

平成30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～自立化に向けたリーダー会の活動づくりを目指して～」

事業報告書

平成31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	19
第2節 大阪府消費者教育学生リーダー会が自立化に向 かう活動及び体制づくり	22
1. 活動の柱.....	22
2. ヒト(組織と役割)	23
3. 大阪府消費者教育学生リーダー会について.....	25
4. 大阪府消費者教育学生リーダー会登録者数.....	27
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) ...	28
6. 大阪府消費者教育学生リーダー会議.....	28
第3節 消費者教育学生リーダー認定	30
1. 認定要件.....	30
2. 認定の事務手続き.....	30
3. 大阪府消費者教育学生リーダー認定者数.....	31
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	32
1. 実施したボランティア活動について.....	32

(1) 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.....	34
(2) 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.....	36
(3) 追手門学院大学大学祭での消費者教育劇公演.....	39
(4) 放送大学、和歌山県、和歌山県立図書館主催連続公開講座.....	40
(5) 泉大津青年会議所主催 笑い体験で学ぶSDGs広場.....	40
(6) 大阪府消費者教育リーダー養成講座でのティーチング・アシスタント.....	41
(7) 大学のゼミ・授業での消費者教育の実施.....	42
第5節 企業×学生交流会の開催	43
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.....	43
(1) 第1回交流会.....	46
(2) 第2回交流会.....	50
(3) 第3回交流会.....	54
(4) 大阪府消費者教育学生リーダー認定式.....	59
(5) 平成28年度～平成30年度3年間の交流会を振り返って.....	60
第6節 啓発活動・広報活動.....	63
1. 大阪府消費者教育学生リーダー会自主勉強会による啓発活動.....	63
2. 日本消費者教育学会での大阪府消費者教育学生リーダー会発表...	65
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情報発信.....	66
4. チラシ等による広報.....	68
5. ホームページによる広報.....	68
第3章 取組に対する効果の検証.....	70
1. 効果検証のための調査について.....	70
2. 「養成講座受講者アンケート」から見た効果の検証.....	70
(1) アンケート結果	70
(2) 効果の検証	74
(3) 3年間の振り返り（平成28年度、29年度、30年度）.....	75
3. 交流会アンケートから見た効果の検証（学生・企業）.....	78
(1) アンケート結果（第1回、第2回、第3回）.....	78
(2) 効果の検証	82
(3) 3年間の振り返り（平成28年度、29年度、30年度）.....	86

第4章 今後への課題と展望	90
1. 今後への課題.....	90
(1) 大阪府消費者教育学生リーダー参加者の確保と拡大.....	90
(2) リーダー養成講座内容の質向上.....	91
2. 今後への展望.....	92
(1) 大阪府消費者教育学生リーダー会活動の定着に向けて.....	92
(2) 大阪府消費者教育学生リーダー会と企業との連携.....	93
(3) 消費者教育学生リーダー養成事業の今後の展望.....	94

資料編

資料1	「消費者教育リーダー養成講座」受講生募集ちらし
資料2	「消費者教育リーダー養成講座」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等
資料5	「消費者教育リーダー養成講座」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	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9	大阪府消費者フェアちらし
資料10	追手門学院大学消費者教育演劇「クリスマス会議」ちらし
資料11	放送大学、和歌山県、和歌山県立図書館主催連続公開講座「学校における消費者教育～SDGsを目指して～」パンフレット
資料12	泉大津市商工会議所（青年会議所）主催 笑いと体験で学ぶSDGs広場
資料13	企業×学生交流会ちらし・次第（第1回～第3回）
資料14	大阪府消費者教育学生リーダー会自主勉強会（NACSとの連携事業） ちらし
資料15	日本消費者教育学会関西支部研究・実践発表会資料
資料16	第38回日本消費者教育学会全国大会資料
資料17	事業ホームページ
資料18	大阪府消費者教育学生リーダー会ホームページ
資料19	消費者教育リーダー養成講座アンケート質問紙
資料20	消費者教育リーダー養成講座アンケート（3年間集計）
資料21	交流会アンケート質問紙（学生用、企業用）
資料22	交流会アンケート（3年間集計）

第1章 取組について

1. 目的・趣旨

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

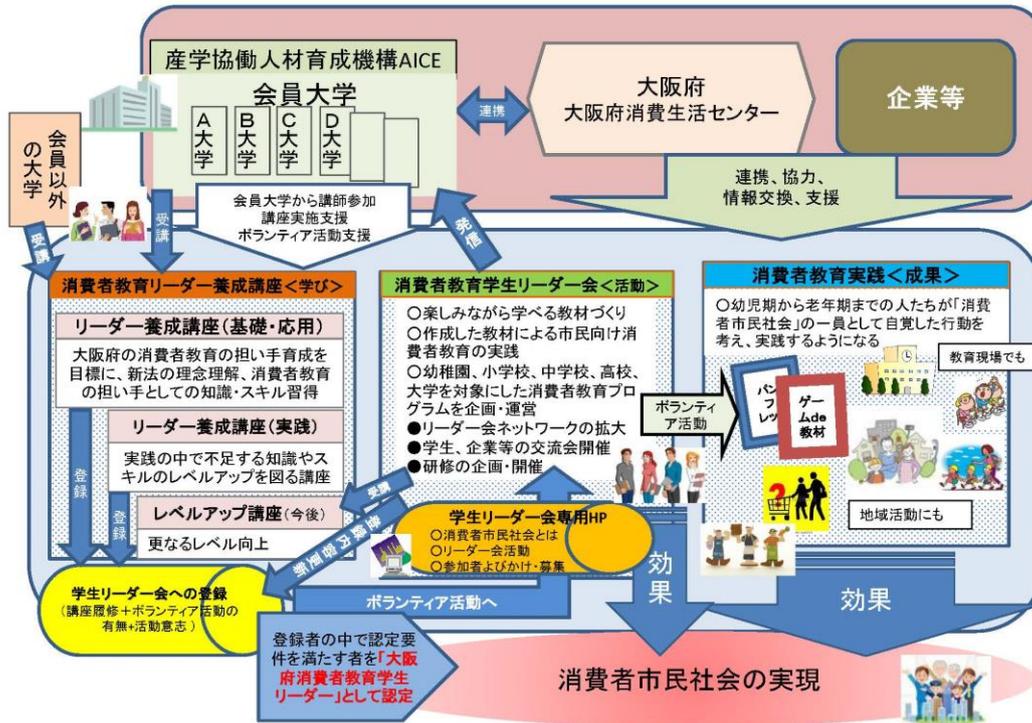
本取組では、社会に出る直前の時期であり、大学を卒業して社会に出れば、社会を動かす重要な構成員の一人となる大学生を対象に、消費者として自立した判断能力を備え、さらには社会に出た時には消費者市民社会の実現に向け積極的に活動を行うことができる力を持つ大学生を育成する。また、消費者教育の担い手としてボランティア活動を行う大学生を育成する。さらには、一昨年度に立ち上げた大学生による大阪府消費者教育学生リーダー会が継続してボランティア活動を進めていくための体制づくりを行うことを目指すものとする。

2. 実施内容

本取組では、上記目的を達成するために、以下に取り組んだ。実施にあたっては、大阪府消費生活センターと適宜打合せをしながら円滑な事業推進を図った。

- 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学生リーダー会による自主勉強会等の実施
- ⑧上記の評価、検証

そのための具体的な実施内容は、以下であった。



3. 実施体制

(1) 実施体制

本取組を実施するにあたり、以下の実施体制により行った。

①実施体制に基づく責任者

氏名	所属・役職等	備考欄
難波 美都里	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、学生指導支援
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 特別顧問	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	業務担当
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 講師	業務担当
岡崎 裕	産学協働人材育成機構 AICE 戦略会議メンバー、和歌山大学 教授	講座担当・事業全体監修
横田 修	追手門学院大学 社会学部 専任講師	講座担当
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 キャリア教育担当	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、自治体、企業等が協力する環境づくりのために、産学協働人材育成機構 AICE 会員（大学、企業、経済団体、自治体）、地元企業等、地元消費生活センター等とが連携を図り、それぞれが以下の役割を担い事業を円滑に推進した。

<p>◆産学協働人材育成機構 AICE、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、日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会（NACS）、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講座講師派遣 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</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、大阪府、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、NPO 法人 JAE、公認会計士若松尚也事務所、(協力) 近畿経済産業省

(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

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とした。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行った。

②これまで認定された大阪府消費者教育学生リーダー1・2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。そこで、受講生が受講後の活動を具体的にイメージでき今後の活動を円滑に進めることができるようにするために、これまでリーダー認定された1・2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・2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作りを行った。

③1・2期生と3期生の融合並びに3期生の成長を手助けする「リーダー会」構想

リーダー会を継承発展させていくために（1）1・2期生と今年新たにリーダー会に参加する3期生と融合させるとともに、（2）リーダー会の質向上を図るために上記②に加え、昨年度、1期生と2期生との融合として「もっとお互い交流したい」との課題が挙げられたことから、本取組では、上記②の時間を長くとり、リーダー会の活動をともに考えるなどのワークショップを取り入れ、講座の段階で、1・2・3期生が親しくなる機会を充実させた。

④自立化に向けたリーダー会の活動づくり

リーダー会が継続して運営できるための体制として、昨年度に「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、まずは「広報部」「渉外部」のみ立上げ、運営基盤となる組織化を図った。本取組では、昨年度構築した組織を活動する組織にしていくために、リーダー会が自立していくために必要な活動について検討するとともに、その活動を実践するために、「ボランティア活動部」を立上げ、独自の活動の道を広げることを目指した。

⑤共に考えるだけにとどまらず成果を形にすることを目指す企業との交流会

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や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			第2弾養成講座						
ボランティア活動				⇔⇔⇔⇔⇔⇔⇔⇔⇔⇔						
				準備・イベント			準備			イベント
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」を実施するものである。講座では、消費者として自立した自主的・合理的な判断、行動のできる知識を獲得し、消費者市民社会の実現に向け活動を行うことができる実践力を身につけることを企図して、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とした。

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つ置き、この3点を中心にカリキュラム作りを行った。

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

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

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

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いいのか、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、受講生が受講後の活動を具体的にイメージでき今後の活動を円滑に進めることができるようにするために、講座の中にリーダー認定された1・2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、担当するワークショップ等を通じて

自らの体験で得られた知見や課題や問題点を具体的に受講生に伝えることで、リーダー会で求められるボランティア活動の内容について一人ひとりが当事者意識をもって考えることができるようカリキュラム作りを行った。

【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部構成にするのは、各講座で学ぶことを明確にするとともに、近年大学生の多忙さを勘案し、各講座単位での部分受講を可能にすることで複数年にわたっての受講を可能にする道を拓き、リーダー会活動に参加しやすい環境づくりをおこなうためでもある。

<p>【基礎講座】 消費者教育・消費者市民社会の基本理念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 ・成人年齢引き下げによる消費者被害の危険 ・SDGsの中での「つくる責任 つかう責任」
<p>【応用講座】 消費者教育の手法及び教材開発に関する内容（講義&演習）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者教育のいろいろな手法・実践事例の紹介 ・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 ・リーダー会の活動について考える
<p>【実践講座ⅠⅡ】 消費者教育の実践とその支援について（講義と演習）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ボランティア活動を行うにあたっての基礎知識を学ぶ ・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 ・大阪府消費生活センター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】

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

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

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

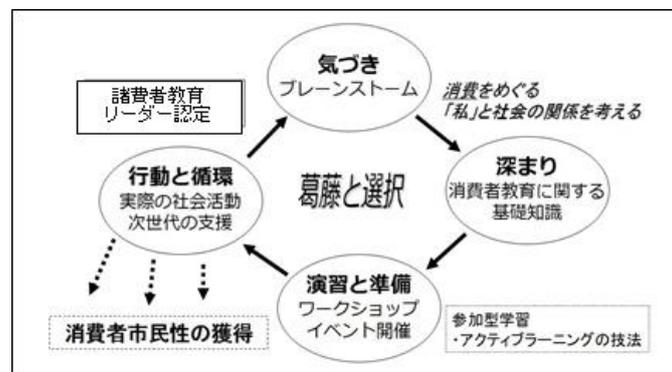


図1 消費者教育における循環型学習モデル

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、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、「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。）」のホームページやツイッター等によって公募を呼びかけた。
- ・ 産学協働人材育成機構 AICE のもつ大学ネットワークを使って、大学の教職員に呼びかけ、学生の推薦を依頼した。

②追加講座

基礎講座	<p>◆11月11日（日）10：00～12：40</p> <p>◆定員 30名</p> <p>◆2講座 150分、開講式含む</p> <p>◆会場：さかい新事業創造センター1階多目的会議室</p>
応用講座	<p>◆11月11日（日）13：40～16：30</p> <p>◆定員 30名</p> <p>◆3講座 160分</p> <p>◆会場：さかい新事業創造センター1階多目的会議室</p>
実践講座Ⅰ	<p>◆11月18日（日）10：00～12：30</p> <p>◆定員 30名</p> <p>◆3講座 140分</p> <p>◆会場：さかい新事業創造センター1階多目的会議室</p>
実践講座Ⅱ	<p>◆11月18日（日）13：30～15：30</p> <p>◆定員 30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1階多目的会議室</p>

(3) 講座内容（カリキュラム）

カリキュラム	<p>講座を実施するにあたり、テキストを作成した。</p> <p>資料2の通り（初回講座、追加講座）</p>
初回講座 担当講師	<p>○岡崎裕 和歌山大学 教授（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（消費者教育学会会員）</p> <p>○企業：川口徳子（日本ハム㈱、日本ヒープ協議会 副代表理事）</p> <p>○ACAP：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、小林製菓㈱）</p> <p>○NACS：瀬戸九美（日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会（NACS）西日本支部）</p> <p>○島谷克史（消費者関連専門家会議（ACAP）理事長、㈱消費科学研究所）</p> <p>○斎木茂人（消費者関連専門家会議（ACAP）関西支部長、日本ハム㈱）</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>②こんな消費者教育活動を行いたい！（ワークショップ）</p> <p>③リーダー会活動の企画を考えよう！（ワークショップ）</p> <p>○戸嶋陽向、大矢萌々華、浦谷拓弥、和田佳寿也</p>

追加講座 担当講師	<p>○岡崎裕 和歌山大学 教授 (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 (消費者教育学会会員)</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>②こんな消費者教育活動を行いたい！ (ワークショップ)</p> <p>③リーダー会活動の企画を考えよう！ (ワークショップ)</p> <p>○戸嶋陽向、大矢萌々華、浦谷拓弥、岡橋拓摩</p>
ティーチングアシスタント (TA)	<p>大阪府消費者教育学生リーダー認定者 (1・2期生) を TA として活用。学生リーダー育成支援を行った。</p> <p>※リーダー認定者のロールモデルの1つとして受講生に見せる役割も担った。</p>
特記事項	<p>これまで「消費者教育リーダー養成講座 (基礎、応用、実践)」を一部受講しているものの、全講座を修了していない学生については、未受講部分の基礎講座、応用講座、実践講座 I・IIのみを受講することで、修了証を与えた。</p>

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講座作りを行った。

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25日(土) 10:00~12:40 会場:梅田シルタス10階D(梅田第3ビル)

時限(分)	講座内容	講師
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)	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
(10)	(休憩)	(10)
11:20 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 8月25日(土) 13:40~16:50 会場:梅田シルタス10階D(梅田第3ビル)

時限(分)	講座内容	講師
13:40 3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科専任講師)
14:40 4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)大阪府消費者フェアでの活動 (2)親子イベントでの活動 (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)啓発パンフレットづくり (6)ホームページによる広報 (7)学会発表	岡崎裕 (1)~(7)リーダー会1・2期生
(10)	(休憩)	
15:50 5限目 (60)	◇こんな消費者教育活動を行いたい!(ワークショップ) リーダー会で行いたい消費者教育活動について具体的に考える。	リーダー会1・2期生

◆実践講座Ⅰ 8月26日(日) 10:00~13:00 会場:梅田シルタス10階D(梅田第3ビル)

時限(分)	講座内容	講師
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 (60)	◇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の事例紹介(20) (3) NACSの活動紹介(10)	岡崎裕 川口徳子氏(日本ハム株式会社 お客様サービス部) 村上直紀(消費者関連専門家会議(ACAP)) 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会(NACS)
(10)	(休憩)	
11:40 8限目 (80)	◇企業×学生交流会の企画を考えよう! (1) リーダー会主催の「企業×学生交流会」の企画を考える。3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×3チーム)	岡崎裕 リーダー会TA ACAPメンバー

◆実践講座Ⅱ 8月26日(日) 14:00~16:00 会場:梅田シルタス10階D(梅田第3ビル)

時限(分)	講座内容	講師
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派遣講師
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) 講座で学んだことについて振り返る (2) 消費者教育学生リーダーとして何をしたいか?について考える (3) リーダー会への参加について (4) レポート提出	岡崎裕 (2) リーダー会1・2期生がファシリテータ
15:40 修了式 (20)	(1) 修了式 講座修了証の授与	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、認定された「大阪府消費者教育学生リーダー」1・2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

消費者教育リーダー養成講座 第2弾 カリキュラム

◆基礎講座 11月11日（日）10：00～12：40 さかい新事業創造センター1階多目的会議室

時限（分）	講座内容	講師
10：00 開講式 (10)	開講式	岡崎裕（和歌山大学教授）
10：10 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 ※1大阪府消費生活センター派遣講師
(10)	(休憩)	
11：20 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 11月11日（日）13：40～16：30 さかい新事業創造センター1階多目的会議室

時限（分）	講座内容	講師
13：40 3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科専任講師）
14：40 4限目 (40)	◇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）大阪府消費者フェアでの活動 （2）親子イベントでの活動 （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）啓発パンフレットづくり （6）ホームページによる広報 （7）学会発表	岡崎裕 （1）～（7）リーダー会1・2期生
(10)	(休憩)	
15：30 5限目 (60)	◇こんな消費者教育活動を行いたい！（ワークショップ） リーダー会で行いたい消費者教育活動について具体的に考える。	岡崎裕 リーダー会1・2期生

◆実践講座Ⅰ 11月18日（日）10：00～12：30 さかい新事業創造センター1階多目的会議室

時限（分）	講座内容	講師
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 （1）お客様の声を活かした企業の取り組み （2）その他企業の取り組み等について	川口徳子氏（日本ハム株式会社 お客様サービス部） 岡崎裕
(10)	(休憩)	
11：10 8限目 (80)	◇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、2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TA

◆実践講座Ⅱ 11月18日（日）13：30～15：30 さかい新事業創造センター1階多目的会議室

時限（分）	講座内容	講師
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派遣講師
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）リーダー会への参加について （4）レポート提出	岡崎裕 （2）リーダー会1・2期生がファシリテータ
15：10 修了式 (20)	（1）修了式 講座修了証の授与	岡崎裕

<「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。

	8/25、8/26 受講生	11/11、11/18 受講生	合計	実人数
応募者数	6名	17名	延23名	22
講座出席者数（一部含む）	4名	14名	延18名	17
講座修了者数	3名	14名	延17名	17
講座一部のみ受講者数	1名 (実践Ⅰ、Ⅱのみ受講)	1名 (基礎・応用のみ受講)	延2名	1 (17の内数)
リーダー会登録者数	4名	12名	16名	16

※養成講座修了者（実人員）17名のうち、1名は学生リーダー会登録されなかったため、学生リーダー会登録者数は（実人員）16名。

大学別の内訳は以下の通りであった。

学校名	応募者数 (実人数) ()内は追加講座受講生数で内数	1回 生	2回 生	3回 生	4回 生	院生 その 他	修了者数 ()内は追加 受講生数	学生リー ダー会 登録者数
阪南大学	1			1			1	1
追手門学院大学	8 (5)	2	3		3		5 (4)	5
帝塚山学院大学	4 (4)	1	2			1	3 (3)	3
羽衣国際大学	5 (5)			5			5 (5)	5
大阪成蹊大学	1 (1)			1			1 (1)	0
大和大学	1 (1) ☆		1				1 (1) ☆	1
大阪大学	1		1				1	1
立命館大学	1 (1)	1					0	0
合計	22 (17) 人	4人	7人	7人	3人	1人	17 (14) 人	16人

※☆は実践ⅠⅡを8月に、基礎・応用を11月に分割受講者。

※上記のうち、申込のみで未受講生5名（追加講座3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が自立化に向かう活動及び体制づくり

本事業では、1年目に消費者教育学生リーダーの養成を行う仕組みづくり、2年目にリーダー会の組織づくりを行った。その結果、学生リーダーが消費者教育を継続して活動していくための枠組みが整った。リーダー会組織には、「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、昨年度まずは、「広報部」「渉外部」のみ立ち上げ、運営基盤となる組織化を図った。しかし、リーダー会は、将来的に自立した組織運営が求められている。

そこで、本取組では、出来上がった枠組みを本モノの活動組織にしていくために、リーダー会が主体的に自らの存在の意味を明確にするとともに、リーダー会に必要な活動をリーダー会メンバーそれぞれで検討し、形にしていくことを目指した。今後めざすべき自立化に向けては、昨年度作った組織の更なる充実を図ることとした。リーダー認定からリーダー会への登録の仕組みについては、昨年度に準ずることとした。

1. 活動の柱

具体的には、以下をめざして活動を具体化させていった。

- (1) **組織の充実**：昨年度に立ち上げた「広報部」「渉外部」に加え、リーダー会活動の具体化を進める「ボランティア活動部」の活動を開始し、今後リーダー会が自立していくために必要な活動について検討するとともに、独自企画の実践をめざした。
- (2) **人を巻き込む**：継続していくために、「広報部」を中心に、リーダー会活動への理解者や協力者をふやすような「人を巻き込む」活動を積極的に行うことをめざした。具体的には、リーダー会独自ホームページを活用し、リーダー会がめざしている意義を明確に打ち出し、参加したいと思う学生に広くアピールした。例えば、旗印の1つとしてSDGsの「つくる責任つかう責任」を積極的に関連づけ、「持続可能な社会の実現 sustainable development」を目標の1つとして掲げる消費者教育を分かりやすく伝えると共に、「将来の社会をも変えていく可能性のある消費のもつ力」を伝えていくことに注力した。
- (3) **他組織との連携**：リーダー会の認知度が上がる中で、外からの依頼に円滑に対応できるよう、昨年度から始めた「渉外部」の活動を本格化させ、リーダー会の窓口として対応するとともに、リーダー会の実績づくりと認知度向上に貢献する活動をめざした。
- (4) **独自の活動づくり**：今後リーダー会が自立していくためには、卒業していく先輩から新しく参加してくる後輩へと、その意義や活動内容が引き継がれていくような循環型の運営体制づくりが必要である。そこで、リーダー会が独自の「勉強会」を企画・開催し、リーダー会の意義や学びを引き継いでいくことができる運営体制づくりを行った。

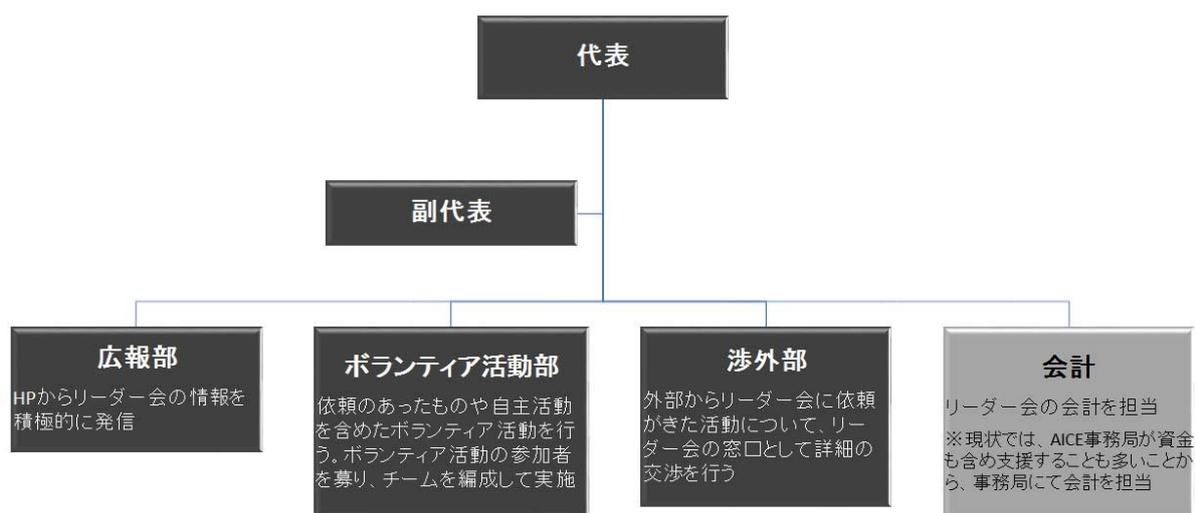
(5) 学会発表等による活動紹介：リーダー会の活動を積極的に紹介し、まわりの理解を得られるよう新たな取り組みを始めた。具体的には、学会発表を行ったり、イベントを通じて活動を紹介していった。

2. 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を昨年度からさらに拡大させた。ただ、「会計」については、現時点では本事業の事務局での支援が中心であることから、今年度は学生が運営するのではなく、AICE事務局が担当することとした。また、渉外部はボランティア活動部と重なることが多いことから、2つの部を一緒に担当することとした。一方、新しいリーダー育成の時期の関係から、年度の前半の活動については1・2期生が担当することになり、後半の活動から3期生が活動に合流することとした。

学生リーダー会の組織体制づくりにおいては、①1期生から3期生の融合、②1・2期生による3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、3期生を混在させ、学生リーダー会組織の継続の準備を行うことができるよう図った。3つの部門（広報部、ボランティア活動部、渉外部）で1期生、2期生、3期生が協力して学生リーダー会組織づくりにあたることとした。②では、交流会の企画・運営を通じて1・2期生が3期生の成長を支援するとともに、各部では1・2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。

平成30年度大阪府消費者教育学生リーダー会組織図



各部の活動内容は以下の通りである。

全体	代表：宮本貴章（2期、和歌山大学） 副代表：山口詩織（1期、追手門学院大学）
広報部 ◎はリーダー	学生リーダー会専用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。 発信する情報が不適切な内容にならないようリーダー会メンバーに徹底するとともに、管理運営を行う。
	◎戸嶋陽向（1期、阪南大学） 山口詩織（1期、追手門学院大学） 林宰人（2期、追手門学院大学） 浦谷拓弥（2期、大和大学） 宮本貴章（2期、和歌山大学）
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。 ※渉外部と合同で活動
渉外部 ◎はリーダー	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。
	◎大矢萌々華（1期、阪南大学） 浦谷拓弥（2期、大和大学）
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。 ※今年は、担当やAICE事務局が担うこととした。

3. 大阪府消費者教育学生リーダー会について

< 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 愛称：ジャッキー JACCY(Japan Association of Consumer Citizenship for Youth)
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	昨年度までのリーダー会登録者40名とは別に、今年度リーダー会新規登録者20名以上を目指す。将来的には、20大学以上の参加を目指す。
リーダー会の設置及びネットワーク構築	登録者による「消費者教育学生リーダー会」設置し活動母体とする。一方で、SNS（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拡大を図る。
主な活動	<ul style="list-style-type: none"> ・リーダー会による消費者教育の企画・開催・運営を定期的に行う。 ・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3回開催する。 ・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。
学生リーダー会議	リーダー会に登録したメンバーによる学生リーダー会議を置く。本会議では、リーダー会で検討すべき案件について議論し、決定する。会議の開催にあたっては、事務局が支援を行う。案件によっては、適宜教員等の支援も行う。
リーダー会代表等及び各部メンバーの決定	リーダー会の代表、副代表、各部リーダーは、リーダー会議において決定する。 また、各部のメンバーは、立候補にて参加する部署を決める。複数の部署に所属することも可とする。
継続性	リーダー会専用ホームページ並びに SNS（LINE）等を通じてそれぞれが友人に参加を呼びかけ、学生ネットワークの拡大を図る。呼びかけには、「受講者データベース」を活用する。

入会	所定の大阪府消費者教育学生リーダー会登録用紙(別紙3)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	リーダー会の活動を支援し効果を高めるために、学生活動を指導支援するための支援員を置く。支援員は、学生の主体的な活動ができるよう指導・助言を行う。
学生の知識・スキル向上のための研修	活動内容に応じて、必要であれば適宜、学生の知識・スキル向上のための研修を企画し、実施する。研修企画は学生が行う。
リーダー会専用ホームページによる情報発信	<p>リーダー会「広報部」を中心に、専用ホームページを通じて学生の顔が見えるホームページづくりを行い、リーダー会を広く広報していく。内容は以下の通り。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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、顔の見える 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。 <p>※情報発信については、広報部が定めた情報発信ルールに従う。</p>
大学の拡大	<ul style="list-style-type: none"> ・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 ・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 30 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
阪南大学	1
追手門学院大学	5
帝塚山学院大学	3
羽衣国際大学	5
大和大学	1
大阪大学	1
合計 6 大学	16 人
1 回生	3
2 回生	7
3 回生	6
4 回生	0
院生・その他	0

3 年間の大学別「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 (卒業生数)
大阪音楽大学	1 (1)
和歌山大学	6 (4)
追手門学院大学	17
大阪成蹊大学	7 (3)
芦屋大学	2 (2)
帝塚山学院大学	4 (1)
羽衣国際大学	5
大和大学	2
大阪大学	1
大阪教育大学	2
大阪大谷大学	2
大阪工業大学	1 (1)
阪南大学	4 (1)
近畿大学	1 (1)
大阪経済大学	1 (1)
合計 15 大学	56 人 (15)

上記の通り、1 期生は 21 名の登録者のうち 13 名、2 期生は 19 名の登録者のうち 2 名が卒業。今年度 1 期生は 15 名であった。今年度の学生リーダー会現役登録者合計は 41 名であった。

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レポートを集めた。レポートは3期生によるものである。

3期生は初めて本講座で消費者教育を学び、ボランティア活動や企業×学生交流会等の活動を通じて感じたことなどを、今後につなげていきたいと考えている様子が伺える。

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

学生リーダー会では、昨年度より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があることについて、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無い込むようになっていたが、それらの案件についても、学生リーダー会渉外部で対応し、今期の学生リーダー会につなげることができた。連携案件については連携相手との打合せの場を設け、リーダー会メンバーが参加し具体的な検討を行った。

また、今年度は、日本消費者教育学会にリーダー会の学生が学会員となり、関西地域及び全国大会で学会発表を行った。学会を通じてリーダー会の組織や活動の紹介を行う準備もリーダー会議にて行った。

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30年4月 18日(水) 18: 00~20:00	さかい新事業創 造センター1階 (AICE事務局)	・依頼案件の対応について(渉外部) ・学生リーダー会としての情報発信 に関するルールについて(広報部) ・学会発表について	1期生2名 2期生1名
第2回 ※	平成30年5月 18日(金) 18: 00~20:00	さかい新事業創 造センター1階 (AICE事務局)	・依頼案件の対応について(渉外部) ・学生リーダー会としての情報発信 に関するルールについて(広報部) ・学会発表について	1期生3名 2期生1名 岡崎先生
第3回 ※	平成30年6月 6日(水) 18: 00~20:00	梅田シルタス 17 階会議室B (大阪駅前第三 ビル)	・金融広報委員会からのボランティ ア協力依頼について(渉外部) ・学会発表について 内容及び発表担当	1期生3名 2期生2名 岡崎先生 横田先生
特別	平成30年6月 11日(月) 15: 00~17:00	ACAP 西日本支部 事務所	・今年度の連携について ・NACSとの協力事業について	1期生1名 2期生1名 ACAP3名 NACS1名 岡崎先生

第4回	平成30年7月 20日(金) 18: 00~20:00	さかい新事業創 造センター1階 (AICE事務局)	<ul style="list-style-type: none"> ・金融広報委員会からのボランティア協力依頼について(渉外部) ・リーダー会自主勉強会について(戸嶋) ・消費者教育学生リーダー3期生養成講座について ・大阪府消費者フェアについて 	1期生2名 2期生1名
特別	平成30年7月 31日(月) 15: 00~17:00	NACS 西日本支部 事務所	<ul style="list-style-type: none"> ・NACSとの協力事業について ・リーダー会自主勉強会とのコラボ事業の内容の検討 	1期生2名 NACS3名
第5回	平成30年8月 24日(金) 18: 00~20:00	さかい新事業創 造センター1階 (AICE事務局)	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者教育学生リーダー3期生養成講座について ・大阪府消費者フェアについて 	1期生2名 2期生2名
第6回	平成30年9月 24日(月祝) 18:00~20:00	梅田シルタス 10 階会議室 A (大阪駅前第三 ビル)	<ul style="list-style-type: none"> ・学会発表について ・リーダー会自主学習会について(戸嶋) 	1期生3名 2期生2名 岡崎先生 横田先生

(※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。)

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た。なお、今年度のリーダー認定目標人数を20名以上に置いたが、最終的な認定者は16名にとどまった。

【リーダー認定の要件】以下の要件をすべて満たした者を認定する。

- | |
|---|
| (1) 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 30 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
阪南大学	1
追手門学院大学	5
帝塚山学院大学	3
羽衣国際大学	5
大和大学	1
大阪大学	1
合計 6 大学	16 人
1 回生	3
2 回生	7
3 回生	6
4 回生	0
院生・その他	0

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。

リーダー会のボランティア活動では、リーダー会に登録している大学生及び大阪府消費者教育学生リーダーに認定され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、1・2期生と受講している3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、事務局はその活動を支援した。

また、外部から認知度が高まっているリーダー会に協力依頼のあった案件については、渉外部が窓口となり、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（※のついているもの）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・2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 ※	大阪府金融広報委員会主催 夏休み親子イベント	8/3（金） 14:00（50分）	小学3～6年生 保護者	日本銀行 大阪支店	「おこづかいについて考えよう！」お金をもらう仕組みを知り、おこづかいを大切に使うものだと実感してもらおう。	4/18 5/18 7/20 8/3	延15 当日参加者 8人
2	大阪府消費者フェア	11/4（日）	市民	大阪府南港咲洲庁舎1階のフェスパ	大阪府が毎年実施している市民向け消費者イベント ・ACAPと連携したジェンカゲーム ・ステージにてリーダー会活動紹介	9/24 10/20	延12 当日参加者 7人

3	追手門学院大学での消費者教育劇の公演 「クリスマス会議」	10/27 (土) 10/28 (日)	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	公演までの準備 10/27 10/28	5人
4	放送大学、和歌山県、和歌山県立図書館主催連続公開講座	10/27 (土) 11/17 (土) 12/15 (土)	市民		放送大学、和歌山県、和歌山県立図書館主催の市民向けの連続公開講座「学校における消費者教育～SDGsを目指して～」でTAとして支援	11/17 12/15	11/17参加 3人 12/15参加
5	泉大津青年会議所主催 笑いと体験で学ぶSDGs広場	12/1 (土)	市民	泉大津市立総合体育館	ブースを出展、リーダー会から発信したい情報を展示	12/1	当日参加
6	リーダー養成講座 TA	8/25 (土) 8/26 (日)	大学生	梅田シルタス 10階会議室	本事業の養成講座にTAとして講座を支援。	各自発表準備 8/25 8/26	当日参加 7人
7	リーダー養成講座第2弾 TA	11/11 (日) 11/18 (日)	大学生	さかい新事業創造センター多目的会議室	本事業の養成講座にTAとして講座を支援。	各自発表準備 11/11 11/18	当日参加 6人
8	帝塚山学院大学授業にて啓発活動	12/17(月)	大学生	帝塚山学院大学新館 314号講義室	宮武先生の担当科目「食品加工学」の授業内にて、消費者教育活動の内容紹介及び啓発。	各自発表準備 12/17	2名
9	追手門学院大学STEPの消費者教育劇の公演 「クリスマス会議」	12/8 (土) 14:00-18:30	市民	静岡県白子ノ劇場 静岡県藤枝市本町2丁目7番5号	大学の学園祭の演目を静岡県でも上演し、被害に合わないための消費者教育啓発。	公演までの準備 12/8	5人

(1) 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

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、昨年度に引き続き今年度も、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・2期生に本取組への参加を依頼した。当日は、リーダー会のメンバー以外に3名が参加協力した。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4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。

今年のテーマはリーダー会で検討した結果、昨年度の「スマホの課金」という小学生にとっては難しいテーマではなく、小学生に身近な「おこづかい」を取り上げることとした。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。事前に、参加する子どもたちからアンケート調査を実施してもらった結果、おこづかいをもらっていない子どもが多いことが分かり、「おこづかい」を広く捉え、通常のお小遣い以外にも習い事や塾やプレゼントなど、親から与えられているものも含めておこづかいとして捉え、おこづかいについて子どもたち一人ひとりに考えてもらうプログラムとした。また、保護者については、おこづかいを与える側として、おこづかいに込めた意味や子どもたちにどのように使ってもらいたいかなどについて、参加した保護者で意見交換し、共有した。最後に、子どもたちから保護者に対して感謝の気持ちとおこづかいをどのように使うかの宣言を込めたメッセージカードを作成して、保護者に渡し感謝の気持ちを伝えた。

感謝の気持ちを伝えるメッセージカードについては、学生の企画をみて、主催者側からは是非実施して欲しいとの期待が伝えられた。本イベントではお小遣いについて、子どもたち、保護者それぞれがちょっと立ち止まって考える場となり、参加者、主催者からも好評価を得た取り組みとなった。

<イベントの実施概要>

○開催時期：8月3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

○テーマ：ワークショップ「おこづかいについて考えよう！」

- ・おこづかいをもらうことにありがたみを感じてもらう
- ・お金をもらう仕組みを知り、おこづかいは大切に使うものだと実感してもらう
- ・親がなぜおこづかいを渡すのか話し合ってもらい、親同士の気持ちを知る

○内容：

- ・最初にパワーポイントを用いておこづかいやお金について提起する（5分）
- ・子供4グループ、大人2グループの班を作る
- ・基本は、グループで以下のテーマについて話し合ってもらう

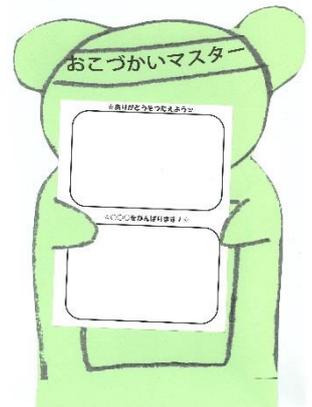
<子どもワーク>

①どんなときに親からお金をもらって（買ってもらって）いるか？（10分）

②どんなふうに使ったらいいのかな？（10分）

③感謝の気持ちを伝えようのメッセージカード「おこづかいマスター」づくりの時間

- ・ありがとうを伝えよう
- ・これから〇〇をがんばります



<保護者ワーク>

①何のためにお小遣いを渡しているのか？ その意図は？

②こんな使い方をしてほしい

③お小遣いの使い方について、どう評価しているか？

- ・最後に目標などこれからどうするかを考えてもらい、発表してもらおう（10分）
- ・終了後に子供たちが保護者に対して感謝の気持ちを伝えるために、メッセージカード「おこづかいマスター」を手渡した。

・まとめ（5分）

・記念撮影（10分）

○出演者：1期生7名

企画：大矢（阪南大学）

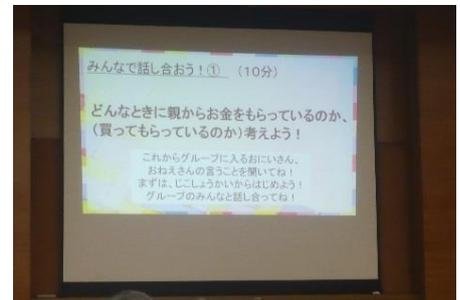
全体ファシリテーター：大矢（阪南大学）

チームファシリテーター：

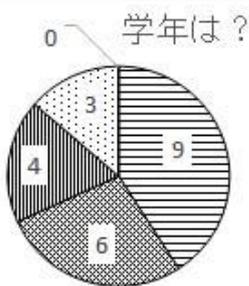
山口（追手門学院大学）、戸嶋、リーダー会以外の学生3名（阪南大学）、

小路（和歌山大学）、浦谷（大和大学）

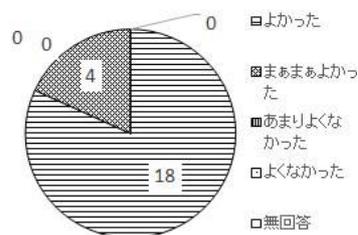
○参加者：子ども22人、保護者17人 合計39人



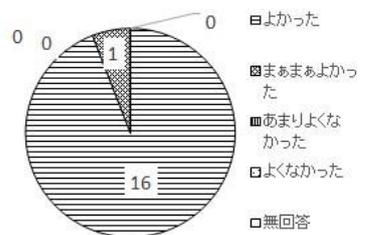
■参加者アンケート 【小学生】22人 【保護者】17人



おこづかいについて考えようは？(子)



おこづかいについて考えようは？(保護者)



(2) 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

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。昨年度に引き続き今年度も、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ブース出展であった。ブース出展については、消費者関連専門家会議 ACAP とのコラボによるブース出展とした。

そこで、1・2・3期生が一緒に本取組の企画を担当することとした。ブース企画は、リーダー養成講座の中で、1・2期生がファシリテータとして参加し、3期生と一緒に企画内容を検討し、その後リーダー会議で具体化を進めた。

舞台での「学生リーダー会活動の紹介」については、リーダー会議で企画し、当日の準備を行った。

<消費者フェアでの実施概要>

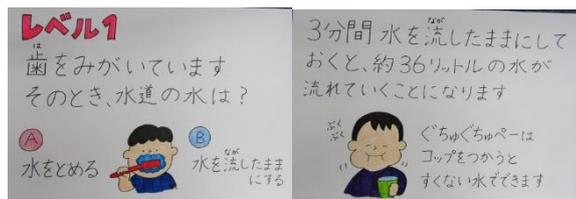
- 開催時期：11月4日（日）10：00～13：30（3時間30分）
- 舞台での学生リーダー会活動報告：12：20～12：40（20分）
- 対象：府民
- 会場：大阪府咲洲庁舎1階フェスパ
- 内容：①舞台での学生リーダー会活動報告、②ブースでのジェンカゲーム（ACP とのコラボ）
- 参加者：8名；1期生3名、2期生4名（うち1名は事前準備のみ）、3期生1名

<舞台での学生リーダー会活動報告の内容>

報告内容は2種類とした。1つ目は、クイズ形式で消費者教育について考えてもらう。2つ目は、リーダー会の活動紹介。

クイズ形式では、主な対象を幼児から小学生として、クイズ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。

リーダー会活動報告では、企業×学生交流会、日本消費者教育学会での発表、リーダー養成講座、大東市キッズマーケットイベントでの消費者教育講座、大阪府金融広報委員会の親子イベント講座等での活動を写真等を交え伝えた。





<ブースでのジェンカゲームによる消費者教育啓発の内容>

ブース企画では、ACAP とのコラボプログラムとして、巨大ジェンカを使った消費者教育啓発の「選択クイズ」を行った。巨大ジェンカを使ったプログラムでは、消費者教育啓発の「選択クイズ」により自分の消費の傾向を知ってもらい、今後の消費活動に活かしてもらおう内容とした。対象は、子ども、若者、高齢者、共通の4種類のクイズを作成し、それぞれが直面するであろうテーマで問題を作成した。消費の傾向をみてもらうために、各年代で自分の傾向をシールにして、3つの傾向を「しっかりタイプ」「おっちょこちょいマイペースタイプ」「ちゃっかりエコもうひと息！タイプ」に自分が該当するタイプに貼ってもらった。結果を公開することで、イベントに参加している人たちにも一緒に考えてもらう場とした。

ACAP からは、ACAP 会員企業からお菓子やグッズの提供を受け、参加者でクイズに答えてもらった人全員に配布した。また、子どもたちには、昨年度に大東市キッズマーケットイベントで参加者に授与したお菓子修了証も合わせて渡し喜んでもらうことができた。

◆遊び方

1. ジェンカを5×5で交互に並べる
2. 参加者（こども、おとな、高齢者、若者）はジェンカを1つ引いて、上に並べていく
3. 引いたジェンカの番号で、Q&Aに回答してもらう
4. 回答に応じて、赤、青、黄のシールをわたす
5. シールを渡して、自分のタイプの色の箇所貼ってもらう

そのときあなたはどようする!?

Q1 欲しい漫画があった～でも、お小遣いがないよ～さあ！あなたはどようする。

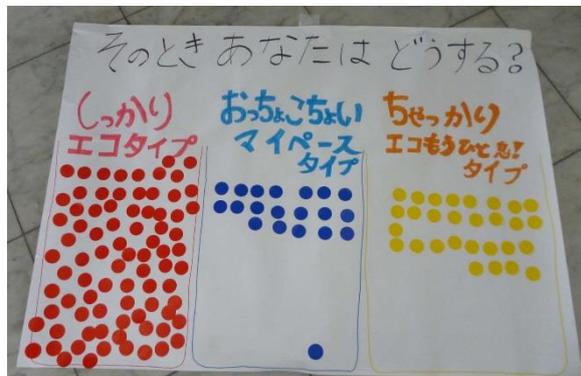
A.1 他の漫画を売って「面しよう 青

A.2 今月は使っちゃたし来月買おう。 赤

A.3 お小遣いは貯金箱に貯めてるから本当に欲しい漫画は構るよ 黄

「しっかりタイプ」「おっちょこちょいマイペースタイプ」「ちゃっかりエコもうひと息！タイプ」

6. 大人にはACAPからの景品を渡し、こどもには、さらにお菓子メダルをわたす
 ★シールを貼る模造紙を衝立に貼り、参加者以外にも結果を見せることで啓発する



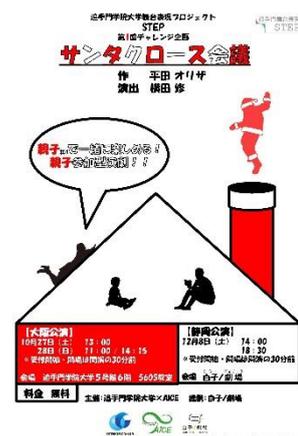
(3) 追手門学院大学大学祭での消費者教育劇公演

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30年10月27日(土)、28日(日)の2日間にわたって追手門学院大学学園祭「第52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	サンタクロース会議 作：平田オリザ 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（184名が観劇）
劇の内容	舞台上の議長、先生をはじめとした個性豊かな登場人物とともに、サンタクロースやクリスマスのことについて客席の子供たち、保護者の皆様に質問を投げかけ、話し合いをする演劇。 この舞台における消費者教育的テーマは、「イベントを通じた親子のコミュニケーション」。
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	7月～10月 制作、稽古、舞台美術製作
広域での展開	今年度から大学内以外に、12/8（土に静岡県の白子ノ劇場でも公演を行い、消費者教育啓発を広げていった。



(4) 放送大学、和歌山県、和歌山県立図書館主催連続公開講座

<ボランティア活動の内容>

目的	放送大学、和歌山県、和歌山県立図書館主催の市民向けの連続公開講座「学校における消費者教育～SDGsを目指して～」でTAとして支援。その他、パネルディスカッションでは、消費者教育啓発活動を行っているとしてリーダー会の学生がパネリストとして登壇した。		
講座の内容	平成24年12月、「消費者教育の推進に関する法律（消費者教育推進法）」が施行された。この法律では、これまで「悪徳商法に騙されないための教育」であった消費者教育のあり方から大きくシフトし、①消費者が主体的に「消費者市民社会」の形成に参画する、②国、地方公共団体はその推進に責任を負う、③消費者団体、事業者及び事業者団体もその推進に努力する、④学校、大学、地域社会の教育がその主要な場となること、などが定められている。本講座のシリーズでは、学校をはじめとした「公教育」に焦点をあて、これからの消費者教育について市民のみなさんとともに考える。		
	第1回	10月27日（土）	「新しい時代の消費者教育について～消費者教育推進法、「18歳成人」民法改正、新教科「公共」、「SDGs」」
	第2回	11月17日（土）	「消費生活と私たちの暮らし」
	第3回	12月15日（土）	「消費者市民の育成に向けて」
役割	<ul style="list-style-type: none"> ・ワークショップでは、一緒に参加し積極的に意見交換に関わる ・シンポジウムではパネルディスカッションのパネリストとしてリーダー会の学生が登壇しクロストークを行う。 		
参加学生	2名（大和大学の2期生、羽衣国際大学の3期生）		

(5) 泉大津青年会議所主催 笑い体験で学ぶSDGs 広場

<ボランティア活動の内容>

日時	12月1日(日) 13:00～17:30(開場 12:00)
場所	泉大津市立総合体育館
目的	「笑い体験で学ぶSDGs広場～だれひとり取り残さない未来を考えよう～」と題して、「SDGs(持続可能な開発目標)」についての事業を開催。私たちが住み続けていく地球のために、未来を生きる子どもたちの世界をよくするため、世界共通の目標があるということを知り、目標の内容や目標達成のために、自分たちができることを考え、継続すること、小さなことでもみんなで取り組むことが大切であるということを知ることを目的としたイベント。

役割	<ul style="list-style-type: none"> ・大阪府消費者フェアで作成した「ジェンカゲームを使った消費者教育啓発プログラム」を使って、市民に自分の消費行動を知り、持続可能な社会の実現のために大切なことを楽しく学んでもらう。
参加学生	5名（大和大学の2期生、大和大学3期生、羽衣国際大学の3期生3名）
	

（6）大阪府消費者教育リーダー養成講座でのティーチング・アシスタ

ント

<ボランティア活動の内容>

目的	消費者教育リーダー養成講座でのTA活動。
時期	第1回：8月25日（土）、26日（日） 第2回：11月11日（日）、18日（日）
TAとしての役割	<ul style="list-style-type: none"> ・リーダー会活動の事例紹介 ・リーダー会で行いたい消費者教育活動について具体的に考えるワークショップの実施（ファシリテータ） ・企業×学生交流会企画づくりのワークショップで企画を考える際の支援（TA）
TA参加学生	第1回 4名（1期生2名、2期生2名） 第2回 4名（1期生2名、2期生1名、3期生1名）

(7) 大学のゼミ・授業での消費者教育の実施

今年度は、学生リーダー会の学生が所属する大学内で、1事例の消費者教育を実施した。

<帝塚山学院大学の授業での消費者教育>

○開催時期：12月17日（月）

○実施枠：宮武先生担当科目「食品加工学」の授業

○対象：「食品加工学」の受講生

○会場：帝塚山学院大学新館314号講義室

○内容：「食品加工学」の時間を使って、消費者教育活動の内容を紹介し啓発活動を行った。

○担当者：2名（帝塚山学院大学の3期生）

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・2期生は3期生の支援をすることで、交流会を3期生の育成の機会とした。そのため、事前打合せには、企画を担当する3期生だけでなく、できる限り1・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。具体的には、昨年度はキャッチコピーを各チームで作ってもらいまわりの人に共感してもらいやすくした。今年度は、節約の先にある生活スタイルにネーミングしてもらうことで自分たちができることの先に新しい生活スタイルが生まれることを知ってもらうこととした。

本交流会では、企業と消費者それぞれの立場で、「地球や社会の未来のために一人ひとりができることを一緒に考える場」づくりをめざしている。プログラムでは、企業ががんばっていることを知って(第一部企業レクチャー)、では消費者である私ができることは何かを考える(第二部ワークショップ)ことを柱にしている。生産者と消費者とがお互いを知ることで、それぞれ自分にできることについて考えを広げていくことができる仕組みになっている。本交流会は、生産者と消費者が共に未来を作る両輪であることを再認識し、自分たちができることを一緒に考えていく、新しい社会の在り方を提示した大いなるチャレンジであると考えている。

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	①学生のネットワークを広げる <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 ・考えるだけにととまらず、何か成果を形にすることを旨とする 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
主催等	<p>○主催：大阪府消費者教育学生リーダー会</p> <p>○Special Thanks：公益社団法人消費者関連専門家会議（ACAP）、公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会（NACS）</p> <p>○共同開催：「ハルカス大学」プロジェクト</p>
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。</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 ◎リーダー会の活動を紹介する。 ◎消費者を大事にする企業活動の紹介 ◎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 ○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、その他経済団体等に呼びかけ協力を得る</p>
開催回数	3回
開催時期	<p>第1回交流会：10月27日（土）13：30～16：30</p> <p>第2回交流会：11月25日（日）13：30～16：30</p> <p>第3回交流会：1月20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、消費者を大事にし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30年10月27日(土) 13:30~16:30
テーマ	衣
担当班	石井夏海(大阪大学)、竹田尚起(阪南大学) 1・2期生サポート:大矢萌々華(阪南大学、1期)、浦谷拓弥(大和大学、2期)
学生リーダー会 ボランティア活動紹介	○夏休み!親子で楽しむ、お金探検隊について ○日本消費者教育学会第38回全国会での発表について ○大和大学内の弁論大会について
消費者を大事にする 企業活動紹介	○「花王の生活者視点活動~衣類洗剤を中心にして~」 株式会社花王 金谷郁穂子様 (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「人や 社会や地球にやさしい 消費行動を考える」	「循環型社会・内なる消費ってなに?！」 ○循環型社会を内の循環、外の循環に分けて捉え直し、自分たちにできることを考え、発表する。
 	

<参加者数>

種類	参加者数	備考
学生	8名	学生リーダー会7、一般学生1(立命館大学1)
企業	9名	イカリ消毒株式会社、江崎グリコ株式会社、花王株式会社、 小林製薬株式会社、株式会社コンシェルジュ、住友生命保険相互会 社、ハウス食品株式会社、NACS2
大学	0名	
その他	3名	大阪府消費生活センター、事務局2
合計	20名	

<第1回交流会の様子>

1、開会式

司会 竹田尚起

初めに司会者から注意事項、資料の確認があった。続いて、開会にあたり、消費者教育学生リーダー会の山口さんから挨拶があった。



消費者教育について 戸嶋陽向

参加者に消費者教育がどのようなものか説明した。いくつかの例を取り上げることで、様々な選択があり、消費活動によって未来は変えられることを、参加者に伝えた。



2、リーダー会活動報告紹介

①親子で楽しむお金探検隊 大矢萌々華

日本銀行大阪支店で行われたイベントで、小学生と保護者を対象にお金についての、消費行動を考え直すで、グループワークで小学生のお金の使い方の意識改革や、保護者たちの、おこずかいに対する考え方が共有でき良いイベントになったと話していた。



②日本消費者教育学会第38回全国大会での発表 山口詩織

学生リーダー会のメンバーがリーダー会の活動について全国大会で発表した。皆緊張していたが、今までの活動を振り返りながら、精一杯発表できたと話していた

学生リーダー会のメンバーがリーダー会の活動について全国大会で発表した。皆緊張していたが、今までの活動を振り返りながら、精一杯発表できたと話していた。



第1回弁論大会 浦谷拓弥

リーダー会のメンバーである浦谷拓弥さんが、大和大学内での弁論大会でリーダー会の活動体験をもとに消費者教育の話を発表し、第1回弁論大会再優勝に輝いたことを話していた。



3、企業活動紹介 株式会社花王 金谷郁穂子様

テーマは、「花王の生活者視点活動～衣類洗剤を中心に～」

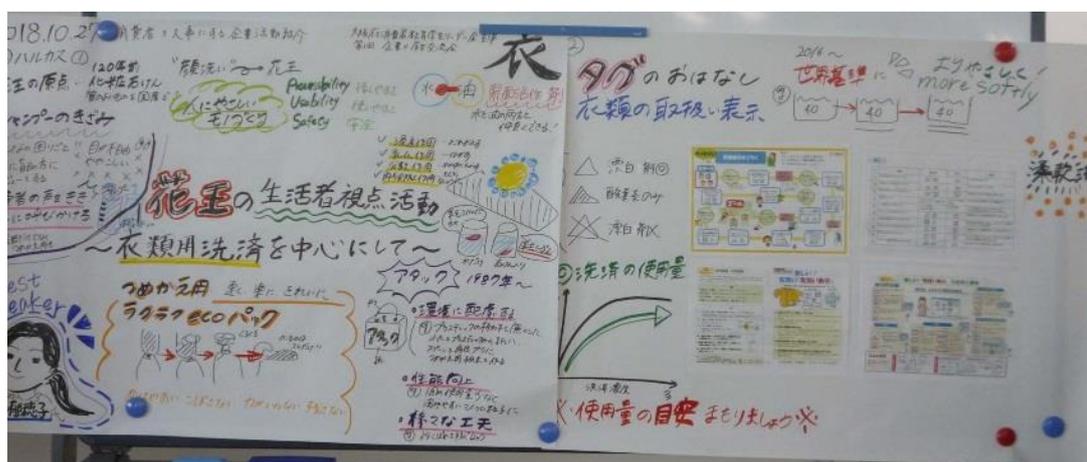
株式会社花王はどのような取り組みをし、消費者のことを考えているのかについて、説明していただいた。具体的には①洗剤ボトルや詰め替え用商品の工夫、②洗濯での衣類の取り扱いについて、③油と水と洗剤の組み合わせのお話しがあった。



初めに金谷様と株式会社花王についての紹介があり、続いて洗剤の入れ物が変わった事、詰め替え用商品がより残さず詰め替えやすくするための工夫や、消費者にイメージがわかりやすいCM作りについて解説が行われ、衣類の取り扱い表示のタグが、世界基準になった事をわかりやすくスゴロクや表などの冊子を配っていただいた。最後に洗剤は油と水を仲良くさせる物だと説明があり、水と毛糸と洗剤を使った、簡単な実験でわかりやすく教えていただいた。

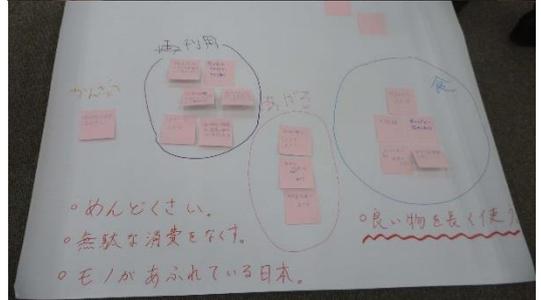


また、石井夏海さんが、その場で金谷さんの話をまとめ、素敵なポスターを作製した。



4、ワークショップ

循環型社会を内なる循環、外なる循環に分け、捉え直した。循環型社会の達成における取り組みを外と内の2つの視点から見ることで、アプローチ方法は様々であることに気づくことができた。その気づきを活かして、私たち消費者にできることはなにか？ということ俯瞰して考え、それを共有することで、さらに循環型社会の達成の一助となると感じた。



5、まとめ

消費活動において今までの知識では間違っただけも多く、人にも伝えられるような消費者になるためには、これからも、学ぶことが大切だと感じた。また、学生だけではなしえない社会人の方々の意見交換は知らない事に意識を向ける貴重な体験となった。参加して下さった方々に感謝しながら、これからも、新しい学びのため続けたいと思いました。

(2) 第2回交流会

日時	平成30年11月25日(日) 13:30~16:30
テーマ	食
担当班	岡橋拓摩(大和大学)、和田佳寿也(大阪成蹊大学)、森崎拓弥(追手門学院大学) 1・2期生サポート: 戸嶋陽向(阪南大学、1期)、和田佳寿也(大阪成蹊大学、2期)
学生リーダー会 ボランティア活動紹介	○私にとっての消費者教育 ○大阪府消費者フェアについて ○自主勉強会について
消費者を大事にする 企業活動紹介	○『ネスレの存在意義 - 共通価値の創造の実践』 ネスレ日本株式会社 阿部純一様 (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「人や 社会や地球にやさしい 消費行動を考える」	『「食」は、家庭内や職場内における環境をどのように豊かにすることができるのか?』 どういった日本の「新しい現実」が、 ① どういった消費者の問題をもたらし、 「食」を通じて家庭や職場の環境を豊かにするために、 ② どのような解決策があるか を考える
	
	

<参加者数>

種類	参加者数	備考
学生	9名	学生リーダー会6、一般学生3（大和大学3）
企業	10名	イカリ消毒株式会社、江崎グリコ株式会社、カルビー株式会社、小林製薬株式会社、株式会社コンシェルジュ、タビオ株式会社、ネスレ日本株式会社、ミズノ株式会社、NACS2
大学	3名	和歌山大学2、帝塚山学院大学1
その他	2名	事務局2
合計	24名	

<第2回交流会の様子>

1. 開会式

司会 和田佳寿也

初めに、司会より資料の確認、注意事項の説明があった。



開会の挨拶

AICE 企画運営委員長 鯨坂恒夫 様

続いて、鯨坂恒夫様より開会の挨拶があった。



2. 消費者教育について

発表 和田佳寿也

今回の交流会では、『自分の思う消費者教育とは？』というテーマで、自宅にある食品を例に発表した。消費者教育は、私達の生活に身近に関わっているということ、参加者に訴えかけた。



3. 消費者教育学生リーダー会活動紹介

①大阪府消費者フェアについて

発表 山口詩織

11月4日(日)に咲洲庁舎で行われた、大阪府消費者フェアでの、リーダー会の活動について報告した。

消費者フェアの当日は、『あなたはそのとき、どうする？ゲーム！』と題して、番号の付いたジェンガを引いて、その番号に対応する消費者クイズを出すというブースを出



②自主勉強会について

発表 大矢萌々華

11月10日(土)に第26松屋ビルで行われた自主勉強会について報告した。今回は、『もっと知ろう！企業が取り組む「エシカル消費」～衣食住を中心に～』というテーマで開催され、「衣」ではタビオ株式会社様に、「食」では小川珈琲株式会社様に、「住」では大阪ガス株式会社様にご講演頂き、その後意見交流を兼ねたディスカッションを行ったことを報告した。



4. 消費者を大事にする企業活動紹介

『ネスレの存在意義 - 共通価値の創造の実践』

ネスレ日本株式会社 阿部純一 様

『CSV 共通価値の実践』のテーマは、ネスレ日本株式会社の事業活動そのものである。CSVを推進していく上では、様々な顧客の問題の解決を第一に考えることが重要事項である。ネスレ日本株式会社が企業として成功するためには、株主の方と社会全体に対する価値の創造が必要となる、というお話があった。

また、少子高齢化や核家族化の進展、家庭内消費から家庭外消費への移行、平均寿命と健康寿命の乖離等が、現



在の日本における社会問題となっている。これらの問題の解決に向けて、『ネスカフェアンバサダー』や『ネスレヘルシーキッズプログラム』、『ネスカフェカカオプラン』を初めとする、ネスレ日本株式会社が展開するサービスを例に挙げ、2030年に向けた景気目標である、『個人と家族、地域とコミュニティの人々、地球にすむ人々全体の生活の質を高める』ことが必要である、というお話があった。

5. ワークショップ・交流会

ファシリテータ 岡橋拓摩

グループディスカッション 企業×学生

今回のワークショップでは、『日本の新しい現実がどういった消費者の問題をもたらし、「食」を通じて家庭や職場の環境を豊かにするために、どのような解決策があるか』についてグループディスカッションをしてもらった。



ワークショップでは企業の方+学生のグループを3つ作り、グループディスカッションを行った。



6. まとめ

日本で今進行している少子高齢化や核家族化を初めとする社会問題に対して、「消費者」の立場から正面に向き合うこと、また、周りの人と情報共有しながら、解決策を模索していくことが重要であるとまとめた。



(3) 第3回交流会

日時	平成 31 年 1 月 20 日 (日) 13:30~16:30
テーマ	住
担当班	青木那実(帝塚山学院大学)、池田駿介(追手門学院大学) 1・2・3期生サポート:岡橋拓摩(大和大学、3期)
学生リーダー会 ボランティア活動紹介	○私にとっての消費者教育 ○放送大学、和歌山県、和歌山県立図書館主催連続公開講座について ○泉大津市商工会議所(青年会議所)主催「SDGsに関するイベント」について ○「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	○『地震対策と地球環境を守るための取り組みについて』 大阪ガス株式会社 田中久雄様 (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「人や社会や地球にやさしい消費行動を考える」	『身近な場所でできるエネルギーの節約方法とその先にある生活スタイルを考える』 どういった日本の「新しい現実」が、 ①身近な場所で節約できる方法について考える ②「節約することにより、その先にある生活スタイル」にタイトルをつけるとしたらどのようなタイトルにするか』について考える

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

2018年度
日時 第3回 1月20日(日) 13:30-16:30
第1回 10月27日(日) 第2回 11月25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

13:30~15:00
「学生リーダー会活動紹介」
○大阪府消費者教育学生リーダー会主催
○大阪府消費者教育センター主催
○消費者教育推進センター主催
○消費者教育推進センター主催
○消費者教育推進センター主催

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「身近な場所でできるエネルギーの節約方法とその先にある生活スタイルを考える」

16:10~16:30
大阪府消費者教育学生リーダー会認定式

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
2019年1月20日(日) 13:30~16:30
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
住

時間	プログラム	司会・進行役(進行責任者)
1 13:30-13:45	開会	ACAPの森田貴子 大府商大 山内 伸太郎
第1部 活動紹介		
2 13:45-14:15	私の消費者教育について	消費者教育推進センター 山口 真由美(帝塚山学院大学)
3 14:15-15:00	私にとっての消費者教育について	消費者教育推進センター 池田 駿介(追手門学院大学)
4 15:00-15:15	『身近な場所でできるエネルギーの節約方法とその先にある生活スタイル』にタイトルをつけるとしたらどのようなタイトルにするか』について考える	消費者教育推進センター 池田 駿介(追手門学院大学)
5 15:15-16:10	エネルギーの節約方法とその先にある生活スタイル	大阪府消費者教育センター 田中 久雄(大阪ガス株式会社)
6 16:10-16:20	認定式	大阪府消費者教育センター 部長 岩本 敏一氏
7 16:20-16:30	閉会	大府商大 山内 伸太郎

<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（1期生1名、3期生7名） ○一般学生9（大和大学2、立命館大学1、和歌山大学6）
企業	8名	ACAP：小林製薬株式会社、大阪ガス株式会社、株式会社コンシェルジュ、イカリ消毒株式会社、タビオ株式会社、ミズノ株式会社 NACS2
大学	2名	追手門学院大学、大阪外国語大学
その他	5名	大阪府消費生活センター（3名）、事務局（2名）
合計	32名	

<第3回交流会の様子>

1. 開会式

司会：池田 駿介(追手門学院大学)

開会宣言は産学協働人材育成機構 AICE の追手門学院大学の太田恵太先生からご挨拶いただいた。



初めに司会者からの注意事項、資料の確認を行い、続いて開会宣言を行った。開会宣言では太田先生から、消費者教育の意義や重要性などを述べていただいた。

2. 私の消費者教育について：山口詩織（追手門学院大学）

リーダー会副代表の山口さんから身の回りの消費者教育に関すること、リーダー会の活動やそれを通して得たものについて経験の話を交えながら話していただいた。



3. 消費者教育学生リーダー会活動紹介

紹介する内容は合計3つの予定であったが、一つ目の『放送大学、和歌山県、和歌山県立図書館主催連続公開講座について』、二つ目の『泉大津市商工会議所（青年会議所）主催 SDGs に関するイベント』の発表者の二人がインフルエンザで病欠のため、その二つの報告はとりやめた。三つ目の『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について』では消費者問題をテーマにした演劇の公演をした団体の紹介、またその活動による成果などを述べた。



4. 消費者を大事にする企業活動紹介:大阪ガス株式会社 田中久雄 様

テーマ:『地震対策と地球環境を守るための取り組みについて』

大阪ガスの概要、行われている地震対策、地球環境を守るためにされている取り組みについてお話いただいた。大阪ガスが主に取り扱っている天然ガスの特性、エネルギーと資源の違い、省エネ家電へ買い換えることによる省エネ効果などについて深く理解できた。



ガスは生活インフラの重要な1つだが、ガスを作るための資源や、ガスが止まった際、復旧するまでかかる時間はどれくらいかかり、顧客に情報を提供するシステムを新しく提供し始めたことなどについて紹介があった。ガスは一旦止めると再開するためには1軒ずつ安全を確かめることが必要だと知った。そのために、ガスを止めるために地域を限定していく努力をされていることが分かった。普段日常的に使っているガスについて、消費者のことを考えた取組がなされていることも知ることができ、いろいろ学ぶ機会となった。



5. 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』

ファシリテーター 青木 那実 (帝塚山学院大学)

テーマ:身近な場所でできるエネルギーの節約方法とその先にある生活スタイルを考える



ワークショップでは、企業の方、学生合わせて7人ほどのグループを4つ作り、話し合った後、発表をした。

まず第一段階として「身近でできる節約方法は何か」について考えた。リビング、キッチン、学校などを例としてエネルギーを出来るだけ使わないような節約の仕方、エネルギーをたくさん使う生活レベルを変えずにこまめに節約する仕方などいろいろなタイプでの節約を考えてもらった。



次に第二段階として『節約することにより、その先にある生活スタイルにタイトルをつけるとしたらどのようなタイトルにするか』ということについて考えた。



発表で出た生活スタイル名は以下のものであった。

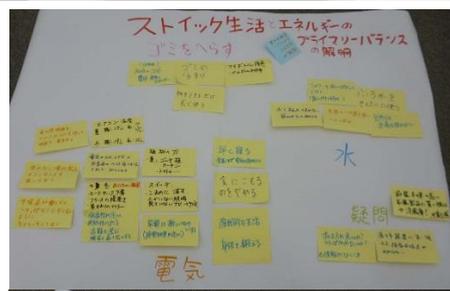
- ・ KOTATSU 的生活スタイルへ～健康的で継続的な節約をめざして～
- ・ 温故知新な生活の仕方
- ・ 集団プライベートな生活
- ・ スティック生活：エネルギーのプライマリーバランスの解明

6. 閉会式

消費者教育リーダー育成講座監修の岡崎裕先生が大学入試センター試験日と重なりご出席がかなわなくなったことから、AICE を代表して大串恵太先生にお話いただいた。

交流会修了後には、大串先生を囲んで、今回の交流会の運営についてリーダー会で振り返りを行った。ここで出た反省点については次回に活かすこととした。

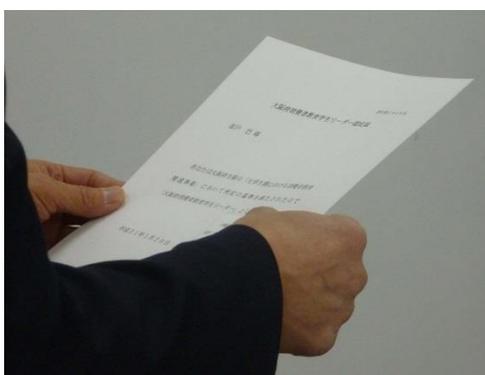




(4) 大阪府消費者教育学生リーダー認定式

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	16名(6大学)
------	----------



(5) 平成 28 年度～平成 30 年度 3 年間の交流会を振り返って

平成 28 年度から本事業を実施して 3 年間になる。この 3 年間で実施した企業×学生交流会は 1 年に 3 回の実施で、これまで 9 回開催してきた。本交流会ではその目的から、①学生リーダー会の活動を広く知ってもらう、②企業の社会的な活動について学生に知ってもらう、③企業と学生が生産者と消費者という立場からあるいはお互いの立場を超えて共に社会を創っていく一人として共に「消費」をキーワードに、地球や社会の未来を考え、その中でそれぞれお互いにできることは何かを考える、そうした場として機能させてきた。そのため、この 3 年間交流会のプログラムは一貫して次のように同じプログラムでおこなってきた。

<平成 28 年度から平成 30 年度までの企業×学生交流会プログラム>

第一部 活動紹介

- ①学生リーダー会の学生からみた消費者教育について
- ②学生リーダー会の活動紹介
- ③消費者を大事にする企業活動を知る（企業の講演）

第二部 ワークショップ・交流会

- ①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」
企業と学生と一緒にその時のテーマについて意見交換し、発表

そこで、実施した内容及び交流会で得られたアンケート調査結果をもとに、この 3 年間で振り返ってみる。これまで実施してきたテーマは、1 年間に「衣」「食」「住」を各回のテーマに掲げ、テーマについて学生が企画した内容をもとにテーマに関連する企業に学生が依頼をした。協力いただいた企業は、主に消費者関連専門家会議(ACAP)に協力をお願いし、ACAP の会員企業の中から学生の希望に沿った企業をご紹介いただき、交流会当日の企業活動紹介のご講演を引き受けていただいた。ACAP 以外からは、平成 29 年度に大阪府中小企業家同友会にもご協力いただいた。実際に行った交流会は以下の通りであった。

<平成 28 年度～平成 30 年度 交流会テーマ>

テーマ	年度回	企業講演	担当企業	ワークショップテーマ
衣	H30 第 1 回	花王の生活者視点活動～衣類用洗剤を中心にして～	花王株式会社	循環型社会・内なる消費ってなに？！
	H29 第 1 回	履き心地、デザイン、長持ち」の裏付けとなる靴下づくりの姿勢	タビオ株式会社	もったいない消耗品をなくすために～どう伝えるかを考えよう！
	H28 第 1 回	スポーツウェアの素材と機能を知る	ミズノ株式会社	正しい商品知識をもってモノを選ぼう

食	H30 第2回	ネスレの存在意義(Purpose)ー共通価値の創造(CSV)の実践	ネスレ日本株式会社	「食」は、家庭内や職場内における環境をどのように豊かにすることができるのか？
	H29 第2回	小売現場における食品衛生への取り組み	株式会社 消費科学研究所	保存期間について～家の中の食べ物大丈夫？
	H28 第3回	①食品メーカーにおける環境への配慮	日本ハム株式会社	食品ロス問題と向き合おう
②個人店舗が考える食品ロスの対応は～人に寄り添う～		ハートイン・菜		
住	H30 第3回	地震対策と地球環境を守るための取り組みについて	大阪ガス株式会社	身近な場所でできるエネルギーの節約方法とその先にある生活スタイルを考える
	H29 第3回	広く社会や地球環境に貢献する存在であり続けることを目指して	TOTO 株式会社	水資源に対する消費行動を見つめ直そう！
	H28 第2回	NTT ドコモにおける CSR	株式会社 NTT ドコモ	再確認！ネットのメリット・デメリット

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

<学生リーダー会辞典>

単語	意味	言葉が生まれた時期
もったいない 消耗品	消耗品は消耗品でも丁寧に扱ったり、正しい扱い方をすれば長持ちするので、消耗品として軽く扱うともったいないということ。	平成 29 年度第 1 回交流会ワークショップ
衣類ロス	本来はまだ着用できるのに廃棄されたり、収納されたまま着用されずに年数が経ち、劣化してしまって衣類が無駄に廃棄されること。	平成 29 年度第 1 回交流会ワークショップ
適水	節水のために水を使わなすぎても不具合が起こる。節水も大切だが、無駄な水を無くし、その上で適切な量の水を使うことが大切という考え方。	平成 29 年度第 3 回交流会ワークショップ

<p>外なる循環・ 内なる循環</p>	<p>循環型社会を、外なる循環・内なる循環と定義し、「新しい観点から循環型社会を捉え直す」。外なる循環とは、自分のコミュニティ以外の外部にアプローチすること。内なる循環とは、自分の生活環境の中での営みにアプローチすること。</p>	<p>平成 30 年度第 1 回ワークショップ</p>
-------------------------	---	-----------------------------

その他、平成 30 年度第 1 回交流会では、交流会企画・運営担当者の石井夏海さん（3 期生）が、企業の講演内容を分かりやすく伝えるために、今回初めてその場でグラフィックデザインの手法を使って講演内容を表現したものが以下である。このグラフィックデザインを参加者全員が見ることで、改めて講演内容を共有する機会となった。



第6節 啓発活動・広報活動

1. 大阪府消費者教育学生リーダー会自主勉強会による啓発活動

昨年度のリーダー会議の中で、メンバーからリーダー会主催の自主勉強会ができないかという意見が出ていた。本取組では、学生リーダー会の継続できる仕組みづくりをめざしている中で、自主勉強会の話がリーダー会から出てきたのは意味のあることであった。

自主勉強会を開催したい理由は、次のようなことであった。

- ①リーダー会メンバーは、学生リーダー養成講座を受講してから月日が経っており、活動を通して深まっていく知見を整理するとともに、新しい知識を入れたいこと。
- ②活動を通してリーダー会で伝えたいメッセージが蓄積され、それらをリーダー会のメンバーで共有するとともに、リーダー会以外の人にも広く伝え、一緒に活動してもらうよう働きかける場としたこと。

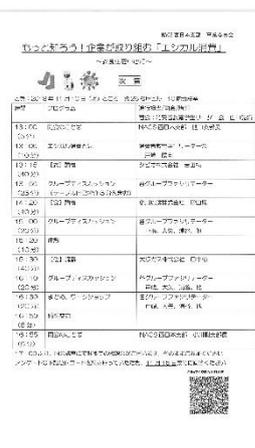
そこで、公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会（NACS）から学生のキャリア教育に関連する取組で連携できないかの打診を受けたことから、自主勉強会をNACSとのコラボプログラムとして実施することとした。消費者教育では、消費者市民社会の実現に向けた一人ひとりの主体的な行動が求められることから、人材育成をめざすキャリア教育とは親和性が高い。そこで、NACSが求めているプログラムの主旨と学生が求める自主勉強会の内容について双方で意見交換し、プログラムの具体化を進めていった。

事前打合せは3回。1回目はNACSからの協力依頼について話を聞くもの。2回目は、リーダー会から具体的な企画を提案し、その内容についてNACSと検討し、最終的なプログラム内容について議論を行い、具体化した。3回目は、当日のプログラム内容、担当者、役割等を確認した。実際に行ったプログラムは以下の通りであった。

<事前打合せ>

第1回目	平成30年6月11日（月）15：00～17：00 ACAP 西日本支部事務所にて NACSから学生のキャリア教育に関連する取組で連携できないかの相談を受ける。
第2回目	平成30年7月31日（火）18：00～20：00 NACS 西日本支部事務所にて リーダー会から企画提案した内容について、プログラムの具体的な内容を検討。
第3回目	平成30年9月20日（木）18：00～20：00 NACS 西日本支部事務所にて 当日のプログラム内容、担当者、役割等を決定、確認。

<コラボプログラム>

日時	平成 30 年年 11 月 10 日 (土) 13:00~17:00 懇親会 17:00~18:00
テーマ	もっと知ろう！ 企業が取り組む「エシカル消費」～衣食住を中心に～
担当者	企画・運営主担当：戸嶋陽向（阪南大学、1 期生） 運営担当：山口詩織（追手門学院大学、1 期生）、大矢萌々華（阪南大学、1 期生）、浦谷拓弥（大和大学、2 期生）
エシカル消費について	「エシカル消費とは？」戸嶋陽向（阪南大学、1 期生）
講義+ワークショップ 「衣」	○「儂い靴下の回収」 タビオ株式会社 お客様相談室 吉田孝行氏
講義+ワークショップ 「食」	○「フェアトレード」珈琲豆を通じて「SDGs 活動」等 小川珈琲株式会社 増田氏
講義+ワークショップ 「住」	○「持続可能な資源」「エネルギーとエシカル」等 大阪ガス株式会社 田中久雄氏
 	

<参加者数>

種類	参加者数	備考
学生	10 名	○学生リーダー一会学生 4 名（1 期生 3 名、2 期生 1 名） ※リーダー一会学生は進行、ワークショップファシリテータ担当 ○学生リーダー一会以外の学生 6 名
講師	3 名	タビオ株式会社、小川珈琲株式会社、大阪ガス株式会社
NACS	4 名	樋口支部長、小川副支部長、中村環境研、瀬戸事業委員
AICE	1 名	事務局（1 名）
合計	18 名	

2. 日本消費者教育学会での大阪府消費者教育学生リーダー会発表

学生リーダー会の活動を広く伝えるために、日本の消費者教育の研究の中心組織である日本消費者教育学会でリーダー会の活動について発表する機会をもった。本学会にて発表するために、学会員である本取組監修の岡崎裕先生を通して、リーダー会で学会発表を希望する学生を募り、立候補してきた学生6名が本学会員として登録し、発表する機会を得ることができた。

学会発表に至るまでの経緯、発表内容は以下の通りであった。

日時	場所	内容	
平成 30 年 4 月 18 日 (水) 18:00~20:00	さかい新事業創造センター1階 (AICE 事務局)	・学会発表の発表者を公募 (ラインも使用) ・発表内容について意見交換	1 期生 2 名 2 期生 1 名
平成 30 年 5 月 18 日 (金) 18:00~20:00	さかい新事業創造センター1階 (AICE 事務局)	・発表内容について検討 ・発表者 6 名を決定	1 期生 3 名 2 期生 1 名 岡崎先生
平成 30 年 6 月 6 日 (水) 18:00~20:00	梅田シルタス 17 階会議室 B (大阪駅前第三ビル)	・学会の発表内容の確認 ・発表の分担者を決定 ・リハーサル	1 期生 3 名 2 期生 2 名 岡崎先生 横田先生
平成 30 年 6 月 16 日 (土) 13:00~16:20	大阪教育大学天王寺キャンパス	・日本消費者教育学会関西支部研究・実践発表会にて発表 (発表時間 15 分) 発表者: 岡崎、山口、大矢、矢嶋 (1 期生)、浦谷、斬 (2 期生)	1 期生 3 名 2 期生 2 名 岡崎先生 横田先生
平成 30 年 9 月 24 日 (月祝) 18:00~20:00	梅田シルタス 10 階会議室 A (大阪駅前第三ビル)	・学会の発表内容の確認 ・発表の分担者を決定 ・リハーサル	1 期生 3 名 2 期生 2 名 岡崎先生 横田先生
平成 30 年 10 月 14 日 (日)	大阪教育大学天王寺キャンパス	日本消費者教育学会第 38 会全国大会発表会にて発表 (発表時間 15 分) 発表者: 横田、山口、大矢、矢嶋 (1 期生)、浦谷、斬 (2 期生)	1 期生 3 名 2 期生 2 名 横田先生

< 発表内容 >

事業概要	・大阪府の本事業の全体概要について ・今後への課題と展望について	横田先生
リーダー会の取組全般	・リーダー会活動への参加ステップ ・リーダー会で大切にしていること ・リーダー認定要件について	山口

	<ul style="list-style-type: none"> ・リーダー会組織について ・消費者教育学生活動の4つの柱（企業×学生交流会、ボランティア活動、学生リーダー会議、リーダー会専用HPでの発信） 	
活動の詳細	<ul style="list-style-type: none"> ・企業×学生交流会、ボランティア活動について ・リーダー会専用HPについて ・リーダー会に参加して 	大矢 戸嶋 浦谷、斬

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情報発信

学生リーダー会の活動内容を広く知ってもらうために、昨年度より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。

そこで、今年度は、次の工夫を行った。

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

学生リーダー会のホームページ

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

なお、発信するときのルールについては、昨年度以下の通り定めた。

【情報発信するときのルール】

●基本ルール

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

●Twitterのルール

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



私たちがつくりました！
消費者教育啓発パンフレット

企業×学生交流会
を開催しています！

私たちは
こんな活動
をしています！

- 2018.11.25 イベント**
平成30年度第2回企業×学生交流会を開催しました！
- 2018.11.11, 18 講座**
平成30年度大阪府消費者教育リーダー養成講座 第2弾を開講しました！
- 2018.11.10 イベント**
「もっと知ろう 企業が取り組む『エシカル消費』～衣食住を中心に～」を開催しました！
本イベントは、リーダー会の自主学習会をNACS(日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会)と連携して開催しました
- 2018.10.27 イベント**
平成30年度第1回企業×学生交流会を開催しました！
- 2018.10.14 発表**
平成30年度 日本消費者教育学会 第38回全国大会で学生リーダー会のメンバーがリーダー会活動について発表しました！
- 2018.9.25 講座**
リーダー会主催の「企業×学生交流会」の活動が、『第11次横浜市消費生活審議会報告「横浜市における市内事業者との連携・協力の在り方」』の中で、**事例として紹介されました**(27頁)＜横浜市消費生活審議会＞
- 2018.8.25, 26 講座**
平成30年度大阪府消費者教育リーダー養成講座 第1弾を開講しました！
- 2018.8.3 イベント**
大阪府金融広報委員会主催の「夏休み！ 親子で楽しむお金探検隊」イベントで、「おこづかいについて考えよう！」をリーダー会で担当しました！
- 2018.6.16 発表**
平成30年度 日本消費者教育学会関西支部 研究・実践発表会で学生リーダー会のメンバーがリーダー会活動について発表しました。
- 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！
- 2017.10.15, 22 講座**
平成29年度第2回大阪府消費者教育リーダー養成講座が開講しました！

@consumer_aiceさんのツイート

大阪府消費者教育学生リーダー会
@consumer_aice
エシカル消費について、学びませんか？ 11月10日に『もっと知ろう！ 企業が取り組む『エシカル消費』～衣食住を中心に～』を開催します。締切延長していますので、まだ応募可能です！

**もっと知ろう！
企業が取り組む『エシカル消費』
～衣食住を中心に～**

※主催：財団法人日本消費者協会（JCA）・一般社団法人エシカル消費協会（エシカル・消費協会）・NACS（日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会）
※協賛：大阪府消費者教育センター（消費者教育推進センター）
※後援：大阪府消費者教育センター（消費者教育推進センター）

本イベントは、企業と消費者が対話する場を創出する。また、企業の商品やサービスに関する消費者の声を「エシカル（倫理的）消費」に反映させる。また、企業の商品やサービスに関する消費者の声を「エシカル（倫理的）消費」に反映させる。また、企業の商品やサービスに関する消費者の声を「エシカル（倫理的）消費」に反映させる。

●講演企業・講演内容（敬称略）※講演内容は予告なく変更する場合があります

- 【衣】タピオ株式会社 「暑い靴下の回収」「広陵綿の栽培から靴下作り」
- 【食】小川珈琲株式会社 「フェアトレード（珈琲豆を通じて）」「SDGo活動」
- 【住】大阪ガス株式会社 「持続可能な資源」「エシカルなエネルギー選択」

2018. 11.10(土)13:00～17:00(開場12:30)・17:00～18:00(開演会あり)
第26松屋ビル 10階会議室 住所/大阪市中央区本町橋2-22
(本町橋北口駅徒歩約5分/市バス本町橋4分)

大阪府消費者教育学生リーダー会
@consumer_aice
大阪府消費者教育フェアの舞台上で環境に優しい選択の仕方を公演しました。#大阪府消費者教育フェア2018



4. 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	8/25、8/26 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 ・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	11/11、11/18 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 ・事務局から個別に大学、学部等への新規開拓 ・リーダー会の学生の個別の活動を通じて大学や友人に呼びかけ
企業×学生交流会開催案内ちらし	第1回、第2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 ・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、NACS へメール送信。各団体で会員企業へメール送信 ・リーダー会の学生を通じて個別に学生へ呼びかけ

5. 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>

産学協働人材育成機構AICEを活用した 大学生による消費者教育推進の取組

この消費者教育
推進事業について

消費者教育リーダー
実務講座について

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

大阪府消費生活センター委託事業「大学生期における消費者教育推進事業」

産学協働人材育成機構AICEを活用した
大学生による

消費者教育推進の取組

消費生活センター
2014.7.24



産学協働人材育成機構AICEを活用した大学生による消費者教育推進の取組は、平成28年度、平成29年度後、平成30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30年度

2019.1.20

イベント

[平成30年度第3回企業×学生交流会を開催します！](#)

2018.11.25

イベント

[平成30年度第2回企業×学生交流会を開催しました！](#)

2018.11.11, 18

講座

[平成30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！](#)

2018.10.27

イベント

[平成30年度第1回企業×学生交流会を開催しました！](#)

2018.8.25-26

講座

[平成30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！](#)

2018.06

お知らせ

[有隣会社ダブル・ワークス及び産学協働人材育成機構AICEが平成30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」の委託事業者に決定されました！](#)

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

[有隣会社ダブル・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」の委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！](#)

Pick Up!



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

第3章 取組に対する効果の検証

1. 効果検証のための調査について

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

番号	アンケート種類	対象	目的
1	「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）

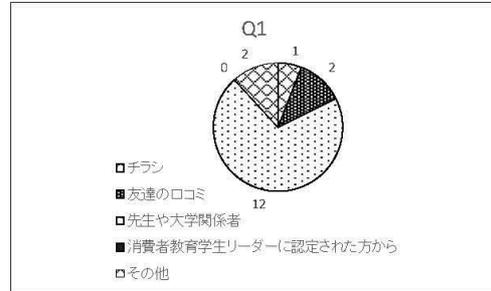
アンケート結果は、以下の通りであった。

平成30年度「消費者教育リーダー養成講座」 第1回 受講者アンケート集計結果

	第1回	第2回	合計
回答数	4	13	17

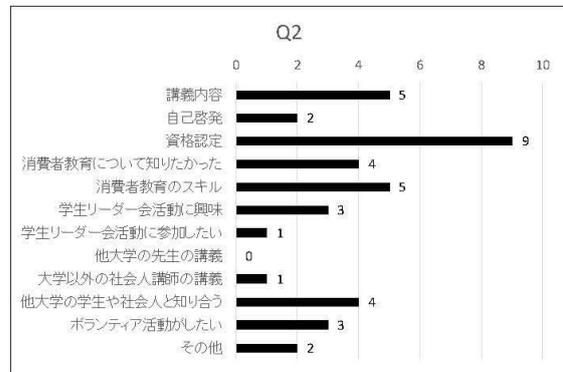
Q1 本講座などどのように知ったか	第1回	第2回	合計	
1 チラシ	1	0	1	6%
2 友達の口コミ	2	0	2	12%
3 先生や大学関係者	1	11	12	71%
4 消費者教育学生リーダーに認定された方から	0	0	0	0%
5 その他	0	2	2	12%

(その他)
・追手門STEPにて



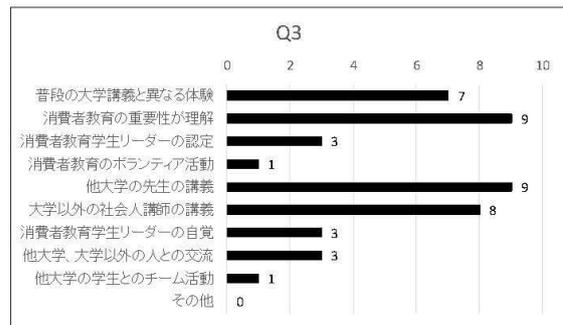
Q2 受講動機(いくつでも可)	第1回	第2回	合計	
1 講義内容	2	3	5	29%
2 自己啓発	1	1	2	12%
3 資格認定	1	8	9	53%
4 消費者教育について知りたかった	2	2	4	24%
5 消費者教育のスキル	1	4	5	29%
6 学生リーダー会活動に興味	2	1	3	18%
7 学生リーダー会活動に参加したい	1	0	1	6%
8 他大学の先生の講義	0	0	0	0%
9 大学以外の社会人講師の講義	1	0	1	6%
10 他大学の学生や社会人と知り合う	3	1	4	24%
11 ボランティア活動がしたい	2	1	3	18%
12 その他	0	2	2	12%

(その他)
・流通・小売に関連することを少しでも学べれば良いなと思ったから
・先生に勧められたから



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	2	5	7	41%
2 消費者教育の重要性が理解	3	6	9	53%
3 消費者教育学生リーダーの認定	0	3	3	18%
4 消費者教育のボランティア活動	0	1	1	6%
5 他大学の先生の講義	2	7	9	53%
6 大学以外の社会人講師の講義	3	5	8	47%
7 消費者教育学生リーダーの自覚	2	1	3	18%
8 他大学、大学以外の人との交流	3	0	3	18%
9 他大学の学生とのチーム活動	1	0	1	6%
10 その他	0	0	0	0%

(上記以外にあればお書きください)
・他大学の方と知り合い、話をするのがとても新鮮でした。
・日本ハムの川口さんのお話を聞くことができた。自分のレベルの低さが分かった。
・消費者教育の重要性を理解できた。
・消費者の役割とその役割の重要性を知れた事



平成30年度「消費者教育リーダー養成講座」 第1回 受講者アンケート集計結果

Q4 不満だった点

(具体的に)

- ・場所が分かりにくく、迷った。
- ・今年の参加者が少なく残念だった。
- ・時間が長いと思いました。
- ・特になし
- ・もう少し日本ハムさん(企業)の話聞きたかった。
- ・今後の予定についてのアナウンスが十分ではなかったと思う。
- ・話がつまらない、もう少し興味をもてるような話し方をして欲しい。講義資料が見にくい、もっと単的にまとめることはできないのか、講義の仕方が面白くない、資料に書いてあるものだけを言われても眠くなる。今回2回の講義だけで良いと言われてたのに、交流会に出ないといけないとはどういうことなのか、ちゃんと情報共有して下さい。中途半端すぎる資格として。
- ・資料にのっていることがあまり話されなかった点。資料を見ても分からないから、メモを取るが、すぐ話が変わって、最後までメモできなかった。

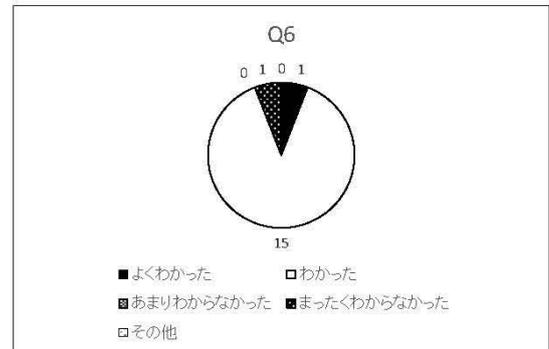
Q5 消費者教育学生リーダーによる消費者教育普及啓発活動についてどう思いますか？

(具体的に)

- ・リーダーを集めるために、もっと知らせるべきだと思います。興味のある学生はたくさんいると思います。
- ・自分も活動に参加したいと思った。
- ・消費者教育学生リーダーが主体となって取り組んでいる活動なので、その活動を推進することを非常に良いと思う。
- ・日頃、消費者として過ごしているながらも、消費することについて、ここまで深く考え、学んだことがなかったので、啓発すべきだと感じた。
- ・同じ大学生なのに頑張っている人がいると、刺激を受けました。
- ・これからの時代を担う若者に対して、消費者教育をすることは、とても大切だと思うから、良い活動だと思う。
- ・学生の新しい考え方が社会に反映されて良いと思う。
- ・同世代である人たちがしっかり話せており、自分も深く考えるきっかけとなりました。
- ・参加する前に思ってたよりも、規模が大きいいろんな企業がかかっているなど思った。
- ・今後、需要が高くなると思うので良いと思う。
- ・知っておいておいた方が良い知識ばかりなので、良いと思いました。
- ・イマイチこういった内容をしているのか分からなかったため、何がどのように良い活動なのか分かりませんでした。
- ・学生が自分達からこういったことを考えていることは、今後の社会につながると思うから、とても良い機会だと思った。
- ・他の大学生が経験していないことを経験することができるのは良いと思う。

Q6 安全・安心な消費生活を送る方法がわかったか？

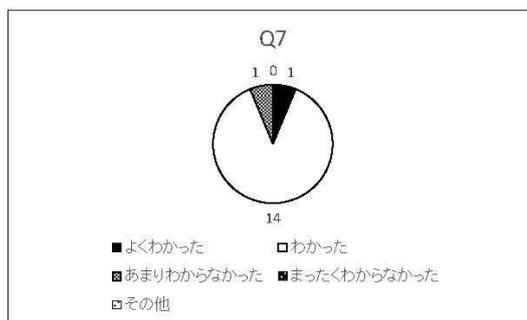
	第1回	第2回	合計
1 よくわかった	0	1	1
2 わかった	4	11	15
3 あまりわからなかった	0	0	0
4 まったくわからなかった	0	1	1
5 その他	0	0	0



平成30年度「消費者教育リーダー養成講座」 第1回 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	1	0	1
2 わかった	3	11	14
3 あまりわからなかった	0	1	1
4 まったくわからなかった	0	0	0
5 その他	0	0	0

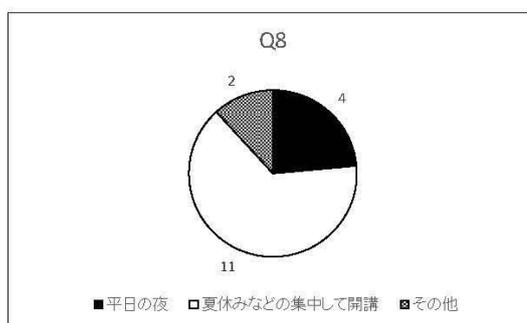


Q8 セミナーの開講時期として適当なものは？

	第1回	第2回	合計
1 平日の夜	0	4	4
2 夏休みなどの集中して開講	4	7	11
3 その他	0	2	2

(その他)

- ・休日に開講する
- ・土日の連続でやる。一週間空くのはしんどい。



Q9 自由な意見

- ・今回の講座で学んだ内容を生かして、積極的にボランティア活動に参加したい。
- ・他大学の人と交流できて良かった。受講前より、自らの消費者としての考え方が変わった。貴重なお話を聞かせて頂き、ありがとうございました。

・イマイチこういった活動をしているのか講義を受けても分かりませんでした。こういった話をしているのか、何の話だったのか、どういう意図で作られた資格なのか、といった資格なのか、多分話してはくれたのですが、理解できないまま終わりました。

・どういう面で活躍する資格なのかを把握できません。結局何の講義だったのでしょうか？

・受けてためになった！という話は、正直に言ってありません。

・資格としてできたばかりの物だからかは分かりませんが、内容のうすい資格だなという印象を受けました。

・もっと明確にどういう資格なのかを表して欲しいと思います。正直、眠い講義でした。

・あと、予定はもっと早く出せないでしょうか？大学生もヒマしている訳ではないので予定をあわせられず困ります。

・遅いとバイトや他の予定をいれるのもっと早く予定を出して欲しいです。

・日本ハムのお客様からのクレームに対する改善の仕方には驚き、興味を持ちました。

・最後の感想の時に、「お客様が神様化している」と言ったことで少し目的が分かりました。

- ・毎回、予定を出される日が遅いため、2年の後半にやっと受けることができた。先生からは、11日と18日空けるようにと言われたため、ちゃんと報連相してほしいなと思った。

・1ヶ月前に言われたら空けることができるのに、1週間前に言われても無理です。どれだけ調整してと言われても、難しい。バイト先にも迷惑をかけてしまうし、家族にも迷惑をかける。

・大学生の予定をもう少し考えてほしい。絶対に予定を空けておいて欲しいなら、最初から伝えておくべき。

・講義に関しては、受けた人から話は聞いていたとおり、つまらなかった。唯一、横田先生のときだけ、すごく楽しく受けることができました。

(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」(71%)が圧倒的であり、次に「友達の口コミ」(12%)が効果的であった。今回、大学及びAICE会員大学以外にも、個別に大学や学部を通じて、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」(53%)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」(29%)、「消費者教育スキル」(29%)、「消費者教育について知りたかった」(24%)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、一昨年度、昨年度よりさらに低かった。
- ・ただ、「他大学の学生や社会人と知り合う」(24%)が例年よりも多く、本活動が他の人の交流に魅力を感じてもらえるのは良い結果といえる。
- ・続いて、「学生リーダー会活動に興味」(18%)、「ボランティア活動がした」(18%)と続いた。昨年度に比べて、「学生リーダー会活動に興味」をもった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。

(受講してよかったこと)

- ・受講してよかったことは、「他大学の先生の講義」(53%)、「消費者教育の重要性が理解」(53%)、「大学以外の社会人講師の講義」(47%)、「普段の大学講義と異なる体験」(41%)と、消費者教育の重要性について理解できたことが例年以上に挙げていた学生がいたのは、講座内容が学生に理解されていたことを示すといえる。
- ・受講動機としての当初期待していなかったにもかかわらず、大学外の教員や社会人講師に興味を持っていることや大学での体験とは異なる体験が挙げられていた。今後の講座づくりについて、本講座の特徴であるいろいろな大学や企業や行政等との連携した内容に注力することが良いことが分かった。

(不満だった点)

- ・講義内容について分かり難いという意見があった。短い時間に消費者教育の内容及び学生リーダー会としての活動を伝えているが、伝え方にさらなる工夫が必要かもしれない。
- ・リーダー認定の資格について、募集のときにどういう資格であるかをもっと分かりやすく伝える必要がある。ホームページなども利用したい。
- ・講義資料がみにくい、資料をみても分からなかったという意見があった。講義資料はカリキュラムの順番に必要な資料を配布していることから、内容よりも配布時に資料の見方を説明し、資料を整理して持参するように注意する必要があるかもしれない。

(消費者教育普及・啓発活動)

- ・短期間の講義の中で、学生リーダー会の活動や消費者教育の必要性について大切な良い活動であると認識した学生が多かった。消費者教育の意味や活動の必要性については、受講生に伝わっていたと思われる。
- ・「日頃、消費者として過ごしていながらも、消費することについて、ここまで深く考え、学んだことがなかったので、啓発すべきだと感じた」、「知っておいておいた方が良い知識ばかりなので、良いと思った」と、本講座の意義が伝わっていた。
- ・「同じ大学生なのに頑張っている人がいると、刺激を受けた」、「これからの時代を担う若者に対して、消費者教育をすることは、とても大切だと思うから、良い活動」、「学生の新しい考え方が社会に反映されて良い」など、学生が本活動を行うことの重要性に気づいていた学生が多く、頼もしく感じた。
- ・「リーダーを集めるために、もっと知らせるべきだと思います。興味のある学生はたくさんいる」、「同じ大学生なのに頑張っている人がいると、刺激を受けた」など、リーダー会の学生の活動に刺激を受け、自分も参加したいという気持ちになった学生がいたことは、今後につながる内容であったことがわかる。

(3) 3年間の振り返り（平成28年度、29年度、30年度）

「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実施したアンケート調査結果から、この3年間で振り返ってみる。

<アンケート調査結果>

	H28	H29	H30	合計
受講生回答数	21	18	17	56

【Q1 本講座をどのように知ったか】	H28	H29	H30	合計	
チラシ	0	2	1	3	5%
友達の口コミ	4	0	2	6	11%
先生や大学関係者	16	15	12	43	77%
その他	1	1	2	4	7%

本講座の周知については、「先生や大学関係者」が77%とこの3年間常に一番高いルートであった。「友達の口コミ」を合わせると88%で、学生個人がもっているのネットワークから情報を得ていることが分かる。

【Q2 受講動機】

	H28	H29	H30	合計	
講義内容	10	7	5	22	39%
自己啓発	6	4	2	12	21%
資格認定	12	12	9	33	59%
消費者教育について知りたかった	9	5	4	18	32%
消費者教育のスキル	5	4	5	14	25%
学生リーダー会活動に興味	5	1	3	9	16%
学生リーダー会活動に参加したい	2	3	1	6	11%
他大学の先生の講義	0	2	0	2	4%
大学以外の社会人講師の講義	2	3	1	6	11%
他大学の学生や社会人と知り合う	4	3	4	11	20%
ボランティア活動がしたい	1	3	3	7	13%
その他	1	0	2	3	5%

受講動機は、「資格認定」59%、2番目が「講義内容」39%、3番目が「消費者教育について知りたかった」32%と続き、3年間を通して「資格認定」が1番、「講義内容」が2番、今年は4番目になったが「消費者教育について知りたかった」が他2年間は3番であった。平成30年度は3番目に「消費者教育のスキル」（全体で25%4番目）が入り、3番と並び消費者教育に関する項目が上位に入った。消費者教育という言葉は学生にあまりなじみがない言葉ではあるが、関心をもって参加していることが分かる。

【Q3 受講して良かったこと】

	H28	H29	H30	合計	
普段の大学講義と異なる体験	14	10	7	31	55%
消費者教育の重要性が理解	11	9	9	29	52%
消費者教育学生リーダーの認定	8	9	3	20	36%
消費者教育のボランティア活動	7	2	1	10	18%
他大学の先生の講義	2	4	9	15	27%
大学以外の社会人講師の講義	7	3	8	18	32%
消費者教育学生リーダーの自覚	2	3	3	8	14%
他大学、大学以外の人との交流	10	7	3	20	36%
他大学の学生とのチーム活動	4	2	1	7	13%
その他	0	0	0	0	0%

受講してよかったことは、1番が「普段の大学講義と異なる体験」55%、2番が「消費者教育の重要性が理解」52%、「消費者教育学生リーダーの認定」36%、「他大学、大学以外の人との交流」

36%、「大学以外の社会人講師の講義」32%と続いている。受講動機として一番だった資格認定については、受講してよかったことでは3番目になっており、受講していく中での体験が資格認定に勝っていているのが分かる。また、本講座は大阪府下の学生からの応募講座であることから、他の大学の学生や社会人講師との交流や体験が高評価を得ていることが分かる。

【Q6 安全・安心な消費生活を送る方法がわかったか？】

	H28	H29	H30	合計	
よくわかった	2	2	1	5	9%
わかった	16	16	15	47	84%
あまりわからなかった	3	0	0	3	5%
まったくわからなかった	0	0	1	1	2%
その他	0	0	0	0	0%

安全・安心な消費生活を送る方法が分かったか？という問には、「わかった」9%、「よくわかった」84%をあわせると93%が理解していることが分かる。

【Q7 「消費者市民社会」の形成のためにとるべき行動について】

	H28	H29	H30	合計	
よくわかった	2	4	1	7	13%
わかった	16	13	14	43	77%
あまりわからなかった	3	0	1	4	7%
まったくわからなかった	0	0	0	0	0%
その他	0	0	0	0	0%

「消費者市民社会」の形成のためにとるべき行動についてという問には、「わかった」13%、「よくわかった」77%をあわせると90%が理解していることが分かる。

【Q8 セミナーの開講時期として適当なものは？】

	H28	H29	H30	合計	
平日の夜	2	3	4	9	16%
夏休みなどに集中して開講	17	14	11	42	75%
その他	2	0	2	4	7%

セミナーの開講時期として適当なものは、「夏休みなどに集中して開講」75%が最も多く、「平日の夜」16%と続く。現在のような夏休み集中講座が好まれていることが分かる。平日の夜についても一定数の希望者がいることが分かる。開講時期についても一考の余地があるのかもしれない。

3. 交流会アンケートから見た効果の検証（学生・企業）

今年度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。

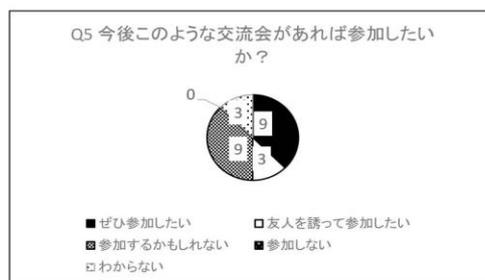
(1) アンケート結果（第1回、第2回、第3回）

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。

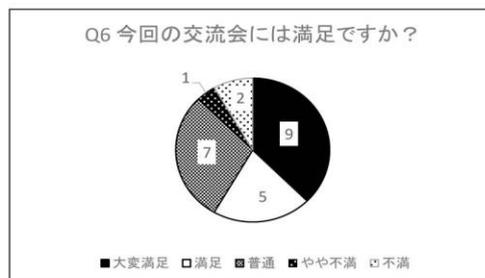
今年度は、学生の参加者が例年に比べて少なかったことから、企業からはもっと学生の参加を促すようにとの要望が強かった。アンケート結果は、以下の通りであった。

第1回、第2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)

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	2	4	9	38%
2 友人を誘って参加したい	0	1	2	3	13%
3 参加するかもしれない	1	1	7	9	38%
4 参加しない	0	0	0	0	0%
5 わからない	0	1	2	3	13%



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	2	3	4	9	38%
2 満足	1	2	2	5	21%
3 普通	0	0	7	7	29%
4 やや不満	1	0	0	1	4%
5 不満	0	0	2	2	8%



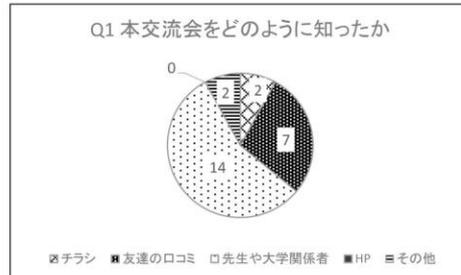
Q7 今回の交流会や消費者教育や学生リーダー会などについて自由なご意見を書いてください。

- ・グダグダになってしまったから、次があればしっかりしようと思います。
- ・私自身、初めて学生リーダーとして参加して、消費者教育についてさらに理解を深めることができた。また、グループディスカッションを通じて、「内なる消費」について考える良い機会になった。
- ・交流会で実験したのが初めてだったし、洗剤の役割や新しくなった表示など知らなかったことがたくさん知れて良かった。改善点としては、タイムキープの甘さ、時間の区切りがハッキリしていないため、グダグダになってしまった点。
- ・又、是非参加したいです。
- ・今回、交流会を企画してくれたリーダー会メンバーの皆さん、お疲れ様でした。リーダー認定をもらって、改めて「消費者教育学生リーダー」として、これからもたくさんさんの活動に参加していってもらえたらと思います。
- ・今回、ファシリテーターをしてみて、難しかったと思った。
- ・2度目の参加でしたが、緊張の中、発表もさせて頂き、学びの多い機会を頂けたなあと感じました。ありがとうございました。
- ・自分が考えていなかった意見、考えの交換、交流ができて良い刺激が受けられたし、貴重な経験となりました。
- ・普段、深く考えることのないことを考える良い機会でした。有難うございました。
- ・いろいろな所属の人たちと議論できたのは、楽しかった。
- ・グループ活動を通して、様々な考え方を知ることができました。エネルギーやテクノロジーの将来について、考えるいい機会となり、有意義な時間でした。
- ・一流企業の方の話聞ける機会は少ないので、とても良い経験になった。
- ・学生リーダー会が具体的にどんな活動をしているのか、気になった。

第1回、第2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)

	第1回	第2回	第3回	合計
回答数	4	5	15	24

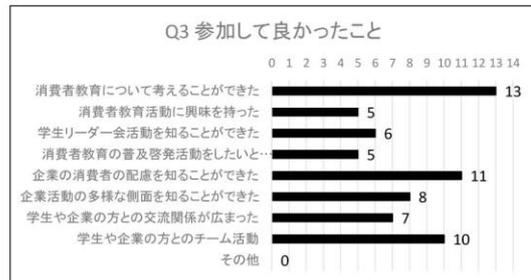
Q1 本交流会をどのように知ったか	第1回	第2回	第3回	合計	
1 チラシ	0	1	1	2	8%
2 友達の口コミ	1	3	3	7	29%
3 先生や大学関係者	2	2	10	14	58%
4 HP	0	0	0	0	0%
5 その他	1	0	1	2	8%



Q2 参加動機	第1回	第2回	第3回	合計	
1 交流会の内容	2	3	5	10	42%
2 自己啓発	1	0	4	5	21%
3 企業の話	1	3	7	11	46%
4 消費者教育について知りたい	1	1	1	3	13%
5 消費者教育のスキルを身につけたい	1	0	3	4	17%
6 リーダー会活動に興味	0	0	2	2	8%
7 他大学の学生や社会人と知り合う	1	1	2	4	17%
8 ボランティア活動がしたい	1	0	2	3	13%
9 友人や先生に誘われた	1	2	7	10	42%
10 その他	1	0	0	1	4%



Q3 参加して良かったこと	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	3	2	8	13	54%
2 消費者教育活動に興味を持った	0	1	4	5	21%
3 学生リーダー会活動を知ることができた	0	1	5	6	25%
4 消費者教育の普及啓発活動をしたと思った	2	0	3	5	21%
5 企業の消費者の配慮を知ることができた	2	2	7	11	46%
6 企業活動の多様な側面を知ることができた	3	1	4	8	33%
7 学生や企業の方との交流関係が広まった	1	1	5	7	29%
8 学生や企業の方とのチーム活動	3	1	6	10	42%
9 その他	0	0	0	0	0%



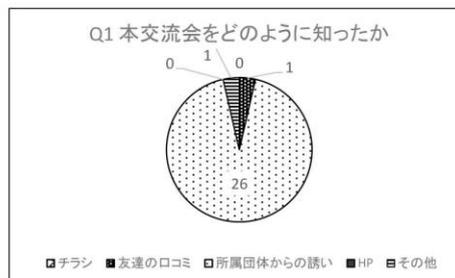
Q4 参加してみて不満だったことは？(具体的に)

- ・特になし
- ・不満はないが、もっと自分が頑張らないと感じた。
- ・話し合いの時間が少し短かった。

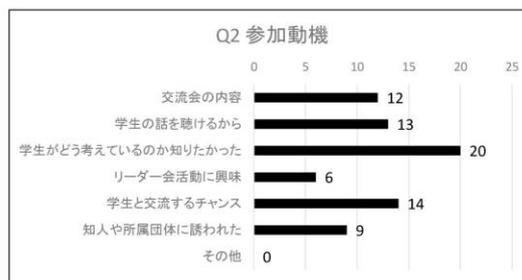
第1回、第2回、第3回 企業×学生交流会 参加者アンケート集計結果(企業)

	第1回	第2回	第3回	合計
回答数	9	11	8	28

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 テラシ	0	0	0	0	0%
2 友達のロコミ	0	1	0	1	4%
3 所属団体からの誘い	8	10	8	26	93%
4 HP	0	0	0	0	0%
5 その他	1	0	0	1	4%

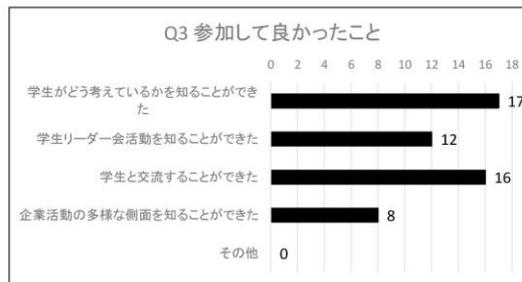


Q2 参加動機	第1回	第2回	第3回	合計	
1 交流会の内容	3	6	3	12	43%
2 学生の話聴けるから	4	6	3	13	46%
3 学生がどう考えているのか知りたかった	7	9	4	20	71%
4 リーダー会活動に興味	1	3	2	6	21%
5 学生と交流するチャンス	5	4	5	14	50%
6 知人や所属団体に誘われた	3	3	3	9	32%
7 その他	0	0	0	0	0%



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	6	7	4	17	61%
2 学生リーダー会活動を知ることができた	6	3	3	12	43%
3 学生と交流することができた	6	7	3	16	57%
4 企業活動の多様な側面を知ることができた	1	5	2	8	29%
5 その他	0	0	0	0	0%

・ネス様のお話は大変良かった。

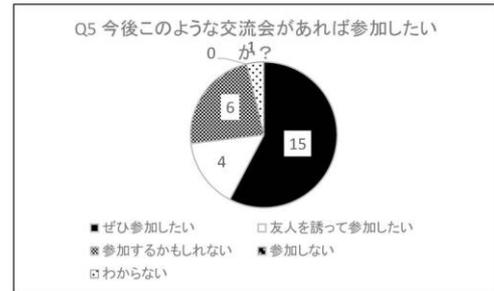


Q4 参加してみて不満だったことは？(具体的に)

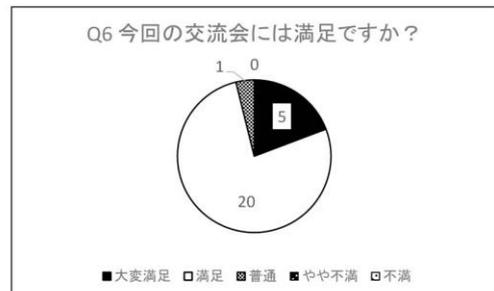
- ・学生さんがもっと大勢参加してもらいたかった。
- ・学生の参加者数が思った以上に少なかった。(次回は多数の参加を期待します。)ワークショップは面白かった。
- ・ありません
- ・もう少し参加者が多ければよかった。
- ・時間管理
- ・学生がもっとたくさん参加して欲しかった。平日の方が参加する？
- ・学生数が企業数と比較して少ない
- ・パワーポイントが小さくて見にくい
- ・学生の参加人数が思ったより少なかった。
- ・参加数が少なくて残念でした。
- ・学生の活動紹介をもう少し具体的な日々の活動の紹介をして欲しかった。また、資料は作成して発表して欲しかった。また、学生数の数も少なかった。
- ・学生のプレゼンは、もう少し準備をしておいて欲しかった。
- ・特になし
- ・リーダー会に認定される？されない？は、何が基準？ 何かよく分からないまま、表彰が始まった。

第1回、第2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)

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	5	7	3	15	54%
2 友人を誘って参加したい	2	1	1	4	14%
3 参加するかもしれない	2	2	2	6	21%
4 参加しない	0	0	0	0	0%
5 わからない	0	1	0	1	4%



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	2	1	2	5	18%
2 満足	6	9	5	20	71%
3 普通	0	1	0	1	4%
4 やや不満	0	0	0	0	0%
5 不満	0	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。

・消費者教育のためには、今、何に問題があるのか探ることです。そのためには、実体験、本当に買って使う、契約してみる、銀行の何かを使ってみるような、汗を流して、言葉で語る事が大切です。本を読んだり、ネットで検索したのではなく、実体験した事をリアルに語る→問題解決するような活動に挑戦して下さい。

・ワークショップは、細かな限定がなかったのが、幅広く、自由な話しができ、良かったと思います。ありがとうございました。

・学生リーダー会のみならず、ありがとうございました。頑張ってください。応援しています。

・11月10日お待ち申し上げます。

・ネスレさんのCSVの考え方や事業に拡大しているお話が大変参考になった。

・学生にもっと多く参加してもらいたい。(リーダー会以外の方々も)

・前向きな取り組みに本日も元気をいただきました。ありがとうございます。

・今日、来られた学生の皆さんには、ぜひ、次回も参加してもらいたい。リーダー会のOB、卒業した人達に声をかけるのはどうでしょうか？社会人1～2年目で、消費者問題に興味がある若者たちから、学生と企業人の中間層の話も聞いてみたい。

・若い学生の意見を直接聞ける機会は大変重要なので、もっとたくさんの学生が集まる工夫をしていただければと思いました。

・17のSDGsのための国際栄養士(何でもできる栄養士)。コーヒー、ココアへのとろみをつけるバランスが難しい。ワークショップは、勉強になりました。学生にも伝えておきます。

・学生が想像以上にまじめに参画していると感心した。

・事業者として、あまり接点がない次世代の消費者なので、貴重な機会として、今後も交流を重ねていきたいと思う。

・学生さんの前向きで固定観念にとられない、ご意見で、勉強になりました。

・リーダーに認定され、大学を卒業したOBに、この交流会に参加して欲しい。リーダーの活用は、在学中だけではないと思います。

・参加が少ない(前回よりは、良かったが・・・)。

(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。今年度は「友だちのロコミ」(29%)が例年に比べて多く、リーダー会の学生に誘われてリーダー会に参加していない学生からの参加が目立った。「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、「企業の話」(46%)で、「交流会の内容」(42%)、「友人や先生に誘われた」(42%)が続いた。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。
- ・「友人や先生に誘われた」(42%)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」(54%)、「企業の消費者の配慮を知ることができた」(46%)、「学生や企業の方とのチーム活動」(42%)と続いた。
- ・「学生や企業の方とのチーム活動」(42%)がこれだけ高い数字が出たのは3年間ではじめてであった。「学生や企業の方との交流関係が広まった」(29%)と感じている学生も多く、ワークショップに魅力を感じた学生が多かったことが分かる。
- ・「企業の消費者の配慮を知ることができた」(46%)、「企業活動の多様な側面を知ることができた」(33%)と、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。
- ・「学生リーダー会活動を知ることができた」と回答した学生も25%と、リーダー会以外の学生の参加者にとってリーダー会の活動に興味を持ってもらえる機会になっていたことが分かった。また、「消費者教育の普及啓発活動をしたいと思った」と回答した学生も21%いたことから、交流会が参加した学生にとって刺激になっていたことが分かる。

(参加して不満だったこと)

- ・ワークショップの話し合いの時間が短かったとの意見があった。今後の時間配分を検討したい。

(今後の参加、満足度)

- ・「是非参加したい」(38%)人、「参加するかもしれない」(38%)人を合わせると76%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13%であった。昨年度より減少したものの一昨年度は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なってきたことが分かる。

- ・「大変満足」(38%)、「満足」(21%)と、満足度は59%であった。例年、ほぼ100%の満足の回答があることから、今年度は、「普通」が29%あり、交流会の内容や在り方について、今後検討が必要であると思われた。

(自由記述)

- ・グダグダになってしまったから、次があればしっかりしようと思います。
- ・私自身、初めて学生リーダーとして参加して、消費者教育についてさらに理解を深めることができた。また、グループディスカッションを通じて、「内なる消費」について考える良い機会になった。
- ・交流会で実験したのが初めてだったし、洗剤の役目や新しくなった表示など知らなかったことがたくさん知れて良かった。改善点としては、タイムキープの甘さ、時間の区切りがハッキリしていないため、グダグダになってしまった点。
- ・又、是非参加したいです。
- ・今回、交流会を企画してくれたリーダー会メンバーの皆さん、お疲れ様でした。リーダー認定をもらって、改めて「消費者教育学生リーダー」として、これからもたくさんの活動に参加していってもらえたらと思います。
- ・今回、ファシリテーターをしてみて、難しかったと思った。
- ・2度目の参加でしたが、緊張の中、発表もさせて頂き、学びの多い機会を頂けたなあと思いました。ありがとうございました。
- ・自分が考えていなかった意見、考えの交換、交流ができて良い刺激が受けれたし、貴重な経験となりました。
- ・普段、深く考えることのないことを考える良い機会でした。有難うございました。
- ・いろいろな所属の人たちと議論できたのは、楽しかった。
- ・グループ活動を通して、様々な考え方を知ることができました。エネルギーやテクノロジーの将来について、考えるいい機会となり、有意義な時間でした。
- ・一流企業の方の話を聞ける機会は少ないので、とても良い経験になった。
- ・学生リーダー会が具体的にどんな活動をしているのか、気になった。

【企業】

(広報)

- ・交流会を知るきっかけは、「所属団体からの誘い」(93%)が圧倒的多数であった。協力いただいたACAP、今年から参加のNACSともに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」(71%)で、「学生と交流するチャンス」(50%)、「学生の話をお聴けるから」(46%)、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」(61%)、「学生と交流す

ることができた」(57%)、「学生リーダー会活動を知ることができた」(43%)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)

- ・学生さんがもっと大勢参加してもらいたかった。
- ・学生の活動紹介をもう少し具体的な日々の活動の紹介をして欲しかった。また、資料は作成して発表して欲しかった。また、学生数の数も少なかった。
- ・リーダー会に認定される？されない？は、何が基準？何かよく分からないまま、表彰が始まった。

(今後の参加、満足度)

- ・「是非参加したい」(54%)と、今年は是非参加したいという人がかなり減少した。交流会のプログラムの見直しの時期に来ていることが分かった。
- ・「友人を誘って参加したい」が14%だったことから、交流会に興味を持っていただいた人がいることが分かる。
- ・「大変満足」(18%)、「満足」(71%)と、90%の人から満足の結果が得られた。ただ、例年より大変満足の人が大幅に減少しており、満足度からもプログラムの改善に必要性に加え、学生の参加者を増やす工夫が求められる。

(自由記述)

- ・消費者教育のためには、今、何に問題があるのか探ることです。そのためには、実体験、本当に買って使う、契約してみる、銀行の何かを使ってみるような、汗を流して、言葉で語る事が大切です。本を読んだり、ネットで検索したのではなく、実体験した事をリアルに語る→問題解決するような活動に挑戦して下さい。
- ・ワークショップは、細かな限定がなかったので、幅広く、自由な話しができ、良かったと思います。ありがとうございました。
- ・学生リーダー会のみなさま、ありがとうございました。頑張ってください。応援しています。
- ・11月10日お待ち申し上げます。
- ・ネスレさんのCSVの考え方と事業に拡大しているお話が大変参考になった。
- ・学生にもっと多く参加してもらいたい。(リーダー会以外の方々も)
- ・前向きな取り組みに本日も元気をいただきました。ありがとうございます。
- ・今日、来られた学生の皆さんには、ぜひ、次回も参加してもらいたい。リーダー会のOB、卒業した人達に声をかけるのはどうでしょうか？社会人1～2年目で、消費者問題に興味がある若者たちから、学生と企業人の中間層の話も聞いてみたいです。
- ・若い学生の意見を直接聞ける機会は大変重要なので、もっとたくさんの学生が集まる工夫をしていただければと思いました。
- ・17のSDGsのための国際栄養士(何でもできる栄養士)。コーヒー、ココアへのとろみをつけるバランスが難しい。ワークショップは、勉強になりました。学生にも伝えておきます。

- ・学生が想像以上にまじめに参画していると感心した。
- ・事業者として、あまり接点がない次世代の消費者なので、貴重な機会として、今後も交流を重ねていきたいと思う。
- ・学生さんの前向きで固定観念にとらわれない、ご意見で、勉強になりました。
- ・リーダーに認定され、大学を卒業したOBに、この交流会に参加して欲しい。リーダーの活用は、在学中だけではないと思います。
- ・参加が少ない（前回よりは、良かったが・・・）。

【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」が多かったが、今年度は学生リーダー会の学生の口コミで参加してきた学生が増えたことから、リーダー会の学生が積極的に回りの学生を誘い、参加に結び付けていることが分かった。
- ・例年に比べ「企業の話」に興味を持った学生が多かった。交流会は学生にとって企業理解の一環としても活用できることを示していた。
- ・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。
- ・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。
- ・「学生リーダー会が具体的にどんな活動をしているのか、気になった。」という意見があり、リーダー会以外の学生がリーダー会に興味を持ってもらう機会になっていたことが分かった。
- ・交流会は、リーダー会に新しく参加した学生が企画・運営を担当するが、「ファシリテーターをしてみても、難しかったと思った」という回答があった。交流会の企画・運営を始めて担当する学生がほとんどで、この経験が学生の成長につながっている。

<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、NACS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。
- ・例年「大変満足」学生よりも高い傾向にあったが、今年度は「大変満足」が大幅に減少した。今後、プログラム内容や学生の参加について、見直しが必要である。
- ・「リーダー会のOB、卒業した人達に声をかけるのはどうでしょうか？」という意見があ

り、今後、リーダー会 OB についても参加の案内をすることを検討したい。

- ・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。

また、第3回の交流会の後、大串先生（追手門学院大学）にファシリテーターをしていただき、交流会に参加していたリーダー会の学生で振り返りをその場で行った。そこで出た意見を今後の交流会の運営等に活かすこととした。

【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。

■ 1、2期生は自分の経験知を3期生の学生に積極的に伝えていくことが必要だと感じた。

本番では、いろいろなことが起こるが、1、2期生は経験が3期生よりあるので、早めに起こりそうなことを伝え、円滑な運営に役立ててもらうようにすればよかった。

■ 自分のことばで話そうとしたが難しかった

ワークショップのファシリテーターを担当したが、自分のことばで伝えることが難しかった。最後の発表者の話を一旦ファシリテーターが引き受けるようにすればよかったが、そのスキルがまだないと分かった。

（3）3年間の振り返り（平成28年度、29年度、30年度）

交流会では企業等と学生に対してアンケート調査を実施している。この3年間をアンケート結果から振り返ってみる。

＜アンケート調査結果＞

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

	H28	H29	H30	合計
企業回答数	29	24	28	81
学生回答数	39	47	24	110

【Q1 本交流会をどのように知ったか】

【企業】	H28	H29	H30	合計
チラシ	0%	0%	0%	0%
友達の口コミ	10%	8%	4%	7%
所属団体からの誘い	62%	75%	93%	77%
HP	3%	0%	0%	1%
その他	28%	17%	4%	16%

【学生】	H28	H29	H30	合計
チラシ	3%	6%	8%	5%
友達の口コミ	41%	9%	29%	25%
先生や大学関係者	31%	60%	58%	49%
HP	0%	2%	0%	1%
その他	23%	23%	8%	20%

企業、学生ともに、3年間を通じて所属団体や大学関係者からの誘いが一番多かった(77%)。学生については、友達からの口コミが1年目は多かったものの減少傾向にある。学生については、今後、友達の口コミを増やしていくことが参加者を増やしていく1つである。

【Q2 参加動機】

【企業】	H28	H29	H30	合計
交流会の内容	31%	29%	43%	35%
学生のお話を聴けるから	34%	42%	46%	41%
学生がどう考えているのか知りたかった	66%	58%	71%	65%
リーダー会活動に興味	34%	21%	21%	26%
学生と交流するチャンス	41%	46%	50%	46%
知人や所属団体に誘われた	21%	4%	32%	20%
その他	3%	8%	0%	4%

【学生】	H28	H29	H30	合計
交流会の内容	46%	26%	42%	36%
自己啓発	26%	17%	21%	21%
企業の話	41%	23%	46%	35%
消費者教育について知りたい	13%	23%	13%	17%
消費者教育のスキルを身につけたい	33%	28%	17%	27%
リーダー会活動に興味	21%	13%	8%	15%
他大学の学生や社会人と知り合う	28%	19%	17%	22%
ボランティア活動がしたい	5%	2%	13%	5%
友人や先生に誘われた	31%	23%	42%	30%
その他	8%	11%	4%	8%

参加動機は、企業は1番が「学生がどう考えているのか知りたかった」(65%)、次に「学生と交流するチャンス」(46%)、続いて「学生の話聞けるから」(41%)と続いた。企業は、学生たちと交流し、どう考えているのかを知りたいと思って参加している人が多かったことがわかる。3年間を通じて傾向は同じであった。

学生は、一番が「交流会の内容」(36%)に興味を持って参加しており、「企業の話」(35%)と続いた。「友人や先生に誘われて参加」(30%)した学生も多いことがわかる。一方で、「消費者教育のスキルを身につけたい」(27%)という積極的な姿勢を見せている学生も多く、リーダー会の学生の参加が中心であることから消費者教育に関わろうという意識の高さが伺えた。平成30年度の学生は、誘われて参加したり、消費者教育のスキルを身につけたい学生も減少していることから、少し受身な学生が多かったことがみてとれた。

【Q3 参加して良かったこと】

【企業】	H28	H29	H30	合計
学生がどう考えているかを知ることができた	83%	92%	61%	78%
学生リーダー会活動を知ることができた	72%	29%	43%	49%
学生と交流することができた	52%	50%	57%	53%
企業活動の多様な側面を知ることができた	10%	21%	29%	20%
その他	3%	0%	0%	1%
【学生】	H28	H29	H30	合計
消費者教育について考えることができた	67%	66%	54%	64%
消費者教育活動に興味を持った	28%	23%	21%	25%
学生リーダー会活動を知ることができた	28%	21%	25%	25%
消費者教育の普及啓発活動をしたと思った	15%	21%	21%	19%
企業の消費者への配慮を知ることができた	49%	49%	46%	48%
企業活動の多様な側面を知ることができた	59%	40%	33%	45%
学生や企業の方との交流関係が広まった	33%	23%	29%	28%
学生や企業の方とのチーム活動	26%	30%	42%	31%
その他	0%	2%	0%	1%

参加してよかったことは、企業は、参加動機と同じ項目が1番「学生がどう考えているのか知ることができた」(78%)、次に「学生と交流することができた」(53%)との結果となった。本交流会に参加したことで、「学生リーダー会の活動を知ることができた」(41%)も3番目に挙がっていた。交流会がリーダー会活動を積極的に企業に伝えていく機会になっていることが分かった。

学生は、1番に「消費者教育について考えることができた」(64%)と、交流会に参加して、改めて消費者教育と向き合っている姿が分かった。2番目に「企業の消費者への配慮を知ることができた」(48%)、「企業活動の多様な側面を知ることができた」(48%)と消費者教育を通じて企業の新たな面を理解していることが分かった。これは、交流会が、通常の企業説明会などとは異なり、企業理解を促す上で効果的であることを示している。今後、本取組がキャリア教育や就職支援などで取り組んでいる企業理解について、それらの取組とは異なるアプローチで企業理解を深めることができることがわかる。交流会を広く大学や学生に周知していくときの1つのヒントがそこにあると言える。

【Q5 今後このような交流会があれば参加したいか？】

【企業】	H28	H29	H30	合計
ぜひ参加したい	79%	92%	54%	74%
友人を誘って参加したい	7%	4%	14%	9%
参加するかもしれない	14%	0%	21%	12%
参加しない	0%	0%	0%	0%
わからない	0%	0%	4%	1%

【学生】	H28	H29	H30	合計
ぜひ参加したい	72%	43%	38%	52%
友人を誘って参加したい	0%	19%	13%	11%
参加するかもしれない	23%	34%	38%	31%
参加しない	0%	0%	0%	0%
わからない	5%	4%	13%	6%

今後交流会に参加したいかを聞いたところ、企業、学生ともに1番が「ぜひ参加したい」(74%、52%)、「参加するかもしれない」(12%、31%)と続いた。学生については、「友人を誘って参加したい」が、1年目が0%、2年目19%、3年目13%と伸びている。今後、学生の口コミで参加が広がることに期待したい。

【Q6 今回の交流会には満足か？】

【企業】	H28	H29	H30	合計
大変満足	76%	63%	18%	52%
満足	21%	33%	71%	42%
普通	0%	0%	4%	1%
やや不満	0%	0%	0%	0%
不満	0%	0%	0%	0%

【学生】	H28	H29	H30	合計
大変満足	54%	62%	38%	54%
満足	46%	32%	21%	35%
普通	0%	6%	29%	9%
やや不満	0%	0%	4%	1%
不満	0%	0%	8%	2%

交流会の参加満足度を聞いたところ、企業、学生ともに「大変満足」(52%、54%)、「満足」(42%、35%)と参加者の90%前後が満足を示した。ただ、平成30年度は、学生の満足度で「普通」(29%)が急増していること、企業については平成28年度、平成29年度と「大変満足」が一番だったが、平成30年度は「大変満足」は18%と大幅に減少している。企業からはもっと学生の参加を促すようにとの意見も多く、今後、交流会のプログラムや学生の参加者数の増加など、見直しが必要になっていることが分かった。

第4章 今後への課題と展望

1. 今後への課題

(1) 大阪府消費者教育学生リーダー参加者の確保と拡大

今年度は、例年に比べて養成講座の受講生を集めるのに大変な苦労があった。特に、8月の最初の公募時には6名の応募しかなく、実際に受講した学生は4名であった。最終的には、11月の養成講座第2弾で17名の応募者があり、本年度としては8月と11月を合わせて17名が本講座を修了した。「大学生期における消費者教育の担い手育成」という本事業の目的に対して、応募する学生の減少という結果は、大きな課題として残ることとなった。一方で、交流会への参加学生も例年に比べて少なく、協力団体であるACAPからももっと多くの学生の参加を求められる結果となった。

応募する学生や交流会への参加学生が減少した要因は一体どこにあったのか。この点を検証することが今後の大学生を対象とした施策を進める上で重要である。その要因については、大学生を取り巻く環境が大きく変わってきた中で、簡単には絞りこむことが難しいが、要因として考えられることとして次のようなものが挙げておく。

<学生の応募が今年度大幅に減少した要因について>

- ・最近では、夏季休業中、休日、平日夜に関わらず、多くの学生がアルバイト等で忙しく、他の活動にスケジュールを入れることが難しくなっている。
- ・今年度は、本取組だけでなく、他の組織等で開催された就職のための合同説明会、インターンシップ、大学外で行われている様々な取組等の参加者が、例年に比べて極端に少ないという報告があちこちで挙がっている。その要因として議論になっているのは、就職での売り手市場による学生の気の緩みがあるのではないかというもの。氷河期といわれている頃に比べて学外の活動に積極的に参加しようとする学生が減少しているのではないかと。

そこで、応募者を増やすために、弊社のもつ大学教員のネットワーク等を活用し、教員、学部、学長、キャリアセンター等に直接個別にアプローチし追加で学生の勧誘を行った。その結果が11月に開催した養成講座での17名の応募者につながったと思われる。

しかし、今後の学生募集の方法を考えると、要因として挙げたいずれもが学生の自主的な意思による参加を待つ形では学生の確保は難しく、不安定な状況が続くものと思われる。受講生によるアンケートから、学生の参加動機を見ると、「資格取得」ができることを参加動機の1つに挙げている学生がこの3年間で全体の6割にのぼっている。本講座が学生にとって

何らかの有意性をもつためには、資格取得以外にも考える必要がある。今年度、教員や特定の学部や学長に直接アプローチした中で1つのヒントがあったように思われる。今年度実施してみて有効なアプローチ方法として以下を挙げておく。

<学生の応募を増やすためのアプローチ方法についての一考察>

- ・消費者教育に親和性のある学部や学科へのアプローチである。教育学部であれば家庭科専門の教員志望の学生、ACAPの会員企業に見られるように食品関連の企業が多いことから、食物栄養を専門とする学部や学科へのアプローチも有効であると思われる。
- ・交流会の参加学生へのアンケートからは、参加してよかった点として、「企業の多様な側面を知ることができた」「企業の消費者への配慮を知ることができた」「企業の人と一緒にチーム活動」「企業との交流」を挙げている学生が多い。交流会が企業理解の新たなアプローチになっていることが分かる。そこで、企業理解を深めたいと考えている大学のキャリアセンターへのアプローチも有効であると思われる。
- ・資格取得以外に、学生が考えるインセンティブとして大きいのは単位取得であることから、養成講座からリーダー会活動の一連の取組をまとめて大学の単位認定科目として認定してもらうアプローチがある。単位認定が認められた場合は、毎年学生を一定数確保することができると思われる。

(2) リーダー養成講座内容の質向上

大阪府消費者教育リーダー養成講座は、平成28年度から3年間実施してきた。カリキュラムの内容は毎年少しずつ改良されているものの、大きく変わってはいない。次年度以降のカリキュラムを考えると参考までに、3年間実施してきた知見を活かし、内容の質向上について考察してみることとする。

受講後のアンケート調査からみる受講生からの一番の反応は、「消費者教育は実は誰にとっても大事なことであるにもかかわらず、これまでちゃんと考えてきたことがなかった。本講座を通じて消費者教育について考えることができた」というものである。この多くの学生からの声は、講座の中で、消費者教育が誰にとっても大事なことだという本質を伝えることに成功していることを示している。企業の話を新鮮に受け留めている学生も多い。これは、企業という先入観と実際に企業が行っている消費者を大事にする事業活動の多様性とのギャップに考えを深めている様子を表している。自分たちと同じ学生であるリーダー会の学生のがんばっている姿を見て刺激を受けたとする学生も多くいる。

このような受講生の姿をみるとすべてが成功しているように見えるが、実は、講座を修了し、リーダー会に入会した学生の中で、リーダー会活動に積極的に関わっていく学生はそのうちの2割程度である。

受講によって受けたものをリーダー会活動に積極的に関わっていく態度に結び付けていくのが、養成講座の1つの大きな課題といえる。受講を活動に繋げていけるような講座づくりとそのための質向上を図ることが求められる。

2. 今後への展望

(1) 大阪府消費者教育学生リーダー会活動の定着に向けて

本事業の中心的テーマの1つは、消費者教育の担い手としての大学生組織「大阪府消費者教育学生リーダー会」活動の定着を図ることである。第2章第2節「大阪府消費者教育学生リーダー会が自立化できる活動及び体制づくり」で示した通り、今年度の取組は、活動の柱を「組織の充実」「人を巻き込む」「他組織との連携」「独自の活動づくり」「学会発表等による活動紹介」の5つに定め、リーダー会が今後自立化できるための活動や体制づくりに注力して活動を進めてきた。

リーダー会組織は、この3年間で1期生、2期生、3期生と年度を重ね、現在までに56名の会員を生んできた。しかし、学生組織であるがゆえに時期がくると卒業していくことから、今年度までの登録者総数のうち15名が昨年度末に卒業し、今年度末にはさらに10名の卒業が見込まれており、次年度スタート時の登録者現役数は25名となる。また、前述したように、リーダー会に入会した学生の中で、リーダー会活動に積極的に関わっていく学生はそのうちの2割程度である。とすれば、次年度スタート時、リーダー会活動に当初から積極的に関わっていく学生は5～6名と考えられる。この数字からみると、組織で役割を担っている学生たちが中心となるだろうことが分かる。今年度も近い状況にあったが、今後、リーダー会に登録した学生が数年後には大学を卒業するという組織の性格上、リーダー会活動が定着し次年度に引き継いでいくことができるようになるためには、毎年実施している養成講座で新たな人材を養成し、その学生たちが組織の活動に入ってくるような環境づくりが大切になってくる。入るきっかけとしては、例年の学生たちを見ると、企業×交流会企画・運営を担当することや交流会に参加し企業と交流すること、ボランティア活動に参加し刺激を受けること等が効果的である。

今年度の反省の1つは、養成講座第2弾の開講が11月になりその受講生が多かったことから、交流会に参加する機会が限られてしまい、結果的にリーダー会活動にコミットする機会を失った感があることである。養成講座の開講時期はリーダー会活動の定着化に向けて1つの鍵となっていることから、今後の事業展開を考える上で養成講座の開講時期は十分に検討することが大事になると思われる。

一方、活動の観点からみると、今年度示した5つの活動の柱をさらに充実させていくことが大事になってくる。リーダー会活動の紹介の場としては、これまでの大阪府消費者フェア、ホームページやボランティア活動等が中心であった。しかし、今年度は、リーダー会の学生が日本消費者教育学会の学会員となって、学会発表の形で消費者教育の専門家の前で体系的な活動

を紹介したり、日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会（NACS）との連携事業の中で勉強会を開催したりと、活動紹介の場を広げていくことができた。今年度の新たなリーダー会独自の活動は、リーダー会の学生の自覚と役割とさらには消費者教育学生リーダーとしての自負心を改めて認識させる機会になったに違いない。リーダー会活動の定着化を図るためには、今後、このような学生自身の自覚と役割と誇りを持てる活動を組み込んでいくことができるかが1つのポイントになってくると考えている。

（2）大阪府消費者教育学生リーダー会と企業との連携

リーダー会では、企業×学生交流会を中心に企業や他の団体との連携を図ってきた。養成講座や交流会のアンケート結果をみても、学生たちが本取組を通して企業や他の団体の活動を知る機会を得ると共に、消費という視点から新たに企業活動等を理解し、そこに参加動機や価値を見出していることが分かる。ついては、今後もリーダー会は企業や他の団体と連携、協力することで、学生たちにとってリーダー会活動の意義を見出し、自分たちの活動への意識を高めていく効果をもたらすと思われる。

リーダー会が企業や他の組織と連携する活動としては、企業や各種団体等から消費者教育の普及啓発を目的としたボランティア活動への協力依頼がある。2年目の平成29年度からリーダー会組織でも学生が他の組織との連携窓口となるために「渉外部」を設け、リーダー会の学生が企業や他の団体からの連携や協力依頼についての相談窓口として機能させてきた。

今年度は、新たにリーダー会からの要望により企画したリーダー会主催の独自勉強会の開催について、日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会（NACS）と連携することで実現させた。NACSからは、講師謝金や会場費やチラシ作成等の提供を受け、学生がプログラムの企画・運営を担当した。消費者関連専門家会議（ACAP）とは、大阪府消費者フェアでのブース出展したプログラムで連携協力した。本プログラムでは、ジェンガを使った消費関連のクイズを子どもから高齢者までの様々な人を対象に実施した。NACSからは、クイズの問題を作成するときの高齢者向けのヒントや参加賞としてのお菓子などの提供を受けた。いずれも、リーダー会としては願ってもない力を得た連携であった。企業×学生交流会では、初年度からACAPに多大なご協力をいただいていたが、今年度はACAPから紹介いただいたNACSも参加いただくようになり、企業連携が広がった。こうした連携取組を広げていくことが、ひいては学生のモチベーションや自負心を醸成する基盤となる。引き続き、企業等との連携を行っていくことが大事である。

(3) 消費者教育学生リーダー養成事業の今後の展望

冒頭の事業趣旨にも述べられている通り、本事業は、平成 24 年の「消費者教育の推進に関する法律」における中心的課題である、幼児期から高齢者までの各段階に応じた消費者教育の体系的実施と、これを通じた「消費者市民社会」の形成に関し、概ね 18 歳から 20 歳代前半のいわゆる大学生期という時期にある若年市民層に対し行うことを目的としている。平成 25 年度より、文部科学省の支援によって始まった、私たちの研究チームによる大学生を対象とした消費者教育担い手育成の取り組みは、平成 28 年度からは大阪府消費生活センターによる本事業に引き継がれ、ここに 3 年目を終了したことになる。今年度報告書においては、この間の総括的評価も併せて行われており、組織的、また個々の学生レベルにおいても一定の評価を確認することができる。これまで私たちが取り組んできた事業は、年度毎にそれぞれ異なった重点課題はあるものの、略言すれば、若年層に対する担い手育成を含む消費者市民教育の推進と、それを支える持続可能な消費者教育システムの構築、そしてその結果形成される学生による消費者教育組織の支援に集約できる。ここまでの取り組みとして、事業に参画する若者の確保、あるいは学生組織としての持続性において未だいくつかの課題はあるものの、一定の成果が得られたものと考えている。

ここで、一連の研究事業に継続的に関わってきた立場から、若干の総括と事業の今後の展望について述べてみたい。

① 他の取り組みとの連携

推進法の制定以降、平成 25 年 6 月の「消費者教育の推進に関する基本的な方針（閣議決定）」（平成 30 年 3 月改訂）の策定、2018 年 2 月の「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」など、若年層に対する消費者教育の必要性が強く求められることとなり、それに伴い、各地で私たちと同様の趣旨を持った取り組みが進められているところである。今後、私たちの取り組みを含め、それぞれの質向上と社会的相乗効果を図るため、より広域に連携を進めて行かねばならない。

② 地域との連携

本事業は、本質的に大阪府下に居住ないしは通学する大学生が対象となる、比較的広域を対象とした事業であり、そうした学生を包括的に対象として行う担い手養成事業である。その結果、例えば、主体として関わる個々の学生の生きる地域社会とのつながりを見いだすことが結果的に難しくなってしまうように思われる。今後においては、よりきめ細かな、かつ足を地につけた息の長い活動として、例えば近隣の商店街や地域の小学校などで、消費者教育の推進者となれるような新たな仕組みを模索すべきと考える。

③ SDGs を基軸とする社会的位置付けの確認

2014 年ニューヨーク国際連合本部において「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」が採択され、西暦 2030 年に向けた SDGs（持続可能な開発目標）が合意された。その内の 12 番目となる「つくる責任、つかう責任」は、まさに私たちと消費者教育学生リーダー会が最

も大切にしてきた考え方であり、ここにおいて私たちは、自分たちの取り組みが日本のみならず国際的、かつ人類の未来に向けた地球的規模において正しい方向性を持つものであることを認識し、国内外の連携・連帯のなかで、大きな自信を持って進めていくことを再確認するものである。

以上のような展望に立ちながら、私たち自身として、広義の「消費者教育」に関し、今後も大いに持続的な発展を期したい。

和歌山大学 岡崎 裕