

消費者教育における大学，行政及び地域の役割

The Role of University, Local Government and Local Community in Consumer Education

泉谷 徹¹・大藪千穂²

Toru Izutani and Chiho Oyabu

1. はじめに

消費者教育は、消費者教育の推進に関する法律（以下、「消費者教育推進法」）の施行によって、少しずつ進展を見せている。「消費者教育推進法」は、平成24年に施行されたが、その2条1項にて、消費者教育については、以下のように定義づけている。「消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育（消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む）及びこれに準ずる啓発活動」。また、この中で記載された「消費者市民社会」を同条2項では、「消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会」と定義している。さらに同法3条4項では、消費者教育の推進について、「消費者教育は、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場の特性に応じた適切な方法により、かつ、それぞれの場における消費者教育を推進する多様な主体の連携及び他の消費者政策との有機的な連携を確保しつつ、効果的に行われなければならない」としている。このように、法律的裏づけができた消費者教育の推進であるが、岐阜大学では、「消費者教育推進法」制定以前から、行政とともに岐阜市の消費者啓発用の情報誌「くらしの情報通信」(vol.51～vol.55, 2011年～2014年)の作成や、中学校家庭科の授業において、岐阜市消費生活センターの消費生活相談員と連携しながら実践的な消費者教育を推進してきた¹⁾。今後も多様な主体との連携によって、消費者教育を推進していくことが重要と考えられる。

このような取り組みの一環として、岐阜大学では、「ぎふフューチャーセンター」において、「スマホ時代のくらしの安全・安心」をテーマに、大学生、大学教職員、消費生活相談員、消費者団体、自治体職員（岐阜市）等と連携しながら、消費者教育の推進を試みた。こうした「対話の場」は、地域の担い手の育成、多様なセクター間での連携・協働、身近な地域課題からのアプローチ、コミュニケーションによる学習手法として、有効と考えられている²⁾。本論文では、消費者教育を推進する一つの取り組みとして実施した「対話の場」の企画と設計を紹介することにより、消費者教育を推進するにあたって大学、行政、地域の役割とフューチャーセンターの可能性について検討したい。

2. 「ぎふフューチャーセンター」の概要

2.1. フューチャーセンター

フューチャーセンター (Future Center) とは、多様な人たちが集まり、複雑なテーマ (課題) について「未来志向」、「未来の価値の創造」の視点から議論する「対話の場」を指す³⁾。この概念は、スウェーデンが発祥であり、未来の知的資本を産み出す活動 (場) として提唱された。未来の知的資本とは、人的資本、構造的資本、関係性資本、すなわち、人の成長、アイデアの創出、新しい人とのつながりを意味する。我が国においても、複雑、多様化する地域課題に対し、画一的な解決策では対応しきれない現状に対し、多様な参加者が対等な立場で複眼的に検討することが求められており、そ

1 岐阜大学地域協学センター

2 岐阜大学教育学部家政教育講座

の一つとして、フューチャーセンターの活用があげられる。

ただフューチャーセンターにも課題がある。企画では、多様な意見の確保と参加者の満足度の両立が課題となる。例えば、多様な意見を確保するため、多様な属性の参加者を確保すればするほど、テーマに対する理解度にばらつきが生じる。また、参加者は従来の会議形式に慣れているため、解決策を提案することに固執し、プロセスを軽視する傾向が強い。さらに企画者の意図に沿った提案をすることが求められていると思込みがちである。その結果、多様な意見の確保を重視して企画するほど、参加者の満足度が下がる傾向にある。この傾向は、社会人だけでなく会議経験の少ない大学生においても多くみられる。対話によって結論を導き出すことは重要ではあるが、それと同時に、多様な意見に触れることで、参加者自身が気づくことが大きな成果となる。しかし、参加者が知り合うことによりネットワークが構築されていくという効果は十分に浸透しにくい。これは、フューチャーセンターがまだ社会的に認知度が低いことから派生する企画及び参加者確保上の課題とも言える。



図1 岐阜フューチャーセンターの案内



図2 今回の参加募集のチラシ

2.2. 岐阜大学と行政の共催による「ぎふフューチャーセンター」

岐阜大学地域協学センター⁴⁾では、地域課題解決の手法としてフューチャーセンターを活用しており、2014度には今回の企画を含めて8回（岐阜市との共催はそのうち2回）開催した。岐阜大学では、フューチャーセンターの役割を地域課題解決に資することに加え、大学生の成長や地域ネットワークの構築も視野に入れている。今回、大学生が参加する意義は、フューチャーセンターで用いた手法を消費者教育の現場に導入する基礎づくりと、消費者教育に対して深い理解を持つようになることにある。また、地域における消費者教育の担い手となりうる消費者団体が参加することにより、大学生に対する効果と同様の効果が望める。そして、今回の対話を機会に地域ネットワークの強化も可能となる。

3. 第8回「ぎふフューチャーセンター」の企画及び設計

3.1. 全体の流れ

第8回「ぎふフューチャーセンター」は、平成26年10月23日（木）に岐阜駅にあるハートスクエアG大会議室で開催した。最初に岐阜大学と岐阜市の消費者教育に関する連携について説明することにより、参加者がテーマに対する認識を共有できるようにした。緊張感を和らげ、柔軟な思考で対話に臨むためにアイスブレイクを行った後、大藪がファシリテーターとなって、グループごとにKJ法を使い、対話を進めた。最後にグループ毎にまとめた内容を発表し、全体で意見やアイデアを共有した。なお、資料に関しては、過度の情報提供により自由な思考を妨げることをないように心掛けた。

3.2. テーマの選定

岐阜市消費生活センターでは、近年、若者の情報機器に関する消費者問題が急増していることから、平成21年度より、市内の中学校と協働で、インターネット利用による通信販売に関わる消費者問題の授業を家庭科で実践してきた。平成26年版「通信白書」⁵⁾によると、ノートパソコンの利用は中学生で約5割、高校生では約6割である。一方、スマホの利用は中学生が35.6%であるのに対して、高校生では68.3%に上昇する。内閣府が平成26年4月17日に発表した「消費者動向調査」では、スマホの世帯普及率が54.7%と5割を超えた⁶⁾。また岐阜県は、都道府県別インターネット利用率は平均以下(29位)であるにもかかわらず、スマホの利用率は平均以上(9位)であり、スマホの普及率が高いことが分かる⁷⁾。

そこで、自治体(岐阜市)と岐阜大学が協議・検討し、スマホを中心とした消費者被害を今回のテーマとすることにした。ただし、多様な参加者を確保する趣旨から、スマホを持っていない人も参加しやすくするため、テーマを「スマホ時代のくらしの安全・安心」と設定した。

3.3. 進行方法

「スマホ時代のくらしの安全・安心」をテーマに、3つのセッションに分けて、グループ毎に議論した。対話の流れがスムーズになるようにセッションごとにサブテーマを設けた。第1セッションは、「スマホ、ケータイ、SNSなどで身近にあった被害は？」について、付箋を使って意見を出し合うことにより、様々な視点を共有した。第2セッションでは、多くの意見をまとめるなど、考えやすきたうえで、「被害はどうすれば防げたのか？」について解決方法を話し合った。第3セッションでは、参加者がより多くの考えに触れ、広い視野で対話ができるようにするために席替えをして、多様な参加者と交流できるようにした。ここでは、「被害の未然防止には、若者に対しどのような教育をすればよいのか？」について中学生向け、高校生向け、大学生向けの3つのグループに分かれてライフステージごとに検討してもらった。ライフステージごとに考えるのは、「消費者教育推進法」第11条の「国及び地方公共団体は、幼児、児童及び生徒の発達段階に応じて、学校の授業その他の教育活動において適切かつ体系的な消費者教育の機会を確保するため、必要な施策を推進しなければならない」に依拠する。資料として、表1に示す「消費者市民社会の構築に向けて、消費者が付けたい力」を配布した。なお、当日の進行は表2に沿って実施した。

表1 「消費者市民社会の構築に向けて、消費者が付けたい力」

	消費が持つ影響力の理解	持続可能な消費の実践	消費者の参画・協働
	自らの消費が環境、経済、社会及び文化等の幅広い分野において、他者に影響を及ぼしうるものであることを理解し、適切なサービスを洗濯できること。	持続可能な社会の必要性に気づき、その実現に向けて多くの人々と協力して取り組むことができる力。	消費者が、個々の消費者の特性や消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、主体的に社会参画することの重要性を理解し、他社と協働して消費生活に関連する諸課題の解決のために行動できる力。
幼児期	おつかいや買い物に関心を持とう。	身の回りのものを大切にしよう。	協力することの大切さを知ろう。
小学生期	消費をめぐる物と金銭の流れを考えよう。	自分の生活と身近な環境との関わりに気づき、物の使い方などを工夫しよう。	身近な消費者問題に目を向けよう。
中学生期	消費者の行動が環境や経済に与える影響を考えよう。	消費生活が環境に与える影響を考え、環境に配慮した生活を実践しよう。	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成について考えよう。
高校生期	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考えよう。	持続可能な社会を目指して、ライフスタイルを考えよう。	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成に協働して取り組むことの重要性を理解しよう。
若者(大学生)	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考える習慣を身に付けよう。	持続可能な社会を目指したライフスタイルを探そう。	消費者問題その他の社会課題の解決や、公正な社会の形成に向けた行動の場を広げよう。
成人一般	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響に配慮して行動しよう。	持続可能な社会を目指したライフスタイルを実践しよう。	地域や職場で協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくろう。
高齢者	消費者の行動が環境、経済、社会に与える影響に配慮することの大切さを伝え合おう。	持続可能な社会に役立つライフスタイルについて伝え合おう。	支え合いながら協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくろう。

出典：消費者教育の体系イメージマップ～消費者力ステップアップのために～(消費者教育推進のための体系的プログラム研究会)より抜粋

表2 第8回「ぎふフューチャーセンター」の進行表

時間	内 容	
12:30	受 付	
13:00	開 始	挨拶及びフューチャーセンター紹介
13:05	消費者教育についての説明	岐阜市の取組み説明
13:15	アイスブレイク	グループワークの方法(付せん、席替え)の説明 グランドルールの説明 スマホ、ケータイ、SNSなどで身近にあった被害を挙げつつ自己紹介
13:30	フューチャーセッション① 【10分】 ※「黄色」付せん	「スマホ、ケータイ、SNSなどで身近にあった被害は？」 付せんを書いてから模造紙に貼っていく →付せんを分類する
13:40	フューチャーセッション② 【20分】 ※「青色」付せん	「①でできた被害はどうすれば防げたのか？」 個別、具体的な方策を考える 3分程度で付せんを書いてから同じ模造紙に貼っていく
14:00	フューチャーセッション③ 【30分】 ※「赤色」付せん	席替え(ホスト役の大学生を除き、自由に席替え) 「被害の未然防止には、若者に対しどのような教育をすればよいのか？」 ※中学生向け、高校生向け、大学生向けに分かれて検討
14:30	【5分】	グループ毎にまとめ、発表者の決定
14:35	発 表	グループ毎に発表(6グループ×2分)
14:50	アンケート	振り返り
15:00	片づけ	

3.4. 「場」づくりについて

多様な人が集まり、柔軟な発想で未来に向けた対話をするためには、それに適した「場」づくりが必要である。それを可能にするのが「グランドルール」と呼ばれる基本的なルールである。今回の「グランドルール」は、①参加者の社会的属性にとらわれない、すなわち全員が同じ立場として参加すること、②他人の意見に対しては常に敬意を払い、建設的なコメントもしくは提案をする、すなわち他者を否定しない、③参加者全員が場づくりに責任を持つ、④参加者全員が当事者意識を持ち、ファシリテーターのみに負担を負わせない、という内容とし、参加者に説明をして理解してもらった。また、「グランドルール」を記載した用紙を各テーブルにも置き、壁にも張り出すことで、常に意識してもらうようにした。

3.5. 参加者の選定とその役割

今回の参加者は大学、行政、地域の代表として、大学生・大学教職員、自治体職員(岐阜市・岐阜県)及び消費者団体や地域住民などの20代から70代の男女45名とした。最初のセッションは、スムーズな対話と多様な意見の確保の観点から、所属、年齢、性別、専門性の有無などを考慮し、事前にグループ分類を行った。参加者の属性や対話での役割は以下の通りである。

① 大学

今回参加した大学生は、岐阜大学教育学部家政教育講座家庭経営学履修の3年生を中心とした13名である。大学生はグループリーダーを務めた。グループリーダーの主な役割は、グループ単位での「場」づくりと、席替え後に今までの対話内容を新たなメンバーに説明することである。なおグループリーダーのみ席替えをしないこととした。大学生がグループリーダーを務めることで、グループに

対する責任感を持ち、当事者意識をもって積極的に対話に参加することができると考えられる。

また、大学における消費者教育の主体となりうる大学教職員も参加することにより、今後の大学での消費者教育の推進が期待できると考え、4名が参加した。ファシリテーターは、消費者教育の分野の専門家が担当することが好ましいため、大学教職員が担当した。また、6グループに分かれて話し合いをするため、岐阜大学地域協学センターの教職員がファシリテーターの補助として対話を促した。

② 行政

消費者教育が主に教育機関と行政機関により実践されていることと、様々な地域課題に詳しいということから、岐阜市の職員（消費生活相談員を含む）と岐阜県の職員が合計16名参加した。職員は、消費者行政の所管部署に限らず、様々な所属から参加することにより多様性の確保に努めた。また、参加した職員が今後の行政活動において、フューチャーセンターを開催する担い手となることが期待できる。そのため、岐阜市職員に関しては事前にフューチャーセンターの講義を開催し、趣旨、概念、実際の運営などの理解を深めたうえで参加してもらった。

③ 地域住民

地域住民として消費者団体の会員から「消費者ネットワーク岐阜」の会員を含め、合計12名が参加した。一般的に消費者団体の会員は高齢者が多く、スマホを持っていない人も多く、対話で戸惑いが生じると予測された。しかし、教育現場や行政においても、今後ワークショップを展開する際には、必ずしもワークショップに理解が深い参加者ばかりではないことから、多様な参加者を募った。



図3 対話の様子



図4 消費者被害（黄色）と解決策（青色）

4. グループ発表の内容と参加者の感想

4.1. グループ発表

2回のグループにおける対話をもとに、6つのグループを、中学生向け、高校生向け、大学生向けの3つの対象に分類し、それぞれどのような教育を実践すればよいかを話し合い、発表してもらった。グループ発表は大学生が行った。以下、内容の抜粋を示す。

(1) 中学生に対する教育

①グループは、「家庭でのルールづくり」と「学校でのルールづくり」というルールの視点での教育の必要性について話し合った。また、学校での消費者教育の重要性を指摘した。②グループは、規制、家庭（親子）、学校に分類して、それぞれの役割を明らかにした上で、さまざまな人の係わり合いの重要性を指摘した。特に学校では、情報教育の基本の学習、ロールプレイングによる体験、クラスでのルールづくり、業者による授業などの可能性について提起した。

(2) 高校生に対する教育

③グループは、利用方法（ネットマナーとモラル）と教育について話し合った。特に教育について

は、体験、ビデオでの教育の重要性をあげた。④グループは、子どもに対する教育、教師の教育、親の教育と、教育する対象者を分けて話し合った。

(3) 大学生に対する教育

⑤グループは、知る、考える、聞く、教える、というプロセスの重要性について話し合った。⑥グループは、責任、情報、話し合い、相談の視点で話し合った。

以上より、小学生と中学生に対しては、ルールの設定と親子と学校での教育が主となったが、大学生に対しては、自己責任で自ら考える点に重点が置かれたことが分かる。

4.2. 参加者の感想

ここでは、参加した属性ごとにその代表的な感想を抜粋して示しておきたい。

① 大学（大学生）

「スマホやケータイに関する消費者被害は、自分の生活と密接に関わっており、メディアでもよく取り上げられ、講演会を聴いたこともある。それにもかかわらず、当事者意識をもてず、自分は大丈夫と思いついでいた。しかし、地域の方々と交流し、親としての意見、消費者の立場、専門家の見解など多様な意見に触れ、様々な方と同じ目線で意見共有することで、「こんなことが実際にあるんだ」「自分だけじゃないんだ」と思った。また、普段接している友人から初めて聞く話もあり、とても新鮮だった。ネットでなんでも調べられる時代だからこそ、こうした交流の機会はとても大切であり、また普段から周囲と意見を共有することを意識していきたいと思った。」

② 行政（自治体職員）

「大学生ならではの視点、消費者団体の意見など、今後の業務遂行に参考になった。例えば、大学生がLINEの「アカウントの乗っ取り」を非常に問題視していることを知ることができた。消費生活センターで推進している消費者教育においても、今回の意見を参考にしたいと思う。また、岐阜市消費生活センターでは講座なども多く開催しているので、今後は、フューチャーセンターの手法を取り入れていきたい。」

③ 地域（消費者団体会員）

「他人の意見を否定しない話し合いは、以前から関心があり、実際、参加してみると思った以上に大変おもしろかった。大学生、自治体職員など、様々な立場から、いろいろな意見があり、興味深かった。また具体的なアイデアもあり、今後の消費者団体の活動の参考にしたい。」

5. まとめ

本論文では、フューチャーセンターという概念が未だ十分に浸透しているとは言い難い状況であることを認識したうえで実施した、「対話の場」の取り組みを紹介した。今回のフューチャーセンターでは、参加者の満足度が高くなること、そして、参加者が今後は自らフューチャーセンターを企画、実施する担い手となることを期待して企画した。まだ消費者教育の認知度が低い中での開催であったが、参加者が対話を通じ、「消費者市民社会」の構成員としての自覚ができ、自ら積極的に関与する市民となるという視点で、意義があったといえる。

また、今回の取り組みは、大学生、行政、地域の各担い手にとっても意義あるものとなった。例えば終了後のアンケートで大学生では、教師になった時に役立てたい、グループリーダーとして思ったように場が回せなかったとの反省などが見られた。将来の消費者行政の担い手育成及びグループワークの実践演習として、教育効果が高かったと言えよう。さらに、消費者被害を自己責任と安易に考えていた大学生が、消費者問題を単に被害者との関係性で捉えるのではなく、他者や社会に対してまで思いを及ぼすようになった。「消費者市民社会」について概念だけではなく、その考え方にまで思いをめぐらし深く理解できたという意味では、有意義であったと言える。さらに今回は大学生がグルー

リーダーを勤めた。グループリーダーの主な役割は、グループ単位での「場」づくりと、席替え後に今までの対話内容を新たなメンバーに説明することである。大学生がグループリーダーを務めることで、グループに対する責任感を持ち、当事者意識をもって積極的に対話に参加することができた。

自治体職員に関しては、事前講義の受講前は今回の手法に懐疑的であった市職員も、実践を経ることで、今後業務でも活用したいと考えるようになっており、フューチャーセンターの認知度が低い現段階においては自治体職員に対する研修効果は高いと考えられる。

地域の消費者団体の参加者からは、これまで固定概念に囚われており、知らず知らずのうちに視野が狭くなっていたことがこうした話し合いにより判明したことは、今後の活動に大いに有益であるとの感想があり、今回の対話が有効であったことが分かる。

さらに、このフューチャーセンターでの成果をきっかけに、大学、行政、地域において新たな消費者教育の活動が推進され始めたので、紹介しておきたい。大学においては、話し合いの中から、学生が「アカウントの乗っ取り」を身近な消費者トラブルとして問題視していることから、岐阜市消費生活センターとの協働で、大学生をターゲットに「アカウントの乗っ取り」の消費者被害防止のためのポスターとチラシ（図5）を作成し、岐阜大学の全学共通教育の授業（「人権」のうちの一コマ「消費者問題と消費者主権（担当:大藪）」）の約260名に配布し講義を行った。またポスターは岐阜市図書館分館前に展示することで一般市民の啓発も促した。

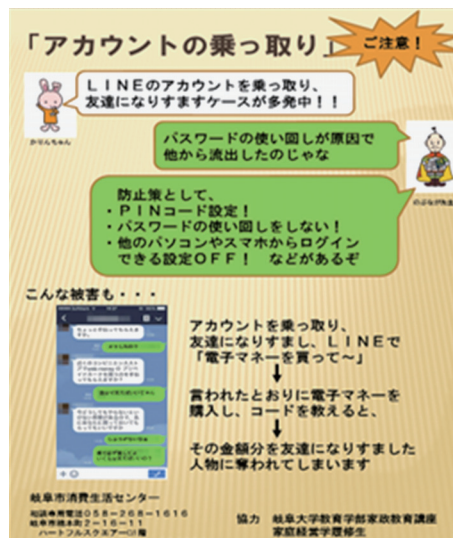


図5 岐阜大学と岐阜市が協働制作したチラシ

行政においても活動が継続されている。岐阜市消費生活センターでは、これまで啓発活動を実施していなかった大学に対しても今後は啓発活動を実施することを決定した。また、今回の成果をラジオで放送して広報、啓発活動を行った（平成26年12月8日に放送）。岐阜県においても、フューチャーセンターで出た意見、アイデアを踏まえ、若者が高校卒業後も大学や事業所等において、消費者教育を受けることができるよう、若者向け教材を作成する計画を立てている。さらに、地域の活動としては、消費者団体である「消費者ネットワーク岐阜」が、フューチャーセンターで出た意見、アイデアを用いて消費者教育用のDVDを作成するなど、それぞれの参加者が今回の結果を踏まえ、自発的に活動につなげている点は、今回のフューチャーセンターの成功を意味していると言えよう。

上記のような活動以外にも、参加者間にネットワークが構築されたこと、参加者の消費者問題の意識向上、消費市民社会の考えを実感できたことなどの効果があったこともフューチャーセンターの活動意義と考えられる。今回の参加者が、次回はフューチャーセンターの企画者として対話の場をつくることにより、消費者教育のすそ野が広がることを期待したい。

参考文献

- 1) 大藪千穂, 2014, 「情報活動を基盤とした消費者教育の実践－契約とクーリング・オフ制度－」, 『消費者教育』第34冊, pp.175-183.
- 2) 消費者庁, 第6回消費者教育推進会議(平成26年3月24日)消費者市民育成小委員会の進捗状況
URL: <http://www.caa.go.jp/information/index15.html> (参照2014-12-27)
- 3) 岐阜大学地域協学センター「フューチャーセンター」
URL: <http://www.ccsc.gifu-u.ac.jp/ccsc/index/futurecenter> (参照2014-12-27)
- 4) 岐阜大学地域協学センター「CCSCの概要」
URL: <http://www.ccsc.gifu-u.ac.jp/ccsc/index/about> (参照2014-12-27)
- 5) 総務省, 2014, 「平成26年度版 通信白書」
- 6) 消費者庁,
URL: <http://www.esri.cao.go.jp/jp/stat/shouhi/2014/201403shouhi.html#durables>
- 7) 総務省, 「平成25年通信利用動向調査」
URL: http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/data/140627_1.pdf
(参照2014-12-27)