

地域でつながる・つなげる 体験型消費者教育の担い手育成の提言

マスター消費生活アドバイザー 北崎裕紀子

1. はじめに

消費生活相談員である私は、若年層からの相談も受ける。小学生からは、オンラインゲームでの高額課金、中高生からは通信販売の定期購入、大学生からは情報商材を販売する側になった相談がある。トラブルの背景には、商品をよく学び、考えて購入する経験、体験的な消費者教育が不足していると考ええる。しかし、消費生活相談員が学校で消費者教育をする時間は短く、体験的な消費者教育の実践は難しい。私は、地域や家庭での消費者教育が不可欠だと考えるが、現時点では課題が多い。西村（2017：71）¹は「地域における消費者教育の推進の鍵は、よい教材と人材」であるとし、柿野：（2020：171）²は、家庭に消費者教育の「重要性や適切な方法についての情報提供等を行う必要がある」としている。永井（2022：78）³は、社会教育は、『消費者教育』とは関係なさそうに思えるが、実際の内容は消費社会の問題や SDGs に直接・間接につながりうるものが多い」としている。ただ、社会教育としての消費者教育の事例は、まだ少ないのではないかと感じている。

そこで私は、地域のつながり（ネットワーク）を生かして、社会教育での SDGs の活動の中で消費者教育を実践しながら担い手を育成し、家庭を消費者教育の担い手にする方法を 5 件の事例をもとに、5 つ提言する。これらの提言が、各地の消費者教育のヒントになれば幸いである。

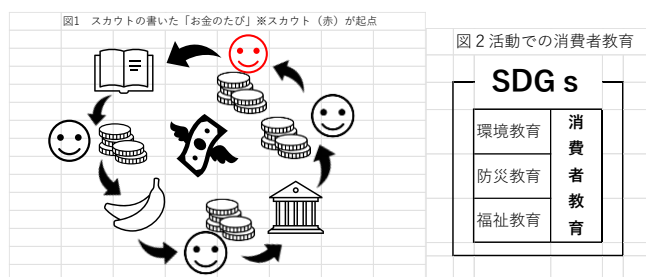
2. 提言 1 社会教育団体とつながる

私が会員であるガールスカウト⁴は、小学生から高校生の会員をスカウトと呼び、スカウトには、バッジシステム⁵がある。プログラムを体験し学んだ証として、バッジを取得する仕組みである。スカウトは、バッジブックというワークシートに振り返りと発展の学びを記入しバッジにつなげる。消費者教育関連のバッジは、小学生低学年に「お金のたび」高学年には「経済のしくみ」「社会のしくみ」がある。（写真 1）中高校生にもそれぞれバッジがある。図 1 は、小学 4 年生のあるスカウトのバッジブック「経済のしくみ」（写真 2）を図にしたものである。

スカウトは、自分が小遣いで、書店で本を買うとお金が本と書店員の給料になり、書店員が給料でバナナを買うとお金はバナナと店員の給料になり、店員がお金を銀行に預け、自分の父親が銀行から引き出し、また自分の小遣いになる様子を表現した。稚拙ではあるが、スカウトは、お金が「たび」をする経済を表わそうとしている。私はこれが消費者教育の原点なのではないかと考えた。

ガールスカウトには、年代に関わらないバッジとして SDGs や防災がある。例えば、防災教育のプログラムの事例としてマイ防災ポーチがある。マイ防災ポーチとは、外出時の災害を想定し常に自分の防災品を持ち歩くためのポーチである（写真 3）。

私は、ガールスカウトのように、体験、振り返り、発信の仕組みを持つ社会教育団体とつながることをきっかけに、地域で体験型消費者教育を実施し、担い手を育成できるのではないかと考える。以下の活動事例は、図 2 の考え方に基づいている。



3. 提言 2 環境教育・福祉教育・防災教育とつながる

① 活動事例 1 環境教育・福祉教育

地域で所属しているガールスカウトのグループ（以下「団」と表記する）で、運営担当になった私は、社会福祉協議会に配架された環境団体のチラシを見て、社会福祉協議会に橋渡しを依頼し、環境団体と協力するようになった。

団は、地域イベントで「エシカル工作」⁶を実施した。剪定枝⁷の裏面にマグネットをつけて表面を廃材で装飾する工作である。環境団体から剪定枝を 1 個 50 円で 100 個譲渡してもらい、1 個 100 円で工作体験を販売した。小中学生スカウトがお客さんに剪定枝と工作を教えた。50 円の「利益」⁸で、福祉施設の製品であるポーチを購入し、後述するヘルプマーク⁹の広報活動に貢献したスカウトへ賞品として渡した（写真 4）。

団は、この取組みで環境教育のコンクール¹⁰に応募し、予選を通過した。本選の発表は台詞劇にした。台詞劇は、消費生活相談員が学校の授業で実施するロールプレイングを応用した。小中学生スカウトが、剪定枝が環境団体からスカウトの手に渡り、工作教室を経てお客さんに渡ると同時に、100 円の体験費のうち 50 円が材料費として環境団体へ、50 円が福祉施設の人の元へ渡る「お金のたび」を台詞劇で伝え、企業賞を受賞した。小中学生スカウトが家庭で台詞劇を練習することで、家庭が環境教育と体験型消費者教育を知った。

団は、環境団体のイベントで、エコバッグに果実の葉をスタンプする工作教室を実施した。私は、これらの体験から一般の子ども向けにご当地の環境製品と福祉製品を盛り込んだエシカル消費の体験講座を考案し（表 1）、複数の消費生活センター主催の講座で実践した（活動事例 2）¹¹。

表 1 子ども向けエシカル消費体験講座

スタッフ：講師1名+サポーター2名			
	項目	時間（分）	内容
1	座学	20	エシカル消費(認証ラベル、環境応援、福祉応援) 買物の説明
2	休憩	10	(スタッフは店舗の準備)
3	買物体験	15	環境応援の店 (200円) 福祉応援の店 (100円) 地域応援の店 (100円)
4	工作体験	40	買物した材料を組み合わせで工作体験
5	座学	5	まとめ (感想共有)

※保護者は子どもの隣席で見守り

また、団は、社会福祉協議会の橋渡しで、地域の子どもサークルとつながった。このサークルのイベントで、中学生スカウトがヘルプマークの広報活動を展開した。サークルでは、子どもの活動を大学生がボランティアで支援している。このつながりは、大学生と活動するきっかけになった。

② 活動事例 3 防災教育・福祉教育

ヘルプマークの広報活動をしていた中学生スカウトが、先述したマイ防災ポーチを作って持つ活動をした。スカウトが、ヘルプマークを持つ人が働く福祉施設の製品に防災用品を入れて「防災ポーチ」として販売すれば、ヘルプマークの広報と福祉施設の売上に貢献できるのではないかと考えた。しかし、この時想定した福祉製品は小中学生スカウトが地域イベントで販売するには高額だった。そこで、100 円ショップでポーチを仕入れ、防災用品を入れて安価で販売し、1 個につき 10 円福祉施設に寄付をする、寄付付き商品に変更をした（写真：5）。

小中学生のスカウトが、2 回のイベントで、寄付付き防災ポーチを 100 個販売した。商品説明販売し、福祉施設に寄付に行くことで、スカウトが防災教育とエシカル消費の担い手になった。この活動で団は、防災教育のコンクール¹²に応募し翌年度の実践団体に選ばれた。しかし、コロナ禍で寄付付き防災ポーチの販売は難しく、広報中心の活動に変更した。

子どもサークルが公民館で防災集会を開催することになり、私も参画した。密を避け、サークルの子どもが、少人数の班に分かれてブースをめぐり体験学習をする形式にした。（この形式は、ガールスカウトでラリーと呼ぶ。）高校生スカウトが防災ポーチのブースで、大学生が公衆電話の体験ブースなどで講師役をした。私は、スケッチブックに資料を貼り、めぐりながら説明できる教材を作った。学生は教材を手にも 5 班の子どもに 5 回伝えた。本番で上達し、子どもの顔を見ながら要点を伝えることができた。

団は、防災教育のコンクールで優秀賞を受賞した。取組みは、テレビで放送¹³された。新聞社からも取材依頼があった¹⁴。私は、消費者教育は防災教育の一部として伝えるとより多くの人が関心を持つことに気づいた。

4. 提言 3 金銭教育とつなげる

私は、社会人大学院の消費者志向経営コースに入学し、修士論文で「児童の暮らしとお金と電子マネーについてのアンケート」と題するアンケート調査をした。私が児童向け消費者教育を実施する可能性のある 2 つの地域の小学生保護者に家庭での金銭教育の有無や意見を聞き、93 人から有効な回答を得た。仮説は、「家庭は、現金の金銭教育は実施していても『見えないお金』¹⁵の金銭教育は実施していない」としたが、その結果は、「見えないお金で小遣いを定期的に渡している」という回答は 0 %で、「定期的に現金の小遣いを子どもに渡し、子どもが一人で買物した経験があり、小遣い帳をつける」と回答した保護者は 4.3%であった。つまり、ほとんどの家庭は、「見えないお金」だけでなく、現金での金銭教育も充分とは言えないという結果になった。一方、「地域で金銭教育を学ばせたい」「親も消費者教育を受けたい」という意見があった。私は、現金での金銭教育は、リアルな消費者教育の体験として必要であると考察し、従前の子ども向け体験講座を改善し、親子向けにエシカル消費に金銭教育を含めた体験型講座を考案した（表 2）。小学 5 年生向けの教材¹⁶を参考にし、親子向けを踏まえて対象を小学 1 年生から 3 年生にした（写真 6）。

表 2 親子向けエシカル消費、金銭教育体験講座

講師 1 名 + 教員 1 名 + 学生 3 名 時間：90 分 場所：消費生活センター会議室 対象：小学 1 年生～3 年生の子どもとその保護者 15 組					
	項目	講師	学生	時間（分）	内容
1	座学（親子）	講義	見守り・準備	20	ニーズとウオンツ
					エシカル消費（認証ラベル、地産地消、福祉応援）
					買物の説明
2	買物体験（子ども）	店員フォーロー	店員 （商品、つり 銭、領収書）	20	環境応援の店（200円）
					福祉応援の店（絵葉書 100円）
					地域応援の店（地産野菜・毛糸 100円）
3	工作体験（子ども）		工作補助	30	エコバッグに野菜スタンプ、絵葉書工作
	消費生活講座（親）※	講義		30	ミニ・消費生活講座
4	座学（親子）	講義・指導	記入補助	20	お小遣いシート記入
					まとめ
					アンケートを記入

※消費生活講座：児童からの消費生活相談事例、通信販売の注意点など

5. 提言 4 地域とつながる、家庭とつなげる

① 活動事例 4 環境教育と福祉教育

親子講座は、大学院の所在地にある消費生活センターに提案し実践する機会を得た。センターから、参加者は応募多数で抽選したと聞いた。大学院の恩師の計らいで、大学生 3

人がボランティアで参加した。消費者教育を学んだ経験はあるが、子どものボランティア活動の経験はない学生だった。小学生からは、「工作が楽しかった」「マーク（認証ラベル）が面白かった」保護者からは「家庭で振り返りたい」「親の講座も興味深かった」という感想があった。学生からは、「子どもの目線に合わせるため、（立つのではなく）かがめばよかった」という発話があった。

同様の親子講座を教育委員会の後援、子どもサークルの主催で 2 回実施することになった。より親しみやすくするため、座学を短縮、工作を簡略化し、図書館司書による読み聞かせを加えた。チラシを小学校に配布したが、当初は応募が少なかった。チラシの模擬通貨という表現が、仮想通貨（暗号資産）を連想させ敬遠されているのではないかという声があった。そこで、つながりのある子育て情報サイトに「おもちゃのお金で買物体験」として募集依頼したところ、キャンセル待ちが出るほど応募があった。

当日は、座学でニーズとウォンツ（欲しいものより必要なものを優先して買うこと）、を説明し、親子で話し合う時間も設けた。講師が、エシカル消費である、エコマーク付きエコバッグ、地産野菜、福祉製品の葉書の意味を説明した。小学生が、おもちゃのお金 500 円を持って、3 店舗で買物をし、商品とおつり、領収書を受け取った。商品をよく学んで買物をする体験である。商品は合計 400 円で、100 円残るように設定した。保護者講座では、育児情報サイトの会員が、積極的な質問で講師を助けた。小遣い帳をつける体験では、領収書を見ながら、商品名と金額を記入した。講師は、「残りの 100 円、あなたはどうか？」などと親子に問いかけ、家庭で現金での買物をしてほしいと伝えた。小学生からは、「はじめて買物をした」保護者からは、「お金について親子で考える大切さがわかった」と肯定的な感想の一方で「小学 1 年生には早い内容だった」という感想もあった。

中学生から大学生の学生ボランティア延べ 9 人は、主に子どもサークルが日頃のつながりで募った。こちらは、子ども向けの活動には慣れているが消費者教育には馴染みがない学生が多かった。各回事前会議で丁寧に役割を共有し、講座後は振り返りの時間を設けた。初回の学生は、模擬店の店員、工作の準備や指導、小遣い帳をつける手伝いをした。初回の振り返りで学生からは、「SDGs は言葉だけしか知らなかったが、具体的な行動がわかった」「認証ラベルは商品だけでは分かりにくい」「小学生が小遣い帳をつけるのは難しい」という意見があった。2 回目の講座は、認証ラベルのカードを見せるよう改善した。小遣い帳は、学生の経験不足で補助に負担を感じるのではないかと考え、保護者が小遣い帳の記入を手伝うよう変更した。2 回目は土曜日に設定したためか、父親の参加があった。センターを含めた 3 回の講座で学生から、「自分が子どもの頃にこのような講座を受けたかった」とする発話があった。初回は大学サークルの部長が、2 回目は大学生になった元スカウトが中心になり、スムーズな進行と温かい対応で講座を成功に導いた。後日、

主催者が学生に「ボランティア証明書」を発行し、学生のモチベーションを高める工夫をした。

私たちは、学生と一緒に地域で体験型消費者教育を提供する仕組みを構築した。子どもサークルの運営者が講座の主催を通し、消費者教育の地域コーディネーターになった。

② 活動事例 5 防災教育と福祉教育

子どもサークルが、商店会の後援で親子向け体験型防災イベントを実施した。これは先の防災集会で体験する側だったサークルの子どもが、大学生と一緒に体験を提供する側（講師役）に挑む取組みである。街で、地域の小学生親子が 5 班に分かれて防災井戸、防災ポーチ、消防署での模擬訓練など 5 か所のブースをまわるラリーにした。日曜日の実施で父子参加もあった。当日は、感染症拡大を受けて縮小して実施した。

このイベントで子どもサークルが、福祉作業所に布製ポーチ 60 個を商店会の後援で発注し、防災ポーチにした。数年かけてスカウト念願の防災ポーチを福祉製品にし、施設の売上に貢献することができた。当日、防災ポーチのブースでは、発案スカウトの後輩の中学生スカウトがスケッチブックを持って講師を務めた。消費者教育の担い手が 2 世代目に引き継がれた。サークルの子どもも講師体験を喜んでいて、大学生は、子どもが講師を担えるように補助するという大役を果たした。

6. おわりに 提言 5 事業者とつながるプラットフォームの設置を

ガールスカウトのプログラム「お金のたび」を発端とした、地域ネットワークを生かした活動で、学生や地域団体と一緒に、地域のニーズに合わせた体験型消費者教育を提供する仕組みを作ることができた。実施日の工夫で、父親を家庭の消費者教育に巻き込めることにも気づいた。今後は、商店会だけでなく、消費者志向経営の事業者とつながり、継続的に地域で消費者教育を実施する仕組みを構築したい。消費者教育を推進するチームと支援する事業者のプラットフォームがあればよいと考える。私は、継続的に地域と家庭での消費者教育推進の一端を担い、その活動を伝えることが、消費者トラブルの減少と自立した消費者の育成につながると考える。そして、活動を支えて下さる皆さんに深く感謝し、これからも皆さんと一緒に「お金のたび」を伝える活動を実践したいと考える。

¹ 西村隆男 (2017)『消費者教育学の地平』慶應義塾大学出版会。

² 柿野成美 (2020)「コンシューマー・リテラシーの育成」樋口一清・井内正敏編著『日本の消費者政策－公正で健全な市場をめざして－』創成社。pp.153-173

³ 永井健夫 (2022)「社会教育としての消費者教育－山口消費者教育論の検討－」『青山学院大学コミュニティ人間科学部紀要』3 号、71-81。

⁴ ガールスカウトとは、ガールガイド・ガールスカウト世界連盟の一員として、ガールスカウト運動を普及する。この運動を通じて、少女と若い女性が自分自身と他の人々の幸福と平和のために、責任ある市民として自ら考え、行動できる人となれるよう育成し、女性が自らの可能性を最大限に延ばし、発揮できる社会の形成を推進することを目的として、事業を実施している。公益社団法人ガールスカウト日本連盟団体概要<<https://www.girlscout.or.jp/outline/>>.

⁵ 公益社団法人ガールスカウト日本連盟「100 年続くガールスカウトのバッジの魅力」
<<https://www.girlscout.or.jp/blog/colorful/1055/>>.

⁶ SDG s の 12 番「つくる責任、つかう責任」エシカル消費からの筆者の造語である。

⁷ 街路樹などを剪定して切り落とした枝である。

⁸ 実際には、経費が掛かっているが、今回は、剪定枝以外の 50 円を利益とした。

⁹ 義足や人工関節を使用している方、内部障害や難病の方、または妊娠初期の方など、外見からは分からなくても援助や配慮を必要としている方々が、周囲の方に配慮を必要としていることを知らせることで、援助を得やすくなるよう、作成したマーク。出典：東京都福祉局

<https://www.fukushi.metro.tokyo.lg.jp/shougai/shougai_shisaku/helpmark.html>.

¹⁰ 脱炭素チャレンジカップ 2020 最優秀ニトリ夢・未来賞受賞

<<https://www.zenkoku-net.org/datsutanso/history/2020/award.php>>.

¹¹ 国民生活センター (2022)「クイズや工作で学ぼう!身近なエシカル消費」『ウェブ版国民生活』

<https://www.kokusen.go.jp/wko/pdf/wko-202208_09.pdf>.

¹² 防災教育チャレンジプラン 2020 優秀賞受賞

<<http://www.bosai-study.net/cp2020/houkokukai.html>>.

¹³ NHK 首都圏ネットワーク 2021 年 12 月 1 日放送

<<https://www.nhk.or.jp/shutoken/shutobo/20211201.html>>.

¹⁴ 新聞取材は都合で辞退した。

¹⁵ 電子マネーやキャッシュレス決済

¹⁶ 世田谷区経済産業部消費生活課『小学生もみんな消費者!ー考えようお金のこと、そして地球の未来』
愛知県県民文化局県民生活部県民生活課『かしこい消費者のすすめ』

<<https://www.pref.aichi.jp/uploaded/attachment/467124.pdf>>.

神奈川県消費生活課『おこづかい帳を学んで“お金名人”をめざそう!』

<<https://www.pref.kanagawa.jp/documents/13706/hasamikomi2021.pdf>>.

写真 1 : ガールスカウトのバッジの例 お金のたび、社会のしくみ、経済のしくみ 出典：ガールスカウト日本連盟



お金のたび



社会のしくみ



経済のしくみ

©Girl Scouts of Japan

写真 2：バッジブック 経済のしくみ（小学 4 年生スカウト記入）



写真 3：マイ防災ポーチの事例（高校生スカウト作成自分用※マーキングは常備薬） 写真 5：寄付付き商品の防災ポーチ 写真 7：福祉施設製作の防災ポーチ



写真 4：エシカル工作の例（筆者作成の広報用見本、裏面にマグネットを貼っている）



写真 6：親子講座の工作（筆者作成広報用見本）



以上

審査委員長のコメント

すでに全国組織として存在するガールスカウトの活動に消費者教育視点を組み込んで消費者教育の担い手を広げる発想は非常に興味深く、発展性、持続可能性があり、こうした活動が広がっていくと消費生活も良い方向に変わっていくだろうと期待を持つことができた。防災教育や環境教育など、ほかの視点ともうまく繋がっているところが素晴らしい。