行動する主体であり、その先には、個々の立場を超えて「公正かつ持続可能な社会」という社会全体の共通利益を求める、というような積極的市民のイメージで捉えられている。そのうえで、消費者を含む社会全体において「各主体が情報を共有し、自らが行う取組の位置付けの理解を進めながら相互の連携・協働を図っていく」とされており、市場におけるそれぞれの立場を超えた、「対立から協調へ」の方向性が示されているのである。

(3) 消費者教育におけるステークホルダーと地域社会

それでは具体的にどのようにすれば、そうした協調は可能になるのだろうか。私はここに、「地域」という概念を一つの有効な切り口として提示したい。すなわち、社会におけるそれぞれの立ち位置（「肩書き」あるいは「従属集団」？）に殊更に拘るのではなく、それぞれがどのような立場であれ、人間として物理的に生きざるを得ない「生活空間としての地域」を軸に、そこに生きるひと、そしてそこに在る組織や団体が、それぞれが共有する空間において調和のとれた形で共存することをイメージする。企業や行政組織、学校、市民団体、あるいは個々の人々が、お互いにそれぞれの立場を理解し、共存共栄を図るイメージモデルである。

一見、理想論に見えるこうしたモデルは、実は一般的コミュニティ理論の基礎でもある。その具体的なあり方については、メルティングポット（るつぼ）→サラダボール→パッチワーク→リゾーム（地下茎）と、イメージは社会の発展とともに変遷し、その現在形こそが先に示した消費者教育基本方針における「各主体が情報を共有し、自らが行う取組の位置付けの理解を進めながら相互の連携・協働を図っていく」というものに他ならない。立場を越えた「協調」への手がかりをここにも見ることができるのである。

(4) 消費者教育学生リーダー養成に関する実践プログラム

いま「大学」は、社会情勢の変化なかでその存立の意義を問われており、多くの場合、「地域貢献」にその活路を求め奮闘している。私が所属する和歌山大学においても、現在『地域と融合』し、地域の発展に寄与する学術研究を推進し、地域創生を牽引する人材を育成することを大きな目標に掲げている。地域における人材育成とは、地域社会の持続的発展を託しうる積極的市民（Active Citizen）の育成に他ならず、資本主義社会における積極的市民、すなわち「消費者市民」の育成は、自ずと大学における教育目標となり、またそれは「地域貢献」活動としての主要な課題となるのである。こうした理解のもと、近年私たちは大阪府の事業に先立ち幾つかの実践的プログラムに取り組んできた。

平成 25 年度「消費者市民社会の構築にむけた小・中・高・大学向けの消費者教育プログラムの開発」

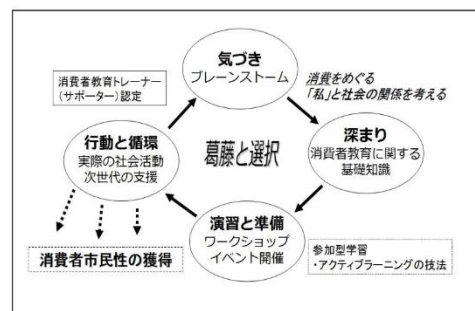
平成 26 年度「地域における消費者教育の担い手育成～市民向け養成講座・大学教育を通じて～」

平成 28 年度「単位互換制度を活用した大学教育課程への普及拡大及び商店街活性化消費者教育モデルの構築」

ここにあげた一連の取り組みは、いずれも大学生をその活動の中心に位置づけ、消費者教育を軸にしながら、そこから社会の様々な人々との出会いを通して、それぞれの持続的発展に繋げることを目指す取り組みである。ここに示した一連のプログラムに共通する基本構造として、私たちは右図に示すような「循環型」教育モデルを位置付けている。

取り組みの初期にあたって、消費者教育はもとより、消費生活に関する客観的認識すら持

たない一般の大学生を対象として、活動は、彼ら自身の生活を振り返らせるところから開始する。消費者教育推進法をはじめとした公的（法的）知識を身につけたうえで、ワークショップやイベントなど具体的な活動を通して、また一人一人の積極的な関わりのなかで消費者教育に関する認識を深めてゆく。そして今度は彼ら自身が、次の消費者教育の学習サイクルにおいて、リーダーやファシリテーターといった、教える立場から関わってゆくのである。



<消費者教育における循環型学習モデル>

一連のプロセスにおいて登場する主体（アクター）は、基本的には地域社会において実際に会える人や組織であり、それは学校、行政、企業、団体、あるいは近隣の人々である。そこには、コミュニティを平和で公正かつ持続的に発展させようとする地域の人々の想いが存在する。こうした「公正かつ持続可能な社会」の実現を目指す共通の想いが人々の共通の価値観となり、かくして地域社会における消費者教育の実務を通じて、大学生は「対立」ではなく「協調」を学ぶのである。こうした私たちの取り組みを通して、既に一定数の「消費者教育サポーター」、「同トレーナー」を育成してきた。

そして今回の、平成 29 年度『大学生期における消費者教育推進事業』においては、こうした取り組みを発展させ、消費者市民としての認識を深めた大学生の層を拡大し、組織的に大阪の「消費者教育学生リーダー」を育成すること、そして行動する若き消費者市民の広域的組織化を図ることが最大の目標であった。

（5）平成 29 年度『大学生期における消費者教育推進事業』の意義

本事業の趣旨は、大阪府内に在住（あるいは大阪府所在の大学に在籍）する大学生を広く「消費者教育」推進の担い手として育成し、その組織化を図ることであると認識している。平成 24 年 12 月の消費者教育推進法において求められた「消費者市民社会」の構築を推進にあたり、次代における消費者教育の担い手を育成することは不可欠の要件であり、一方で「大学生」とは、その直ぐあとに「社会人」としての生活が予定されていて、「子ども」と「大人」、「学生」と「社会人」、「若年」と「成年」、といった世代的・社会的枠組み集団の中間点に位置する立場にあり、近い将来において我々の社会を実質的に担う人材として彼らの中にリーダーを育成することは極めて効果的な戦略といえよう。「社会に開かれた教育課程」が求められる現代において、ボランティアなど市民社会の構築に向けた積極的貢献が期待される層でもあり、こうした大学生を中心とした若年層を対象とした消費者教育カリキュラムを通じ、その課程修了者によるネットワークを、在籍する大学を越えて組織することによって、今後消費者教育は新しい段階に入ったと言える。今後は、さらに広域的な連携システムを構築し、我が国の社会全体としての積極的「消費者市民」の育成体制を確立したいと考える。

（6）消費者市民教育における企業との連携～まとめに代えて

辞書的な意味において「消費」は、「生産」に対置されるものとして「使って無くする」と

いう意味と、「販売」に対する言葉として、モノやサービスの「購入」というような意味に分かれる。特に後者の意味において、私たち消費者は「企業」と対峙し、それが資本主義的な対立関係に置かれているのだと認識する。ただ、利潤追求を至上命題とするように思われる「資本主義」自体も、実際には歴史的に多様な広がりがあった。例えば、第一次大戦後のドイツ、ワイマール期において発展した「規範的経営学」（ドイツでは「経営経済学」）においては、単に財務的に「上手い」だけでなく、社会的に「良い」経営が語られてきた。その流れはアメリカにおけるドラッカーらによる「マネジメント」理論につながり、さらにその潮流はフィランソロピーや CSR へと連なってゆく。こうした動きを、企業による社会への歩み寄りと捉えるならば、消費者に対して社会性を求める「消費者（市民）教育」は、消費者による社会への歩み寄りと見ることができよう。「産」でなく「民」でもなく、またもちろん「官」でもなく、「公」や「共」を共通項にした新しい歩み寄りのプラットフォームとして、私たちは「消費者教育」を位置づけることができる。

最後に、では具体的に何を持って社会共有の目的、あるいは価値観とすべきなのか示しておきたい。西暦 2000 年 9 月、ニューヨークの国連本部で開催されたいわゆる「ミレニアムサミット」において採択された MDGs（ミレニアム開発目標）は、極度の貧困と飢餓の撲滅、普遍的初等教育の達成など、西暦 2000 年時点における世界の共通目標として 8 項目の課題を掲げた。そして 2015 年には、当初の予定に従ってその進捗の評価と設定課題の見直しを行い、現在「SDGs=Sustainable Development Goals(持続可能な開発目標)」として、よりシンプルな表現によって 17 の項目にまとめられ、現在の国際社会の共通課題として認識されるに至っている。これに合わせ、消費者基本計画工程表の改定（2017）においては「電力・ガス小売全面自由化への対応」や「成年年齢引下げに対する対応」等、社会情勢に対するリアルタイムな変更点を示すとともに、その筆頭に「持続可能な開発目標(SDGs)の推進」を位置付けている。SDGs は、人類の進歩と調和を目指す包括的な 17 の項目を用意しているが、その 12 番目には”Responsible Production and Consumption”、日本語では「つくる責任つかう責任」とされる消費と生産における責任に関する項目を用意している。私たち消費者教育に関わる者としては、これを私たちの価値基準において、その総論として受け止めたい。ただ実際の消費者教育の現場においては、学ぶ側、教える側、あるいは場を提供する側、これを促進する側など、それぞれの立場において扱う課題や到達点は自ずと異なってくるものであり、そうした意味からも、SDGs の他のすべての項目についても私たちにとっての共通の価値基準として位置付けたいと考える。

先の 2017 年消費者基本計画改定工程表では、「消費者と事業者の連携・協働」もまた新たな重要課題として付け加えられている。「対立から協調へ」、私たちはこのテーマを胸に、今後も継続して若者に対する消費者教育の実践に取り組んでゆく。

(和歌山大学 岡崎 裕)

代表構成員：有限会社ダブル・ワークス

構成員：産学協働人材育成機構AICE

〒591-8025 堺市北区長曾根町 130-42

さかい新事業創造センター100

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

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