

2021年1月14日

公益社団法人消費者関連専門家会議(ACAP)

最優秀賞 内閣府特命担当大臣賞を、熊本県の清永康代さんに授与
第36回 2020年 ACAP消費者問題に関する「わたしの提言」、受賞作品決まる

消費者関連専門家会議(ACAP)が募集・表彰する、第36回 2020年 ACAP消費者問題に関する「わたしの提言」の受賞作品が決定し、1月14日(木)、東京にて表彰式が執り行われました。

ACAPは1985年から毎年、消費者問題に関する啓発活動の一環として、「わたしの提言」を広く募集しています。36回目となる今回は、下記の7つのテーマで募集し、全国から84作品の応募がありました。

- ①わたしが考える消費者教育
- ②インターネット社会と消費者課題
- ③エシカル消費で未来を変えよう
- ④SDGs～企業の消費者志向を考える～
- ⑤バリアフリー社会の実現に向けて
- ⑥豊かな未来へ ～「もったいない」から始めよう！～ (令和2年度消費者月間テーマ)
- ⑦消費生活に関する自由課題(テーマ自由)

審査の結果、最優秀賞である内閣府特命担当大臣賞には、熊本県在住で菊陽町立菊陽西小学校主幹教諭の清永康代さんの「持続可能な社会の担い手として、意思決定のできる児童を育てる」が選ばれました。

清永さんは、5年ほど前に、県教育センターに内地留学した際、消費生活領域の授業研究に取り組む機会を得ました。以来、「持続可能な社会の担い手として、意思決定のできる児童を育てる」という思いを持って、教壇に立たれています。家庭科の「家族・家庭生活」、「衣食住の生活」、「消費生活・環境」の3分野の基盤に消費者教育を位置付け、すべての分野において消費者教育の視点を盛り込んだ家庭科のカリキュラムを作成し、実践されていることが高く評価されました。清永さんの提言は、ほかの家庭科教員が消費者教育に取り組む際の貴重な実践事例であり、幅広い展開が期待できます。あわせて他の教科においても消費者教育の視点を取り入れるヒントになるものと思います。

優秀賞のACAP理事長賞は、神戸女子大学3回生の平岡夏葉さんと中井里穂さんの「学校教育におけるメディアリテラシー教育及び情報モラル教育の必要性」が受賞しました。情報化社会の進展とともに、いままさにメディアリテラシー教育と情報教育の必要性が求められています。お二人は、まず、情報があふれかえる現代においては、批判的思考が求められると指摘されています。その上で、この2つの教育を実践するため、小学生の学年別の情報モラル年間指導計画と、大学生には「情報モラルとメディアリテラシー」という科目を設け、独自のシラバス(講義概要)を作成されたことが評価されました。

応募・審査状況および、その他の入選4作品については、下記をご覧ください。

1. 応募状況

項目	内 訳														
応募数	84 作品(学生 40.5%、一般 59.5%)														
応募者の年代	10代 1.2%、20代 35.7%、30代 8.3%、40代 13.1%、50代 16.7%、60代 9.5%、70代 9.5%、80代 4.8%、不明 1.2%														
応募者の地域	北海道 0%、東北 2.4%、関東 51.2%、中部 10.7%、近畿 25.0%、中国 1.2%、四国 1.2%、九州・沖縄 8.3%														
応募テーマ	<table border="0"> <tr> <td>①わたしが考える消費者教育</td> <td>13.1%</td> </tr> <tr> <td>②インターネット社会と消費者課題</td> <td>20.2%</td> </tr> <tr> <td>③エシカル消費で未来を変えよう</td> <td>11.9%</td> </tr> <tr> <td>④SDGs～企業の消費者志向を考える～</td> <td>4.8%</td> </tr> <tr> <td>⑤バリアフリー社会の実現に向けて</td> <td>8.3%</td> </tr> <tr> <td>⑥豊かな未来へ ～「もったいない」から始めよう！～ (令和2年度消費者月間テーマ)</td> <td>11.9%</td> </tr> <tr> <td>⑦消費生活に関する自由課題(テーマ自由)</td> <td>29.8%</td> </tr> </table>	①わたしが考える消費者教育	13.1%	②インターネット社会と消費者課題	20.2%	③エシカル消費で未来を変えよう	11.9%	④SDGs～企業の消費者志向を考える～	4.8%	⑤バリアフリー社会の実現に向けて	8.3%	⑥豊かな未来へ ～「もったいない」から始めよう！～ (令和2年度消費者月間テーマ)	11.9%	⑦消費生活に関する自由課題(テーマ自由)	29.8%
①わたしが考える消費者教育	13.1%														
②インターネット社会と消費者課題	20.2%														
③エシカル消費で未来を変えよう	11.9%														
④SDGs～企業の消費者志向を考える～	4.8%														
⑤バリアフリー社会の実現に向けて	8.3%														
⑥豊かな未来へ ～「もったいない」から始めよう！～ (令和2年度消費者月間テーマ)	11.9%														
⑦消費生活に関する自由課題(テーマ自由)	29.8%														

2. 審査状況

(1)一次審査 (2020年11月17日～18日実施) 84作品より12作品を選出

(2)本審査 (2020年12月 4日実施) 12作品より各賞を選定

<審査委員長> 東 珠実 氏 日本消費者教育学会 会長
 <審査委員> 増田 悦子 氏 公益社団法人全国消費生活相談員協会 理事長
 白石 裕美子 氏 第一東京弁護士会・弁護士
 片岡 進 氏 消費者庁 審議官
 村井 正素 公益社団法人消費者関連専門家会議 理事長

3. 審査結果

敬称略

賞	題名	氏名	所属等
最優秀賞 内閣府 特命担当 大臣賞	持続可能な社会の担い手として、 意思決定のできる児童を育てる	きよなが やすよ 清永 康代	菊陽町立菊陽西小学校主幹教諭 [熊本県菊池郡菊陽町在住]
優秀賞 ACAP 理事長賞	学校教育におけるメディアリテラシー教育 及び情報モラル教育の必要性	ひらおか なつは 平岡 夏葉 なかい りほ 中井 里穂	神戸女子大学3回生 [兵庫県姫路市在住]
入選	“忘れられた消費者”を取り残さないための提案 －在日外国人が直面する消費者問題と その解決に向けて－	かさま たいせい 笠間 大世	慶應義塾大学文学部 人文社会学科2年 [東京都中央区在住]

入選	未就学児向けの効果的な消費者教育・啓発	かたおか ちづる 片岡 千鶴	京都市消費生活総合センター [京都府京都市在住]
入選	「感覚過敏」の消費者の生活クオリティ向上に関する提言	すずき だいすけ 鈴木 大介	明治安田生命保険相互会社 [東京都品川区在住]
入選	消費者と事業者の対話の場の共創と新しい消費者市民教育 ーソーシャル・マーケティングを活用してー	すずき みほこ 雪 美保子	消費生活相談員 [京都府京都市在住]

■論文は、ACAP ホームページ(<https://www.acap.or.jp>)に掲載いたします(1月下旬掲載予定)。

4. 本審査委員会の講評

<全体>

本年は、新型コロナウイルスの感染拡大により、どれほどご応募いただけるのか、大変心配いたしましたが、応募数は昨年を上回る84作品でした。10代から80代まで、幅広い年代の方からご応募がありました。

デジタル化が進む中、インターネット社会における消費者課題に言及した作品、身近に捉えられるようになった「エシカル消費」、SDGs達成への貢献に関わる取り組みや考えをテーマした作品に加え、バリアフリーや障がい者の方が消費生活の中で感じている問題点について改善策を提言するものなど、多様な視点で書かれた作品もありました。

また、課題解決のための提案にとどまらず、学校や団体、行政などにおいて、すでに取り組んでいる内容をまとめたものなど、より具体的で、これらを参考に多くの方が実践できる、波及効果の高い作品があったのも今回の特徴です。「わたしの提言」を契機として、多くの方が、「消費生活」のより良い未来を築くために知恵を出し合い、持続可能な社会に向けて行動し、「SDGs」2030年の目標達成に近づく大きな一歩となることを願っています。

<最優秀賞 内閣府特命担当大臣賞>

最優秀賞 内閣府特命担当大臣賞を受賞された清永康代さんは、菊陽町立菊陽西小学校の主幹教諭です。清永さんは、5年ほど前に、県教育センターに内地留学した際、消費生活領域の授業研究に取り組む機会を得ました。以来、「持続可能な社会の担い手として、意思決定のできる児童を育てる」という思いを持って、教壇に立たれています。家庭科の「家族・家庭生活」、「衣食住の生活」、「消費生活・環境」の3分野の基盤に消費者教育を位置付け、すべての分野において消費者教育の視点を盛り込んだ家庭科のカリキュラムを作成し、実践されていることが高く評価されました。

消費者教育は学習指導要領に盛り込まれ、次世代を担う子どもたちに必要なことですが、教える側の理解や授業方法が問われています。清永さんの提言は、家庭科教員が消費者教育に取り組む際の貴重な実践事例であり、幅広い展開が期待できます。あわせて他の教科においても消費者教育の視点を取り入れるヒントになるものと思います。

<優秀賞 ACAP理事長賞>

優秀賞 ACAP理事長賞を受賞されたのは、神戸女子大学3回生の平岡夏葉さんと中井里穂さんです。情報化社会の進展とともに、今まさにメディアリテラシー教育と情報教育の必要性が求められています。お二人はまず、情報があふれかえる現代においては、批判的思考が求められると指摘されています。その上で、この2つの教育を実践するため、小学生の学年別の情報モラル年間指導計画と、大学生には「情報モラルとメディアリテラシー」という科目を設け、独自のシラバスを作成されたことが評価されました。お二人は小学校の教員を目指しておられます。ぜひ、あふれる情報を取捨選択し、正しく理解するための情報モラル教育に、取り組んでいただきたいと思っております。

<入選>

■笠間大世さんは慶應義塾大学文学部人文社会学科2年生です。笠間さんは在日外国人の消費生活に着目されました。在日外国人の消費生活における問題点は何か、周囲にアンケート調査を行い、言葉の問題が障害になり、食べ物の中身や食品表示が読めない問題を指摘されました。その上で、食品表示を英語で表示するQRコードを提案され、また、外国語に対応する消費生活センターの周知も大切であるとしました。日本に暮らす外国人が「忘れられた消費者」にならないために、私たちも共に考えてまいりたいと思います。

■片岡千鶴さんは京都市消費生活総合センターで啓発を担当しています。片岡さんは未就学児を対象とした消費者教育教材の作成に取り組まれています。これまで行われてきた買い物やお金の使い方についての啓発は、未就学児には理解しにくいことから、視点を変え、製品安全をテーマにしたクイズ・ゲーム形式の教材開発に取り組んでいます。共に消費者教育に取り組む方の意見を取り入れ、試行錯誤し、またご自身のお子様の反応を確かめ、改善を重ねています。その手法や改善事例は、消費者教育に取り組む他の消費生活センターなどにとって、大いに参考になるものです。

■鈴木大介さんは明治安田生命保険相互会社に勤務されています。鈴木さんは、「感覚過敏」のある消費者の生活向上について述べています。「感覚過敏」とは音や光、においなど、外部からの刺激が激しい苦痛や不快に感じられる状態のことです。そのような方に配慮した商品・サービスの開発や社会への啓蒙・情報発信活動の強化を提言されています。鈴木さんの提言を通じて、「感覚過敏」を社会が受容する必要性を強く感じました。「感覚過敏」の方が使いやすいものは、私たちにも使いやすい。事業者、消費者、そして社会が理解することが何より大切だと思います。

■雪美保子さんは消費生活相談員です。雪さんは特定適格消費者団体 消費者支援機構関西が主催する「双方向コミュニケーション研究会」で活動されています。消費者市民社会の実現・構築のために、消費者と事業者の双方向コミュニケーションは大変重要なことです。双方向コミュニケーションの相互作用に言及し、その推進に向けて多様な主体が連携するとともに、その結節点として大学生、大学での教育を挙げ、「三方よし」の消費者市民教育を提言されています。事業者にとっても、そしてこれから社会に出る学生にとっても、消費者志向経営の重要性を意識する機会になると思われます。

4. 作品の要旨

<最優秀賞 内閣府特命担当大臣賞>

持続可能な社会の担い手として、意思決定のできる児童を育てる

菊陽町立菊陽西小学校主幹教諭 清永 康代

学校における消費者教育では、意思決定能力の育成が最も重要であると考えている。家庭科の基盤に消費者教育を位置付け、すべての分野において消費者教育の本質である意思決定の視点を盛り込んだ小学校家庭科2年間分のカリキュラムを作成し、学習指導を行ってきた。

多くの先生方の消費者教育への認識は、「消費者教育＝悪徳商法対策・契約問題対策」などの表層的理解に留まっているように見受けられる。契約、金銭管理などの具体的な学習内容は習得すべき生活技術であるが、実際の行動につながる意思決定能力が不可欠である。実効性ある消費者教育にしていくには、長期的に見て教育効果が最も大きいとされる学校教育において、消費者教育の本質である意思決定を小学校・中学校・高校と一貫して学ばせることの重要性を指導する側が十分に理解することが必要である。

教科指導に限らず、子どもなりの意見を聞き、意思決定の場面をつくり、選択させる。小さな経験の積み重ねが、日々どの商品を手にとろうかという意思決定場面につながる。学校教育において意思決定の場면을十分に確保することで、将来の消費者として好ましい判断と行動ができる児童を育てるための消費者教育を推進し、定着させていきたい。

学校教育におけるメディアリテラシー教育及び情報モラル教育の必要性

神戸女子大学3回生 平岡 夏葉 中井 里穂

本年度猛威を奮っている新型コロナウイルス感染症により、全国の小・中学校と高校、特別支援学校が臨時休校になっていた。休校中も自宅学習ができるように学習プリントの配布やインターネットを利用した授業閲覧ができるようにパスワードを発行したり、地方自治体によってばらつきはあるが1人1台、ないしは一家に1台パソコンやタブレットの配布が広まったりした。

学校教育において、コンピュータースキルを習得させるだけでなく、情報があふれている現代においてSNS等で誹謗中傷といった人権被害が増加しており、これを防ぐためにもメディアリテラシー及び情報モラル教育について授業で扱ってこそ、学校機関で電子機器を導入する価値が生まれるのではないだろうか。そこで、情報を吟味する批判的思考を育てる具体的な教材を提案した。また、小学校の学年に応じたメディアリテラシー及び情報モラル教育に関する学年別年間指導計画を考案した。さらにこれらを子どもたちに教えていくためには大学の教育学科で学んでいる私たちが、メディアリテラシー及び情報モラル教育の大切さ、インターネットの利便性と危険について学ぶ必要があると考え、大学におけるメディアリテラシー教育のシラバスを提言した。

<入選>

“忘れられた消費者”を取り残さないための提案－在日外国人が直面する消費者問題とその解決に向けて－

慶應義塾大学文学部人文社会学科2年 笠間 大世

少子高齢化による人口の減少に伴い、外国人労働者が日本社会の不可欠の構成員となりつつある。日本に住み、日本で物を消費しているのなら国籍を問わず等しく消費者であり、在日外国人の増加に比例して彼らに関連した消費者問題も増加することが予想される。私は消費者としての外国人という観点から在日外国人の消費生活における課題を聞き取り調査や資料を基に概観した。その結果、宗教や思想信条上の理由から“食のタブー”が存在する在日外国人が多く存在し、彼らが日本で食品を購入する際に、難解な漢字表記の食品表示に苦慮している実情が分かった。また、各種契約の際に言語の壁から、不利益を被るような内容の契約を結ばされている事例も確認された。これらの解決に向けて、英語表記の食品表示が閲覧できるQRコードの添付の推進、およびインターネットやメディアを通じた各消費生活センターの外国語相談窓口の周知活動が重要であると考えた。

在日外国人が依然として消費生活における十分なサポートを受けられていない“忘れられた消費者”となっている実態があり、消費生活におけるトラブルも多様化する中、包括的な消費者保護の施策が必要となっている。日本社会の一員である在日外国人がそうした施策を享受し、社会全体が安全かつ豊かな未来へ進歩できることを強く願いたい。

未就学児向けの効果的な消費者教育・啓発

京都市消費生活総合センター 片岡 千鶴

京都市消費生活総合センターではイベントブースで来場者に対し、クイズを使った消費者啓発を行っているが、未就学児(年少～年長児)向けのクイズ作成には苦慮していた。その理由はクイズを出しても子どもの反応が薄く、啓発の効果が感じられなかったからだ。参考に他の消費者教育教材を探してみたが、子ども向けの教材は小学生以上を対象としたものが多く、未就学児向けのものは少なかった。

そこで、未就学児に対する消費者教育・啓発において効果的な手法を探るべく、従来のクイズを改善することにした。具体的には、他の職員等の意見や私自身の子育ての経験を踏まえながら、新たなクイズを作成した。そ

の新しいクイズを実際に啓発の場で使い、そこで出てきた新たな問題点を踏まえて再度改善を行う、といった繰り返しを行った。その経過から未就学児向けの消費者教育・啓発には、①クイズ形式・ゲーム形式が効果的であること、②買い物や契約といった内容にこだわらないこと、③なるべく文字を使わずイラストや○×といった記号で表現することの3点が効果的だと提言した。今後も来場者の反応を見るとともに、社会情勢に応じた新しい情報も取り入れながら、改善を続けていきたい。

「感覚過敏」の消費者の生活クオリティ向上に関する提言

明治安田生命保険相互会社 鈴木 大介

「感覚過敏」とは、音・光・におい・触感などの外部からの刺激が過剰に感じられ、激しい苦痛を伴って不快に感じられる症状をいう。症状・行動には周囲からはすぐには理解されにくいという特性がみられ、このことが消費行動において健全な関係を阻害する大きな要因となる。「感覚過敏」の消費者の生活クオリティ向上には、2つの面からの対応が有効ではないかと考える。

1つは、症状を広く考慮した商品・サービスの開発である。「感覚過敏」の方専用のものでなく、「感覚過敏」に配慮すると同時に、そうでない消費者も使用可能なものを開発・提供していく姿勢が必要である。ユニバーサル・デザインからさらに歩みを進めて障がい者や持病を持つ者の目線に立ったアプローチは、ソーシャル・マーケティング戦略の具体的方向の1つとして追求されて然るべきであろう。もう1つは、啓蒙・情報発信活動の増強である。障害者基本法の思想を敷衍し、公共機関が具体的課題やその対応策・防止策について発信を行い、社会全体の理解を深めていくことが求められる。あわせて、「感覚過敏」の消費者も意思表示の缶バッジを活用するなどして発信していくことが、消費活動におけるコミュニケーションの促進に資すると考える。

消費者と事業者の対話の場の共創と新しい消費者市民教育ーソーシャル・マーケティングを活用してー

消費生活相談員 雪 美保子

本研究の目的は、消費者と事業者の相互学習機能に着目し、消費者団体における双方向コミュニケーションを取り上げ、格差を前提とした2者間の相互機能について事例分析を通して明らかにした上で、消費者(大学生)の消費者市民教育の場としての可能性を検討することである。検証の結果、「共通目的の明確化」、「テーマ設定」、「ファシリテーター」、「信頼される座長」、「運営スタッフ」の存在と重要性が確認された。また、「資金・人材不足」、「企業内部への理解が得られにくい」、「時間帯や場所などの制限を受け、大学生が関わりにくい」という課題もあった。

そこで、消費者団体と協働し、大学教育の一環として双方法コミュニケーションを取り入れ、大学生がファシリテーター(オンラインによるファシリテーターも含む)を担う、事業者はキャリア形成支援として人材教育に還元する、大学は地域や市民に貢献する「三方良し」の消費者市民教育を提言したい。今後は大学等教育機関および事業者団体、全国に存在する消費者団体との連携により、消費者教育政策の専門的人材育成も含め、政策的に推進していく必要がある。

本件に関するお問い合わせ先

公益社団法人消費者関連専門家会議(ACAP)

事務局長代理 茨木 彰彦 TEL : 03-3353-4999 E-MAIL : acap@acap.jp

以上

◆公益社団法人消費者関連専門家会議(ACAP)

企業や団体の消費者関連部門の責任者・担当で構成する組織として、1980年(昭和55年)の設立以来、企業の消費者志向経営の推進、消費者対応力の向上、消費者、行政、企業相互の信頼の構築に向けて、各種研修、調査、消費者啓発活動、交流活動等を行っています。

英文表記の the Association of Consumer Affairs Professionals の頭文字をとり、ACAP(エイキャップ)の名前で親しまれています。

会員数	正会員694名(542社) 全会員数821名 (2020年12月16日現在)
理事長	村井 正素(むらい まさし) 住友生命保険相互会社
特別顧問	高 巖 (たか いわお) 麗澤大学大学院経済研究科教授
所在地等	【事務局】 〒160-0022 東京都新宿区新宿 1-14-12 玉屋ビル5F TEL 03-3353-4999 FAX 03-3353-5049 https://www.acap.or.jp 【大阪事務所】 〒540-0028 大阪市中央区常盤町 2-1-8 FGビル大阪7階 TEL 06-6943-4999 FAX 06-6943-4900