

Ⅲ．親子で学ぶ消費者教育 －実践編－

本編の見方

手引き実践編は、ワークショップの実施プロセスである、企画から開催そして評価・振り返りまで必要な事項を解説しています。

本編は、1項目が見開き2ページにわたり記載しており、項目ごとのポイント、留意点、コラム等を掲載し、初めての方にも分かり易い構成にしています。

①タイトル

ワークショップを実施するプロセスごとに項目立てしました。

②チェックリスト

この項目に必要な行動を示しました。

③説明文

この項目に必要な行動に関して解説しました。

(1) 企画

<チェックリスト>

- 企画する際、検討すべき事項を理解する。
- 親子で学ぶ消費者教育の分野を理解し、選択する。
- ワークショップのコンセプト・目標を設定する。
- ワークショップの内容・教材を決める。

ワークショップの企画は、実施の基盤というべき拠り所です。

消費者教育のテーマ・内容は多岐にわたるので、その中で参加者にどのようなことを学んでもらいたいのか、円滑に準備をするために何が必要なかを固めておく必要があります。

◎ 企画する際、検討すべき事項を理解する。

企画する際、検討すべき項目は、以下のとおりです。

- 1) コンセプト・目標
- 2) テーマ
- 3) 参加者（対象者）
- 4) ワークショップの内容、教材
- 5) 準備 等

本編作成の経緯

文部科学省では、平成23年度家庭での消費者教育の在り方を検討するため、親子で学ぶ消費者教育の取組（教材、ワークショップ）を試行的に実施しました。本編は、それらの取組での結果を踏まえ、消費者教育の企画・実施者向けの実践のための手引きとして作成いたしました。

◎ 親子で学ぶ消費者教育の分野を理解し、選択する。

親子で学ぶ消費者教育の分野（図3、P16）を参考に、各地域での課題や問題意識を踏まえ、テーマ・分野を選択しましょう。

◎ ワークショップのコンセプト・目標を設定する。

コンセプト・目標を設定する際は、関係者による共有が重要です。そのため、明文化するようにしましょう。具体的方法については、次頁を参照してください。

ポイント

- 企画は、ワークショップ実施の基盤となるもので重要。
- 教材等を考える時は、消費者教育ポータルサイトなどの活用も考える。

今回、文部科学省で作成した教材「マナビィといっしょにおつかいすころく」では、買い物をするだけでなく、生活を振り返ることができるマス目を加えたり、クイズを加えました。

その結果、お金の使い方を学ぶことができるだけでなく、親子で消費生活全般の知識も得られる教材となりました。

④ポイント

この項目で留意すべき事項をまとめました。

⑤コラム

この項目に関して、文部科学省担当者が実践を踏まえたつづやきを書きました。

目次

始める前に 24

- ワークショップを実施するための全体の流れを把握する。

(1) 企画 26

- 企画する際、検討すべき事項を理解する。
- 親子で学ぶ消費者教育の分野を理解し、選択する。
- ワークショップのコンセプト・目標を設定する。
- ワークショップの内容・教材を決める。

① 目標・対象の設定

- ワークショップの目標を設定する。
- 目標に沿って、ワークショップのねらい・対象を設定する。

② 協力者の設定

- 協力者をさがし、依頼する。

③ 関係者打合せ

- 関係者と打合せを行う。
- ワークショップまでに行うことを決める。
- ワークショップ当日の内容を決める。

(2) 準備 34

- 時間の流れで準備することを明らかにする。
- カテゴリーごとで準備することを明らかにする。

① 教材の作成

- 既存の教材を体験する。
- アイディアを出し合う。
- 教材は何度も試行し、修正を重ねる。

② 参加者募集

- 参加者募集のタイミングを決める。
- 連携して、効果的な募集をする。

(3) 開催 40

- ワークショップ前日
- ワークショップ当日開始前まで
- ワークショップの開始から終了まで
- ワークショップ終了後

(4) 評価・振り返り 42

- 参加者にアンケートを行う。
- 目標の達成状況を評価する。
- 次回のワークショップに活かす。

様式 44

- 様式1 目標シート
- 様式2 事業計画シート
- 様式3 タイムスケジュールシート
- 様式4 プランニングシート
- 様式5 役割分担シート
- 様式6 参加者アンケート例

始める前に

<チェックリスト>

- ワークショップを実施するための全体の流れを把握する。

◎ ワークショップを実施するための全体の流れを把握する。

ワークショップを実施するために、必要なプロセスについて理解しましょう。

まず、何のために行うかという意図をはっきりさせて、企画をスタートすることが大切です。その上で、ワークショップのテーマ、内容を決めていきます。

企画に基づき、目標・対象や協力先を設定し、関係者間での打合せを行い、円滑にワークショップの開催ができるよう、準備を行います。

開催後には、振り返りを行い、次回の実施に向けて、反省点等を洗い出し、改善しましょう。

<ワークショップのフローチャート>



(1) 企画

<チェックリスト>

- 企画する際、検討すべき事項を理解する。
- 親子で学ぶ消費者教育の分野を理解し、選択する。
- ワークショップのコンセプト・目標を設定する。
- ワークショップの内容・教材を決める。

ワークショップの企画は、実施の基盤というべき拠り所です。

消費者教育のテーマ・内容は多岐にわたるので、その中で参加者にどのようなことを学んでもらいたいのか、円滑に準備をするために何が必要なのかを固めておく必要があります。

◎ 企画する際、検討すべき事項を理解する。

企画する際、検討すべき項目は、以下のとおりです。

- 1) コンセプト・目標
- 2) テーマ
- 3) 参加者（対象者）
- 4) ワークショップの内容、教材
- 5) 準備 等

◎ 親子で学ぶ消費者教育の分野を理解し、選択する。

親子で学ぶ消費者教育の分野（図3、P 16）を参考に、各地域での課題や問題意識を踏まえ、テーマ・分野を選択しましょう。

◎ ワークショップのコンセプト・目標を設定する。

コンセプト・目標を設定する際は、関係者による共有が重要です。そのため、明文化するようにしましょう。具体的方法については、次頁を参照してください。

◎ ワークショップの内容・教材を決める。

消費者教育に関する教材は、対象にあわせ、自ら工夫し作成することも重要ですが、関係機関、地方行政、企業など多くの団体が作成し、公開しています。また、消費者庁では、消費者教育ポータルサイトを開設し、教材をはじめ、消費者教育に関する様々な情報を提供していますので、活用するとよいでしょう。



消費者教育ポータルサイト

URL:<http://www.caa.go.jp/kportal/>

ポイント

- 企画は、ワークショップ実施の基盤となるもので重要。
- 教材等を考える時は、消費者教育ポータルサイトなどの活用も考える。

(1) ① 目標・対象の設定

<チェックリスト>

- ワークショップの目標を設定する。
- 目標に沿って、ワークショップのねらい・対象を設定する。

消費者教育ワークショップを有意義な機会にするためにも、ワークショップの目標を意識的に明確にして、実施者や参加者に有益なものとするとともに、終了後、目標に対して事業を振り返り、次回の実施に活かすことが重要です。

◎ ワークショップの目標を設定する。

目標を設定する際には、**目標シート**（様式1）を用いて、「何のためにやっているのか」、「事業は目標達成に資するものであったのか」を常に関係者で共有できるようにしましょう。

また、**目標シート**は、繰り返し使い、継続して目標の達成状況を把握し、企画・実施者の能力の向上を図りましょう。

目標シートは、総括表と見える化シートに分かれています。総括表では今回のワークショップの実施にあたっての総括的な目標を、見える化シートには、個別具体的な目標を設定しましょう。

<留意点>

・ **どんな目標を設定すればよいか**

～ ワークショップを実施するにあたって、目標は「ワークショップの目標」「企画・実施者の目標」「参加者の目標」など、様々な視点から設定することが考えられます。

(ワークショップの目標例)

「意図が適切に伝わり、知識・技術の伝達が行われる。」

(企画・実施者の目標例)

「親子を対象とした消費者教育事業を実施し効果的な方法等について把握する。」

(参加者の目標例)

「参加者が消費に関する最新知識を得る。」

・振り返りを念頭に置いて、目標を設定しよう

～ 目標は、ワークショップ終了後、その達成状況を把握し、次回の実施に反映させることではじめて意味あるものになります。ワークショップ参加者へのアンケート調査などで、達成状況が把握できる目標を設定しましょう。

◎ 目標に沿って、ワークショップのねらい・対象を設定する。

設定した目標に従って、ワークショップのねらい・対象を検討します。

「ねらい」は、参加者に対して、ワークショップを通じ伝えたいことを検討し、設定しましょう。

また、「対象」は、ワークショップの参加者のターゲットをどこに設定するか（例えば、子どもの対象学年、保護者も参加させるかどうか）を、ワークショップの内容、教材を踏まえ、講師等と相談しながら検討しましょう。

ポイント

- 目標を設定することは、終了後、その達成状況を把握し、次回に活かすために重要。
- 目標の設定とその評価を繰り返し行うことで、企画・実施者としての能力の向上が見える化される。

(1) ②協力者の設定

<チェックリスト>

- 協力者をさがし、依頼する。

◎ 協力者をさがし、依頼する。

ワークショップを成功させるためには、自分たちの力だけではなく、必要に応じて、関係団体等に協力を求め、連携・協働してワークショップを実施することが重要です。

それぞれの得意分野を担当することで、お互いの強みを活かした事業になるとともに、企画・実施者が本来取り組む事項に集中できます。

例えば、親子を対象としたワークショップでは、学校や教育委員会との連携により、実施機会や周知への協力などが考えられます。

また、企業や消費者団体などでは、講師派遣や教材の提供を行っています。

テーマに沿った内容であれば、力強い協力者となってくれるでしょう。



企業による出前授業の様子
(消費者教育フェスタ in ぎふ)

<留意点>

・お互いを知ることから始めよう

～ 初めて協力を依頼する場合、まだお互いの状況や協力の可能性は分かりません。まずお互いの状況を話し合い、目標の共有を図りましょう。その目標達成のためにどのような強みを持っているかによって、協力内容を具体的に話し合うことができます。たとえ今回の事業への協力が難しくても、次回以降の協力につなげる取組が重要です。



教材の展示
(消費者教育フェスタ (東京))

・目指すのは、仕組みづくり

～ 1回のワークショップだけの連携にとどまらず、終了後も協力関係が維持されるように努めましょう。連携が継続することで、消費者教育の連携の仕組みや人的ネットワークをつくることになるでしょう。これは、他の教育分野に発展していくことも期待されます。

・企業が作成した教材を使用する場合

～ 企業が作成した教材などは、当該企業の製品を紹介するなど、商業的な要素が含まれている場合がありますので、留意しましょう。

ポイント

- 協力者を得ることで、お互いの強みを活かした事業企画につながる。
- ワorkshop終了後も協力関係の維持に努め、継続した連携の仕組みづくりを目指す。

(1) ③関係者打合せ

<チェックリスト>

- 関係者と打合せを行う。
- ワークショップまでに行うことを決める。
- ワークショップ当日の内容を決める。

◎ 関係者と打合せを行う。

ワークショップの企画が大まかに決まったら、関係者を集め、事業計画シート（様式2）を複数で検討し、修正・改善しましょう。

また、事業計画書を作成するとともに、実施のための準備、役割分担などを決め、関係者がスムーズに準備できるようにしましょう。

必要に応じて、打合せを複数回を開くなど、関係者間の連携が密にとれるように配慮しましょう。

●打合せで検討すること

- 1) 企画の検討
- 2) 準備・役割分担
- 3) ワークショップまでのスケジュール
- 4) ワークショップ当日のスケジュール

<留意点>

・企画・実施者の役割

～ 企画・実施者は、関係者打合せの際、連絡調整をはじめ、中心となって取り仕切るほか、絶えず関係者と連絡を取り合い、企画案を固めていきます。

・関係法令のチェック

～ 打合せにおいて、企画や内容等を練っていく際には、関係法令などのチェックを行い、関係者間で内容についての裏付けをとることに心がけましょう。

・関係者がなかなか集まることができない場合

～ 関係者が集まって打合せができなくとも、メール等を活用して、情報共有を図り、企画を練り、準備を進めましょう。

◎ ワークショップまでに行うことを決める。

タイムスケジュールシート（様式3）を用いて、ワークショップまでにすべきことを整理しましょう。

◎ ワークショップ当日の内容を決める。

プランニングシート（様式4）を用いて、当日のワークショップの進行を固めましょう。ワークショップの時間配分は余裕のある時間を組みましょう。必要な物品等も記入し、漏れの無いようにしましょう。

ポイント

- 打合せを開き、企画を固め、準備できる体制を作る。
- ワークショップまでのスケジュールとワークショップ当日のスケジュールを決める。

(2) 準備

<チェックリスト>

- 時間の流れで準備することを明らかにする。
- カテゴリーごとで準備することを明らかにする。

企画が固まったら、協力を依頼した関係者と連携して、準備を進めます。ワークショップを実施するためには、多くの事項を調整し、準備を行う必要が出てきます。肝心の準備のプロセスを忘れることがないように、ここでは2つの方法で準備事項を整理する方法を紹介します。

◎ 時間の流れで準備することを明らかにする。

前述のタイムスケジュールシート（様式3）で、整理をします。おおよそ1か月前、1週間前、3日前に行うべきことをリストアップし、漏れのないようにしましょう。

● 1か月前までに行うべきこと

- 1) 内容の決定
 - 2) 会場の決定・予約
 - 3) 参加者募集
- など

● 1週間前までに行うべきこと

- 1) 必要物品の手配
- 2) 参加者へ案内
- 3) 資料・シナリオの準備 など

● 3日前までに行うべきこと

- 1) 当日の事前打合せ
- 2) 会場へ荷物発送 など

◎ カテゴリーごとで準備することを明らかにする。

もう一つの方法として、項目・目的別に整理する方法があります。時間軸で整理する方法と比べて、役割ごとに担当者を分けている場合などは便利な整理方法です。その場合は、**役割分担シート**（様式5）で整理をします。

● 考えられる項目

- ・ 会場関係 ・ 講師関係
- ・ 協力団体 ・ 広報関係
- ・ 募集関係 など

ポイント

- 準備事項は漏れがないように整理する。
- 2つの整理方法を使い分ける。

(2) ①教材の作成

<チェックリスト>

- 既存の教材を体験する。
- アイディアを出し合う。
- 教材は何度も試行し、修正を重ねる。

消費者教育に関する教材は、前述のとおり多くの関係機関等で作成されています。しかし、ワークショップを企画する実施者の特色や地域性を活かして、ワークショップ用にオリジナルの教材を作成することも重要です。

◎ 既存の教材を体験する。

まず消費者教育の教材がどのようなものがあるのか収集し、作成する関係者で体験しましょう。そして、その体験を踏まえて、自分たちの教材作成の検討材料にしましょう。

◎ アイディアを出し合う。

ワークショップで使用する消費者教育の教材は、学習者の興味関心を引くことに加え、教育の意図が伝わる仕掛けが必要です。関係者でアイディアを出し合い、教材を作り上げていきます。

特に、親子を対象にしたワークショップで使用する教材は、子どもだけでなく、保護者も学びを得られるアイディアが必要になります。

今回、文部科学省で作成した教材「マナビィといっしょにおつかいすごろく」では、買い物をするだけでなく、生活を振り返ることができるマス目を加えたり、クイズを加えました。

その結果、お金の使い方を学ぶことができるだけでなく、親子で消費生活全般の知識も得られる教材となりました。

◎ 教材は何度も試行し、修正を重ねる。

教材ができたら、ワークショップ当日まで何度も試行します。できればワークショップの対象者（対象者が親子であれば親子に）に教材を体験してもらい、感想をもらいましょう。そこで出た意見を踏まえ、改善し、修正を重ねていきます。

●主なチェックポイント

- ・ 目指すねらいから外れていないか
- ・ プレイ時間は短く（長く）ないか
- ・ 子どもにとって難しくないか
- ・ 教材の仕掛けは機能するか など

ポイント

- 既存の教材を体験し、作成の検討材料にする。
- 消費者教育の教材には、教育の意図を含んだ仕掛けが必要。
- 何度も試行、修正を重ね、改善する。

(2) ②参加者募集

<チェックリスト>

- 参加者募集のタイミングを決める。
- 連携して、効果的な募集をする。

ワークショップを実施するには、当然ながら参加者を集める必要があります。どんなにワークショップの中身が良くても、参加してもらわないことには意味がありません。そのため、学習ニーズのある人々に周知を図るほか、特にニーズを意識していない潜在的な学習者を発掘することも重要です。

◎ 参加者募集のタイミングを決める。

参加者募集のタイミングは、大きく分けて①事前募集と②当日募集の2つがあります。どちらもメリット・デメリットがありますので、よく検討して決めましょう。

① 事前募集

- ・当日の参加者数を把握できるとともに、不足している場合は対策をとることができます。
- ・申込みをする人は、主に消費者教育に関心のある層が多くなります。
- ・無料のワークショップでは、当日に無断キャンセルがでる可能性があります。

② 当日募集

- ・当日まで参加者数を把握することができないため、参加者が集まらない可能性があります。
- ・当日、その場居合わせた人に声をかけることができるため、消費者教育に関心のない層にも参加を直接促すことができます。

◎ 連携して、効果的な募集をする。

参加者を募集する際は、いかに対象となる人の目に触れるかが重要です。対象としている参加者の特性を考え、周知先を定め、アプローチし、参加者募集の協力を得ましょう。

今回、文部科学省で行ったワークショップでは、事前募集と当日募集の両方を行いました。

事前募集では、親子を対象にしたワークショップであったために、教育委員会と連携し、会場近隣の小学校の児童にチラシを配布させていただきました。その結果、募集2日で定員を満しました。

文部科学省 平成23年度消費者教育推進事業
親子で学ぶ消費者教育ワークショップ
ゲームで学ぶ！冬休みお金の教室

「おつかいすごろく」で遊びながら、上手なお金の使い方を親子で勉強します。すごろくのマスには、環境や携帯電話といった身近なトピックやクイズもあり、よりかしく生活するための知恵を学びます。

◎ 日 期：平成24年1月7日(土)
① 11時～12時、② 12時～1時 (1回約45分)
◎ 場 所：下ノ宮小学校(高尾地区分庁舎) 2階 11号の会議イベント広場
◎ 講 師：あらいみつこ氏、 Shibata Mitsuko 氏
◎ 対象者：小学生とその保護者 各10組20名程度
◎ 申込み方法：1名の参加希望者は、メールまたはFAX(募集要項)にて事前募集、お電話、または当日参加受付のみ、14時より会場において受付開始、先着順。
◎ 事前申込み受付期間：平成23年12月19日(月)～20日(月)
◎ 当日の参加者募集は、定員になり次第受付を終了させていただきます。
詳細については、文部科学省ホームページ内「消費者教育の推進について」をご覧ください。
http://www.mext.go.jp/a_05050/05050/05050010/05050010010.htm

あらいみつこ氏
子供のお金教育を
考える会 代表
・児童館やファミリーセンター
などで活動中、2児の母。
・商品やサービスなどでも
やまぎの活動にもつづける
記事執筆。
・平成13～21年 金融庁
子ども版「親子」編集
・平成23年～
神奈川県生活福祉課委員
・平成23年 文部科学省
消費者教育推進委員会委員

講師紹介
あらいみつこ氏
Shibata Mitsuko 氏

あらいみつこ氏
子供のお金教育を
考える会 代表
・児童館やファミリーセンター
などで活動中、2児の母。
・商品やサービスなどでも
やまぎの活動にもつづける
記事執筆。
・平成13～21年 金融庁
子ども版「親子」編集
・平成23年～
神奈川県生活福祉課委員
・平成23年 文部科学省
消費者教育推進委員会委員

Shibata Mitsuko 氏
【財】消費者教育実践
センター 主任研究員
・ファイナンシャルプランナー
(FP2級資格)
・暮らしのお金セミナーで
幅広い年齢層を対象に
したお金の知識や実践を伝授。
・家庭では2児の母として、子
どものお金教育を実践中。
・平成22～23年
文部科学省 消費者教育推
進委員会委員

主催：文部科学省 お問い合わせ：男女共育参画学習課 03-5253-4111(内3462)

募集チラシ

当日募集では、会場である商業施設にチラシ等で周知し、募集をかけましたが、関心を持つ人はあっても、参加にまで至る人は少数でした。

ポイント

- 事前募集と当日募集のそれぞれの特徴を踏まえ、参加者を募集する。
- 対象としている参加者の特性を考え、周知先を決め、アプローチし、参加者募集の協力を得る。

(3) 開催

<チェックリスト>

- ワークショップ前日
- ワークショップ当日開始前まで
- ワークショップの開始から終了まで
- ワークショップ終了後

◎ ワークショップ前日

準備が順調であれば、やることはあまりないはずです。ワークショップ会場に持ち込む物品の確認やワークショップのシュミレーションをするなどして、翌日に備えましょう。

また、当日のアクシデント等に備えて、バックアップ体制を用意しておきましょう。

◎ ワークショップ当日開始前まで

会場設営や資料などをセットし、当日の動きを確認しましょう。

借りた備品は、使用する前の状態を確認しておきましょう。気付かないうちに借りた備品が欠けたり、破損したりする可能性があります。あらかじめ確認することを忘れないでください。

◎ ワークショップの開始から終了まで

ワークショップが始まってから、一番留意することは時間配分です。事前に作成した**プランニングシート**（様式4）を参照しながらも、当日の状況に応じて、プログラムを省略するなど臨機応変に対応しましょう。

◎ ワークショップ終了後

会場を借りている場合は、速やかに撤収しましょう。また、ワークショップを実施した関係者間で、当日の内に良かった点や反省点を話し合う場を設けると、より活発な話し合いが期待できます。

文部科学省で実施したワークショップでも、なかなか予定通りには進みませんでした。

当日は、司会進行役が諸事情で来ることができなかつたり、ワークショップが時間通り終わることができなかつたり・・・



ワークショップの様子

周到的な準備と臨機応変な対応が必要だと実感しました。

ポイント

- 準備を入念に行えば、当日慌てなくてすむ。
- 予定通りにいかないことは当たり前。その時の臨機応変な対応が重要。

(4) 評価・振り返り

<チェックリスト>

- 参加者にアンケートを行う。
- 目標の達成状況を評価する。
- 次回のワークショップに活かす。

◎ 参加者にアンケートを行う。

評価を行うに当たって、企画・実施者や関係者からの評価はもちろん、ワークショップの参加者にアンケートを行うことは重要です。

企画段階で設定した目標が、どの程度達成しているのかを把握することができるよう、アンケートの質問項目を設定しましょう。

親子を対象にしたワークショップの場合、子どもと保護者のそれぞれに対してアンケートを行うと、より詳しいデータを得ることができます。(参加者アンケート例(様式6))

◎ 目標の達成状況を評価する。

参加者アンケートや、企画・実施者及び関係者の意見等を踏まえて、企画段階で設定した目標が達成できたかどうか評価しましょう。

企画段階で作成した目標シート(様式1)に従い、設定した目標に対しての実施状況と評価を記入しましょう。

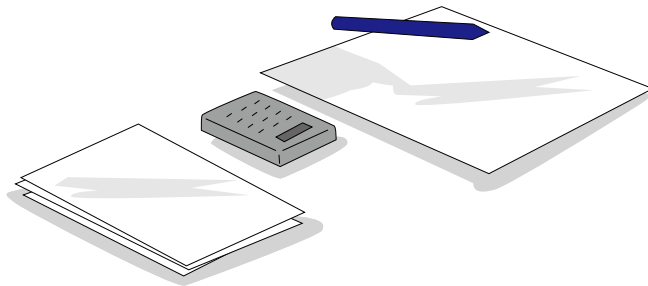
目標を達成できなかった場合でも、達成できなかったことを問題にするのではなく、何故達成できなかったかについて検証することが重要です。改善すべき点があれば、次回ワークショップを成功させるために、**目標シート**に書き出しておきましょう。

◎ 次回のワークショップに活かす。

次回のワークショップを企画する時、また目標を設定する際に、今回の反省点を反映できるように、**目標シート**に次回への改善点を記入しておきましょう。

また、次のワークショップを企画する際には、前回の**目標シート**を読み返し、前回の改善点を反映した内容になるようにしましょう。

それを積み重ねることで、ワークショップを企画・実施する能力も向上するでしょう。



ポイント

- 参加者アンケートは、設定した目標の達成状況を把握できる設問にする。
- 目標シートで達成状況を振り返り、次回に活かす。

目標シート 《総括表》

【概要】

事業名	
日時	
会場	
講座対象者	
受講者数	

【目標・評価】

総括的目標	
振り返り	
次回ワークショップの 改善点等	

目標シート 《見える化シート》

形式	目 標	実 施 状 況	振 り 返 り	次回ワークショップの改善点等
コンセプト・テーマについて				
例	P 親子を対象とした消費者教育として有効性のあるテーマを設定する。			
企画・準備プロセスについて				
例	P 企画委員会で適切な事業計画を立案する。			
ワークショップの実施について				
例	P 事業計画に基づき適切に実施する。			
参加者について				
例	P 計画した参加者を確保する。			
他との連携・協働について				
例	P 適切な連携相手先を選択する。			

※記入要領

形式 アウトプット目標は「P」、アウトカム目標は「C」、インプット目標は「I」と表示する。

目標 具体的な目標を設定する。振り返りの時に迷わないように、ポイントが分かれるものは一緒にせず、別に立てる。目標は、具体的に実施状況が記入でき、振り返りが出来る内容にする。

実施状況 目標に関することについて、実際の実行状況を具体的に記載する。

振り返り 目標と実施状況を比較して振り返り、良かった点、悪かった点等を記入する。

次回ワークショップの改善点等 次回のワークショップを開催する際に直すべきこと、気をつけることを記入する。

事業計画シート①

◇実施概要◇

日 時	
会 場	
ワークショップ名	
講 師	
内 容	

◇実施内容詳細◇

教 材	
実施方法	
募集告知・ 広報	
会場及び 設営・撤去	
講 師	
アシスタ ント、補助	
当日の体制	
その他	

事業計画シート②(予算)

<収入の部>

事 項	相手先・業者名	金 額	備 考
委託費・補助金			
寄付金			
参加費収入			
合 計			

<支出の部>

事 項	相手先・業者名	金 額	備 考
会場関係			
会場費			
備品・機材レンタル			
当日関係者弁当			
当日関係者飲み物			
講師関係			
講師謝金			
講師旅費			
教材・資料関係			
教材印刷			
教材発送			
広報関係			
新聞広告代			
募集チラシ印刷			
募集チラシ発送			
合 計			

タイムスケジュールシート

目 安	項 目	実施日	
1か月前～3か月前	企 画		
		・基本方針・コンセプトの検討	
		・ワークショップのラフ案の検討	
		・参加対象者の検討	
		・教材の検討	
		・講師の検討	
1週間前～1か月前	準 備		
		・会場の手配	
		・必要な物品の洗い出し	
		・ワークショップの授業案の作成	
		・連携先との調整	
		・広報	
当日	実 施		
		・会場設営	
		・参加者受付	
		・実施	
		・後片付け	
当日～できるだけ早く	改 善		
		・振り返り	
		・評価・改善	

プランニングシート（1）

◇概 要◇

実 施 日	
会 場	
講座対象者	
予定受講者数	
講 座 名	
目 的	
留 意 点	

◇当日のタイムスケジュール◇

時間配分	内 容	留 意 点	用意するもの
準備			
導入			
展開			
まとめ			

プランニングシート (2)

◇振り返りシート◇

目的は達成されたか
時間配分は適切だったか
良かった点
反省点
その他

役割分担シート

月日	作業内容		担当					備考
会場関係								
	A会場	調査						
		申し込み						
		打ち合わせ						
講師関係								
	B講師	依頼						
		打ち合わせ						
		依頼文発送						
		レジュメ						
協力団体								
	C団体	依頼						
		依頼文発送						
広報関係								
	新聞	D新聞						
	雑誌	〇〇誌						
募集関係								
		募集ハガキ作成						
		募集ハガキ配布						
		参加者名簿作成						
当日								
		設営						
		講師接待						
		受付						
		参加者案内						

アンケート例（保護者用）

本日は、親子で学ぶ消費者教育ワークショップにご参加いただきありがとうございます。今後の検討の参考とさせていただきたいと思っておりますので、ご記入をお願いいたします。

※ 参加されたお子様の学年に○をお願いします。（いずれかに○。お子様が複数参加した場合は、参加したお子様の学年いずれにも○）

1年 2年 3年 4年 5年 6年

1 このワークショップに参加した感想について（いずれかに○）

大いに満足 満足 普通 不満 大いに不満

※ なぜそう思われましたか。

2 本日のワークショップの内容について（いずれかに○）

(1) 教材にすごろくを使って学ぶ方法は、

良い 普通 他の手法が良い

(2) 子どもにとっての難易度は、

易しい 丁度良い 難しい

(3) ワークショップの時間は、

短い 丁度良い 長い

(4) 今回のような商業施設での開催については、

良い 普通 他の場所が良い

(5) 親子で参加する講座については、

良い 親だけでよい 子どもだけでよい

※ なぜそう思われましたか。

(裏面に続く)

3 ワークショップに参加して、わかったことや気付いたことはありますか。(いずれかに○)

・ある

・ない

※ ある場合は、どのようなことですか。

4 本日のワークショップに参加して、今後家庭でやってみようと思ったことはありますか。(いずれかに○)

・ある

・ない

ある場合は、どのようなことですか。(複数選択可)

- ・ すごろくゲームのような教材を使って、家で学びたい
- ・ 今日学んだことを家族で話し合いたい
- ・ 別の消費者教育のワークショップや講座に参加したい
- ・ 消費に関することについて、家族のルールをつくりたい
- ・ その他

5 その他、ご感想、ご意見等あれば、教えてください。

ご協力ありがとうございました。

アンケート例（子ども用）

※ じぶんのがくねんに○をしてください。

1ねん 2ねん 3ねん 4ねん 5ねん 6ねん

1 すごろくゲームであそんで、わかったことをかいてみましょう。

2 ゲームをして、むずかしいところがありましたか。（どちらかに○）

・ ない

・ あった

※ 「あった」人はなにがむずかしかったかおしえてください。

（うらにつづく）

3 すごろくをお家でもあそんでみたいですか。(どちらかに○)

- ・ あそびたい
- ・ あそびたくない

4 おかいものをするときに、 お家の人からいわれていることはありますか。(どちらかに○)

- ・ ある
- ・ ない

※「ある」人はなにをいわれているかおしえてください。

5 きょうのかんそうをおしえてください。

どうもありがとうございました。

コラム②

『家庭における消費者教育の可能性』

～ワークショップの会話から～

文部科学省消費者教育推進委員会家庭教育部会委員
子どものお金教育を考える会代表
あんびるえつこ

「おねだりはダメ。絶対買ってあげない!」。きっぱりと言い張る男の子の隣で、お母さんは苦笑い。「いつも自分はおねだりするくせに」。

これは1月に横浜で行われた、『おつかいすごろく』を使ったワークショップのいち場面。『おつかいすごろく』は、マスを回りながら、1000円以内でお弁当のおかず、野菜、そしてお菓子を選んで買うことになっています。ところが、すごろくの途中で出会ったマナビィというキャラクターに『おねだり』されてしまうマスがあるのです。さて、マナビィの“おねだり”に、子ども達はどのように対処するのでしょうか。

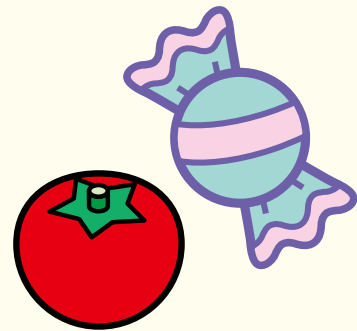
冒頭の男の子のように立場が変わると、すっかりお金にシビアになる子もいれば、マナビィの気持ちに寄り添って要求を受け入れる子、悩みに悩んで考え込んでしまう子…、その反応は様々です。こうした場面で、親は、いつも一緒に『消費』しているはずのわが子の意外な一面を知ることがあります。子どもが何を基準に、どんな風に考えて買うものかを決めているのかを改めてじっくり見てみると、わが子の性格や考え方だけでなく、普段の生活から学んでいることや成長を知ることでもあります。それが親子ワークショップの醍醐味のひとつです。

ワークショップではまた、ほかの子どもが何をどんな風に考えてお金を使ったのか、ほかの家庭ではどのように教えられているのかを知る機会にもなります。「おねだりはダメ」といった男の子とお母さんは、「かわいそうだから、買ってあげる」といって、自分のお菓子を買うお金が少なくなることを承知の上で、おねだりを受け入れた女の子を驚きの表情で見っていました。親子ともども、価値観と選択の多様性を知った瞬間だったのかもかもしれません。

ワークショップ後のアンケートの中に、保護者の感想として『お金の使い方は、生き方にも通じる奥深いものであることがわかった』という主旨のコメントがありました。1000円でも、いろいろな使い方があります。栄養を重視するのか、自分の好みに重きを置くのか、はたまたほかの人のことまで考えるのか…。

『消費』は、自分が何を大切にしているのか、その人の生き方を浮き彫りにします。一人ひとりが、さながら生き方を探すかのごとく、考え、心に問い、自分なりの価値観で答えを見つけ、意思決定していくという側面が、消費にはあるからです。そして意思決定のための根っこは、『こうすればよい』と教えられるものではなく、家庭での保護者の考え方や教え、問いかけ、押し問答…などから、長い時間かけてつくり上げていくものなのだと思います。

ワークショップという場で子どもたちの取り組む姿を見て、『消費』が『生き方』と深く結び付いていることに親が気づいたとき、初めて『消費』が『教育』と結びつき『消費者教育』になるのかもかもしれません。親子でのワークショップは、そうした気づきを与えてくれる大切な機会なのです。



IV. 事例

【事例1】 商業施設における消費者教育ワークショップの実践

ポイント

- ・ 開放的空間である商業施設を会場として開催
- ・ 保護者も主体的に参加するワークショップ
- ・ 複数の実施方法で、学習者の意識の違いによる変化を把握

<実施データ>

実施者：文部科学省
日時：平成24年1月7日（土）
11:00～16:00
場所：トレッサ横浜（神奈川県横浜市）



ワークショップの様子

<概要>

市民が日常的に訪れる商業施設において、家庭でも遊べるすごろくによるワークショップを通じて、お金の使い方を体験し、実生活における実践につなげる。

対象：小学生とその保護者
定員：各回10組20名程度
参加者：①8組21人、②8組21人、③3組7人 計19組49人
実施方法：

	1回目	2回目	3回目
開催時刻	11:00	14:00	15:00
申込み方法	事前	事前	当日
遊び方	各テーブルごとで実施	チームを作り、一つのすごろくで実施	家族でチームを作り、一つのすごろくで実施
保護者の関わり方	子どもと一緒にすごろくで遊ぶ	子どものすごろくを見守り、適宜アドバイスを送る	子どものすごろくを見守り、適宜アドバイスを送る

<振り返り>

- ・ 事前募集は、近隣の小学校にチラシを配布したことにより、定員をすぐに満たしたが、当日募集は、商業施設の来場者にチラシを配ったものの参加者を集めるのに苦労した。
- ・ 予定していた時間通りワークショップが進まず、終了時間が超過してしまった。
- ・ 保護者に対して、家庭での学習に利用できる消費者教育に関する啓発資料等を配布すればよかった。

【事例 2】 保護者も参画した消費者教育に関する授業公開

ポイント

- ・ 学校を会場として開催
- ・ 保護者も参加する授業
- ・ 地域の教員や行政職員等にも広く公開

<実施データ>

実施者：文部科学省、岐阜県、岐阜県教育委員会、岐阜市、岐阜市教育委員会

日時：平成 24 年 2 月 22 日（水）

13:00～14:20

「消費者教育フェスタ in ぎふ」
のプログラムの一つとして実施

場所：岐阜市立東長良中学校

岐阜市立長良東小学校



保護者を交えて熟議の様子

<概要>

対象：小中学生とその保護者

参加者：小学校 4 クラス、中学校 4 クラス

授業一覧：

長良東小学校			東長良中学校		
1年 1組	学級 活動	おつかい名人になろう※	1年 2組	学級 活動	園芸活動の経費を有効に活用 するために※
3年 1組	道徳	家庭生活を見つめて※	1年 5組	学級 活動	インターネットを賢く使える 消費者になろう
5年 1組	家庭	我が家の買い物を見つめて※	2年 2組	技術 家庭	商品の選択と購入※
6年 3組	学級 活動	風評被害について考える※	3年 1組	社会	わたしたちの暮らしと経済

保護者の関わり方：※印の公開授業において、保護者も授業に参画した。また全ての授業に保護者が参観した。

<振り返り>

- ・ 時間に制約があり、同じ時間帯で実施したため、来場者が通して見ることが難しかった。
- ・ 参観者が多数見込まれたため、会場を教室から体育館に変更したことにより、多数の参観者が見学できた。
- ・ 保護者にも意見を求める等、保護者も主体的に参画する仕組みが機能していた。

【事例3】 小学校の授業参観において消費者教育ワークショップの実践

ポイント

- ・ 学校を会場として開催
- ・ 小学校教員が汎用性のある消費者教育教材を用いて実施
- ・ 保護者も参加するワークショップ

<実施データ>

実施者：東京都町田市立相原小学校
石井美樹教諭

日時：平成24年3月3日（土）
10:20～11:05

場所：東京都町田市立相原小学校



授業での取組の様子

<概要>

小学校の授業参観（生活科）において、保護者の参画も得ながら、おつかいすごろくを使って、お金を計画して使うことや、自分なりのルールを考えることを学ぶ。

対象：小学2年生1クラスとその保護者

参加者：児童36名とその保護者

実施方法：クラスを1班4、5名の8班に分け、班ごとに何を買うかを計画させる。その計画を元に、すごろくを進める。

保護者の関わり方：保護者は、子どもと同じテーブルに座り、クイズを出すなど、すごろくの補助にあたった。

<振り返り>

- ・ 買うものを決める時に、児童同士意見をぶつけあい、決めていく経験が今後に生きてくる。
- ・ 事前準備に時間をかけ、児童たちにルール等遊び方を教えたので、スムーズに進行できた。

【事例 4】 小学校の土曜親子教室において消費者教育ワークショップの実践

ポイント

- ・ 学校を会場として開催
- ・ P T Aによる募集
- ・ 保護者も参加するワークショップ

<実施データ>

実施者：横浜国立大学教育人間科学部
附属鎌倉小学校「土曜親子教室」

日時：平成24年3月3日（土）
10:00～11:30

場所：横浜国立大学教育人間科学部
附属鎌倉小学校



土曜親子教室の様子

<概要>

土曜親子教室において、同附属鎌倉中学校校長である西村隆男消費者教育推進委員会委員長に講師の依頼があったもの。そのうちの前半の時間をすごろくゲームを体験することとし、後半は、お金の役割や見えないお金（クレジットカード等）について、児童向けに講義を行った。

対象：小学4年生以上の児童とその保護者

参加者：児童とその保護者 50名程度

実施方法：1班4、5名の6班に分け、各自で何を買うかを計画させる。その計画を元に、班ごとにすごろくを進める。

保護者の関わり方：保護者は、子どもと同じテーブルに座り、クイズを出すなど、すごろくの補助にあたった。

<振り返り>

- ・ 1組だけなかなか買い物をしない組があり、全ての組がゴールするのに時間がかかるなど、進行管理に工夫が必要。
- ・ 指導者に対して、指導するためのポイントをまとめたものがあると良い。

親子で学ぶ消費者教育の可能性

文部科学省消費者教育推進委員会家庭教育部会委員
公益財団法人消費者教育支援センター主任研究員
柿野 成美

「公開授業を参観ではなく、参加させていただけたことにお礼を申し上げたくてお手紙いたしました。(略) グループでの話し合いを各班が発表した時、子ども達の固定観念にとらわれない柔軟な意見にハッとさせられました。(略) 消費者としてのあり方を自分に問ういい機会だったと感謝しています。」

これは2012年2月に開催された消費者教育フェスタ in ぎふで、「親子で学ぶ消費者教育モデル授業」を行った岐阜市立長良東小学校6年3組の担任教員宛てに後日、保護者から届いた感想の一部です。この授業では福島第一原子力発電所の事故後、風評被害によって野菜が売れないことに苦しむ福島県のネット通販会社等を取り上げ、保護者も参加して国、販売業者、消費者の役割等について熱心にグループ熟議を行うものでした。

この授業では保護者が、家庭では福島県産の野菜を積極的に購入していない現実や、あるべき姿と自らの消費行動とのあいだで葛藤があることを子ども達に正直に伝える場面がありました。子ども達は熟議の中で消費者の役割についても言及していましたが、学校での議論と家庭生活がつながることによって、自身が等身大の消費者として悩んだり考えたりする契機になったのではないのでしょうか。このように、家庭生活とのかかわりが深い小学生や幼児等に対して消費者教育を推進していくためには、家庭生活の当事者である親と子が共に学ぶ場をいかに設定するか、という点が肝要と言えるでしょう。

家庭では親が子どもに対して、お金の大切さ、買い物の工夫、ゴミの出し方など、社会の中で自立した消費者として生きていくためのルールやマナーを教えています。消費者教育として自覚的に行っていることは少なく、実施状況は家庭によって差があります。また、家庭内では親は教える立場、子は教わる立場になることが多く、小さなわがままな消費者と話し合うことが困難なケースもあるでしょう。そのため、あえて家庭から離れた学校や地域で客観的に、普段の消費生活について「親子で学ぶ」場を設定することは大変有意義なことです。そしてその時、親は「参観」ではなく、今回のような熟議やワークショップに主体的に「参加」することが、教育効果を高める上で欠かせません。

冒頭の保護者の感想文でも「消費者としてのあり方を自分に問ういい機会だった」とあるように、親子で学ぶ消費者教育は、子育て世代の親に対する消費者教育の「場」としても機能しています。今後、国や地方公共団体においては、このように大きな可能性を持つ対象への消費者教育を一層積極的に推進していただき、全国各地で親子の楽しい会話が広がっていくことを期待したいと思います。

(参考文献) 伊藤智裕「風評被害を考えるー親子で学ぶ消費者教育ー」『消費者教育研究』公益財団法人消費者教育支援センター 平成24年度6+7月号 (No.152)

