

実践発表

若者を取り巻く消費者トラブルの 変遷と対応～大学生協の取組を通して～



全国大学生協同組合連合会
専務理事 毎田 伸一氏

はじめに ～大学生協のご紹介～

生協は消費者が作っているという側面もありますが、一方では事業者として売店や食堂などを運営している立場でもあります。本日は、事業者としての立場で私たちが取り組んでいることについてお話していきます。

最初に大学生協についてご紹介します。大学生協は全国205の大学にあり、組合員数は約154万人です。

下の写真は少し前に話題になった「単位パン」です。大学生協にの各店舗に置かれている「ひとことカード」には、試験の時期になるとお約束のように学生から「単位を売ってください」という要望があります。そこで、ある大学生協が「わかりました。楽しみにしててください」と回答し、実際に販売したのが、パンに「単位」の焼き印を押したこのパンでした。このように学生たちと遊びのなやり取りもしながらお店を運営しています。

エシカルな生産と消費

もともと生協は倫理的な消費のために設立されたという経緯があります。大学生協では、食堂で提供してい

る小鉢にタイ産のほうれん草を使っています。このほうれん草は、タイ政府と協力し、ケシ畑を作物転換して作りました。収益の一部は、地元の村の学校に寄付し、子どもたちの教育支援につなげています。

また、大学生協は旅行代理業務も行っており、旅行商品の一つに、世界のボランティアやNPO活動に参加し体験する「テーマのある旅」があります。このような商品も作っています。

大学生「50の危険」シリーズ

それでは、ここから本題に入ります。私たちは2011年から「大学生 50の危険シリーズ」という書籍を発行しています。最初に出したのは『大学生がダメされる50の危険』で、3年ごとにリニューアルし、今年2月に最新刊『大学生が狙われる50の危険』を発行しました。

内容は、消費者トラブルを含め大学生が直面しやすい危ない話をピックアップして解説するものです。専門家と三菱総研にご協力をいただいて作成しています。

今回は、この3冊を比較しながら、大学生を取り巻く危険がどのように変遷してきたのかをご紹介しますと思

大学生協のご紹介

- 全国205大学にあり、組合員数は約154万人（同年代の約半分）



Copyright © 2008 National Federation of University Co-operative Associations All Right Reserved.



大学生「50の危険」シリーズ



2011年 2014年 2017年

- 専門家×三菱総研×大学生協のコラボ
- 2011年から3年ごとに出版

Copyright © 2008 National Federation of University Co-operative Associations All Right Reserved.



います。

2017年度版の編集のために

2017年度版の編集にあたり、「学生の生活リスク講座」を計11回開催しました。毎回テーマを決めてその道の専門家を招いてお話していただくもので、これまでのテーマをいくつか挙げると、

- ・ カルト
- ・ ブラックバイト
- ・ ハラスメント
- ・ 食生活
- ・ 消費者トラブル
- ・ スマホとネット
- ・ メンタルヘルス
- ・ 自転車事故
- ・ アルコール・薬物
- ・ 震災

などがありました。

3冊を比較してわかること

2011年版、2014年版、2017年版それぞれの掲載項目を並べて比較すると、いろいろなことがわかります。

●2011年度版から変わらないこと

- ・ 消費者被害
- ・ ネット・スマホ関連
- ・ 自転車事故
- ・ 悪質な宗教団体等の勧誘
- ・ アルコール（イッキ飲み、未成年飲酒）、薬物・危険ドラッグ

2011年版から相変わらず掲載が続いているものの代表格は、消費者被害です。18歳になると、スマホなどの18歳以下の規制がかからなくなります。一人暮らしをすると、食事内容や食べる時間などもすべて自分で選択しなければなりません。20歳になると成人になり契約ができるようになります。これらは、2011年どころか、ずっと昔からある問題です。

私と同年代で、普段は大学生に接点のない方にお話しすると驚かれるのが、アルコール・薬物関係です。私が学生の頃は「イッキ飲みはしない」が定番でした。しかし今は、未成年飲酒が大きくクローズアップされています。

●2014年度版で加わったこと

2011年から3年経つと、このような内容が加わるようになります。

- ・ スマホ、SNS
- ・ 心身に関して（食生活の乱れ、こころの不調、妊娠・性のトラブル）
- ・ 就職活動
- ・ 地震、津波

中でも大きいのは就職活動関係です。2008年秋のリーマンショック以来、景気が急に下落し、「派遣切り」という言葉が聞かれるようになり、就職先が内定していた学生が、企業から「内定取り消し」を言われたりしました。そのようなことが2008年から2009年に起こったのですが、その後3年間は就職率が最も低かった時期でした。大学生たちには、就職するためには猛勉強して資格を取らなければいけないという脅迫観念があり、これが後述する消費者トラブルにも結びついていきます。

●2017年度版で加わったこと

さらにそれから3年が経ち、2017年度版ではこのような項目が加わりました。

- ・ スマホ、SNS（マルウエア、ランサムウエア）
- ・ 18歳からの選挙権
- ・ ブラックバイト
- ・ キャンパスハラスメント（「アカハラ：アカデミックハラスメント」も）

スマホやSNSについてはずっと変わり続けています。「マルウエア」や「ランサムウエア」は、3年前には言葉すらありませんでした。

ブラックバイトも最近出てきた問題です。2014年度版の頃は就職難の時代でしたが、2015年くらいから景気が一定回復をしてきて、今では人手不足です。学生アルバイトを雇っているお店などが、学生を過度に働かせるという事態が起こっています。人手が足りないので辞めたくても辞めさせてもらえない。ある学習塾が、授業をやる時間は給料を払うが、授業をやるための準備の時間は時給の対象ではないと言いました。労働法の知識があれば「そんなバカな」となるようなことなのですが、学生にしてみれば、きちんと準備をして授業に臨めば、小学生・中学生が喜んでくれる、それが嬉しくて一生懸命準備をします。そこに事業者の方が、つけ込むというか依存しているというか、そのような事態がニュースにもなりました。

変化する消費者被害

消費者被害は時代とともに変化してきています。その背景には、テクノロジーの変化によってお金のやり取りの仕方がネットを使ったものになってきたことがあります。テクノロジーとの関係でいうと、ネット・スマホを取り巻く状況の変化は言わずもがなですが、ネット炎上のパターンも、毎年いろいろなものが出てくるようになりました。

また、就活の状況が変わり、英会話をはじめとする資格取得スクールの勧誘も増えました。

若者の善意を逆手にとる事例も起きています。2011年の東日本大震災では多くの大学生がボランティアに参加しました。最近、世の中を良くしたいと思う学生が増えているという実感がありますが、そこに付け込み、ボランティア団体を装ったサークルや悪徳商法による被害も起こっています。

若者自身が「加害者」になる場合も

若者が被害にあうだけでなく、加害者になる場合についても考えなければいけないようになりました。

・自転車事故

自身がケガするだけでなく、場合によっては賠償金が1億円というケースも。

・飲酒に関する社会規範の変化

後輩に飲ませてしまい、加害者として訴えられる。

・ドラッグ

2007年頃は「脱法ドラッグ」「脱法ハーブ」などといわれていたものが、いくつか危険な事件が起こったことにより、「脱法」だと火遊び的な語感があるということで、「危険ドラッグ」という表現に変わりました。今、大学の学生生活支援関係の職員の中で関心が高まっているのは、この危険ドラッグです。

社会情勢がどんどん変わっていく中で、いろいろな被害の形態が出てきます。一つひとつについては「危ない」という認識があっても、後から後から新しいものがどんどん出てきます。変化の全体を通じて私が感じていることは、起こっていることの背景を含めて考えていかなければいけないということです。

大学生協の取組

こうした状況の中、大学生協は、もともとのエシカルに加えて消費者被害の分野でもさまざまな取組を行っています。そのいくつかをご紹介します。

・大学生生活のリスク講座ワークショップ

事業者系の消費者活動の団体等とも協力し、社会人にも参加してもらって、大学生生活のリスクについてのワークショップを開催しています。

・新入生歓迎企画、保護者説明会

今は大学の入学式に親が来るのが当たり前の時代です。入学前の保護者説明会や、新入生歓迎企画を行い、一人暮らしのアドバイスや、気をつけたいこと、授業やサークルについてなど、学生生活全般について、先輩学生がお話しています。これらの場では、ブラックバイトや契約についての話もします。大学生協が作成した「ダマされないチカラ養成 HandBook」は、消費者被害にあわないためのポイントをわかりやすくまとめたもので、これを配布し、参照しながら説明するという取組を行っています。

大学生を取り巻く環境が日を追って変化をしていく中、大学生協は、大学生に向けて社会の変化に応じたさまざまな取組をこれからも行っていきます。

大学生協の取り組みの一例

・全国の各大学で行われている「新入生歓迎企画」「保護者説明会」などで



梅光学院大生協



京都大生協

- ・ 大学生生活全般（一人暮らし、食事、授業、サークル、バイト…）について、上級生が丁寧に語る場面に多くの生協で設けています。
- ・ 「ダマされないチカラ養成 HandBook」を全国で約3万部配布。

Copyright © 2008 National Federation of University Cooperative Associations All Right Reserved.

UNIV. C.O.U.P.

パネルディスカッション

消費者市民社会について考える

コーディネーター

奥 千加氏 (埼玉県立秩父農工科学高等学校副校長)

パネリスト

末吉 里花氏 (一般社団法人エシカル協会代表)

池垣 陽子氏 (埼玉県立大宮光陵高等学校教諭)

毎田 伸一氏 (全国大学生生活協同組合連合会専務理事)



講演・実践発表を聞いて

奥 私を含め、この会場にいらっしゃる誰もが“消費者”です。消費者は、日々、消費を通じて社会とかがわっています。本日の講演・発表から、消費は単に個人的な営みではなく、社会や経済、環境などに大きな影響を与える行為であることがわかっていただけたのではないかと思います。

本日のテーマである「消費者市民社会」は、まだあまり馴染みのない言葉かもしれません。2012年に施行された消費者教育推進法の中で「消費者市民社会」は、「消費者が、自らの消費生活に関する行動が現在・未来の社会経済情勢や地球環境に影響を及ぼすものであるということを自覚して、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」と定義されています。

大学生協の取組のように、消費者自らが被害を回避・防止できるような力をつけることはもちろんのこと、エ



奥 千加氏

シカル消費やフェアトレードのように自らの消費行動が社会や経済に影響を及ぼすことを自覚して、持続可能な社会の形成を意識して行動するということが消費者市民社会の構築につながっていきます。

これは男女共同参画社会の理念にも通じるものであると考えます。

本ワークショップのテーマ「男女が共につくる消費者市民社会」は、男女の区別なく誰もが個々の特性と能力を発揮して社会に参画していくということですが、これは消費者市民社会の実現にも資する要素の一つです。

パネルディスカッションでは、講演、実践発表の内容をふまえて、消費者市民社会について考えていきたいと思います。まず、本日の講演、実践発表の感想をお一人ずつお願いします。

末吉 池垣先生の発表を聞いて、高校生たちの取組と、授業で交わされたやり取りがすばらしいと思いました。これからはどの学校も、さまざまな教育ツールを取り入れながら、今世界で起きている問題、その問



末吉 里花氏

題が自分たちの生活とつながっていること、そして、自分たちができることを実践的に学んでいく授業が必要になっていくと思います。以前、「若い人たちの声は企業もできるだけ拾おうとする」というお話を聞いたことがあります。これからも若い市民の力を存分に発揮してもらいたいと感じました。

毎田さんのお話では、最近の若者が遭遇しやすい被害



池垣 陽子氏

というのを知る機会があまりなかったので、時代とともに消費者被害もずいぶん変わってきていると感じました。ブラックバイトのお話では、途上国の児童労働の問題と同時に、日本の若者に起きているブラックバイトのような問題

も、視野を広げて考えていかなければいけないと思いました。

池垣 末吉さんの講演を聞いて、ミステリーハンターとして世界各地の現場へ行かれた思いがあったからこそ行動力なのだろうという強い意志を感じました。授業ではエシカルについても取り上げていますが、パームオイルの認証ラベルや、エシカルの中に動物福祉や金融も含まれることなど、初めて知ることも多く、とても勉強になりました。

毎田さんのお話からは、今は本当にいろいろな被害が起こっているんだと驚きました。授業で消費者被害についても取り上げていますので、本日のお話を将来大学生になる生徒たちに還元していきたいと思いました。

毎田 末吉さんのお話はとてもわかりやすく、私自身の考えを改めて整理できました。ご自身が現地で感じてこられた実感が、私たちに語りかける強さにつながっているのかなと感じました。また、「知ること」と「行動すること」はセットである必要があると思いました。

池垣先生のお話では、行動する、つまりお手紙を書いた先に何かがあるんじゃないかと将来を想像しながら行動するということが高校の授業で行われていることに驚き、すごい高校があるのだなと思いました。

「消費者市民社会」の捉え方

奥 では、本題である消費者市民社会についてうかがいます。まず、末吉さんの「エシカル消費」の考え方を、消費者市民社会への参画の具体的な行動例の一つと考えると、たいへん参考になるものだと思います。末吉さんの考える消費者市民社会とはどのようなものか、また、理解しやすい考え方などについてお聞かせください。

末吉 講演の最後に「おたがいさま おかげさま 足るを知る」などの言葉を並べましたが、これはまさに地域社会の原点だと思っています。信頼関係から始まる共生・共存の持続可能な消費者市民社会、私はこれがエシカルの原点と考えています。つまり、もともと私たち日本人が持っていた、足元にある精神を、もう一度「エシカル」という言葉で蘇らせて、それを若い人にも共感してもらい、行動に移してエシカルなライフスタイルを送ることで、よりよい社会を自分たちが作っていけるんだという気持ちを持ってもらうことが重要だと思います。具体的な例として、イオンというスーパーがフェアトレード商品などを積極的に扱っているのですが、そのきっかけは、たった一人の主婦の声だったそうです。私たち消費者の声かけは、すごく大事です。日本のGDPの6割は個人消費で、一人の消費は少ないと思えるかもしれませんが、みんなが合わさるとすごく大きなものになります。一人一人の自覚がとても重要だと思います。

とはいえ、私自身、エシカル100%の生活を送るのは無理です。でも、選べる機会があれば、絶対にエシカルなものを選んでいきます。皆さんも、すべて完璧にやろうとすると続かないので、選べる機会があれば選ぶ、声を出せる機会があれば必ず声を上げることが大切だと思います。そして、仲間をつくる、普段の生活から家族や友人に話をする 것도大事です。その先に、フェアトレードタウンのような運動が、もう少し形になって起こっていくのではないかと思います。

奥 身近な人に声をかけるというのは、実際にはなかなか難しいことかもしれません。どんなふうに広めていけばいいのかわかるような行動とはどのようなものなのでしょうか。

末吉 今日からできることがあります。例えば夕飯の買い物で、商品を選ぶときに、一瞬でもいいから考えてみることで、すでにそれはエシカル消費のための一歩を踏み出していると思いますし、意識するだけでも違ってくるのではないのでしょうか。誰もが消費者、生活者



毎田 伸一氏

なので、その力を最大限に発揮していただきたいと思います。自分のための消費でなく、大切な人へのプレゼントにエシカルなものを選ぶことならやりやすいかもしれません。受け取る側も、エシカルを知り、それがおいしかったり可愛かったりしたら、その人がまた新たな購入者になってくれるかもしれません。自分がお金をかけたいと思う優先順位の高いもので、どうしたらエシカルな選択ができるかを考えてみるといいかと思います。

教育現場での思い

奥 今日からできる、具体的な行動がよくわかりました。次に池垣先生、授業ではカカオの生産について学んだ後、自分たちにできることを考え行動に移すところまで実践されました。学んだことを行動に結びつけるのはなかなか難しいことですよ。消費者教育の課題でもあると思うのですが、池垣先生自身はどのような思いで授業をされているのでしょうか。

池垣 授業の後、感想を書かせると、多くの生徒が模範的な回答をします。例えば、ゴミ問題について問うと「普段からゴミを出さないようにする」と。しかし実際は、教室にお菓子の袋などのゴミがあふれていたりします。教員が期待する答えを書いても、実際はどうか。

私自身、児童労働の実態を知り、頭を殴られたような衝撃を受けました。安く買ってお得と思っていた商品が、世界のどこかで誰かが搾取されて作られたものかもしれないと知って、ショックを受けました。このままではいけないと強く思いました。だから、テストで模範解答を書くためではなく、実生活で行動を起こすために、今まで見ていなかった現実を伝え揺さぶりをかけて、実際に行動に移すことができるような授業に取り組みました。

奥 行動をしてみることで、そこから逆に学んだことを振り返ることもできているのかな、と思います。生徒自身が主体的に考えて行動すること、社会に参画することを経験したわけですが、そういう消費者を育てていくためにはどうするのがよいとお考えになりますか。

池垣 自分自身がまず行動を起こすことだと思います。例えば、私が身に付けている服やアクセサリーはフェアトレードの製品です。「身に付けているとハッピーになれるものを大事に使っている」と言うと、生徒は何かしら感じ取ってくれる気がします。

それから、学校はどうしても閉鎖的な空間になりがち

ですから、外部と関わりを持つことも大切だと思います。わからないことがあって企業に問い合わせをすると、皆さんとても丁寧に答えてくださり、協力して下さいます。今回の授業でも、私自身、カカオ豆を見たことも触ったこともありませんでした。でも、実物があつたほうが一粒の重みがわかるのではと考え、製造メーカーや流通の会社に問い合わせをしたら、「未来を担う学生のためだったら」と二つ返事で現物を送ってくださる会社もありました。

生徒が書く感想にはかなり鋭い意見もあり、クラス内で紹介して終わりにするのはもったいないと感じていました。「全国の人に伝えるために投書は有効な手段だよ」と言うと生徒が投書し、実際に掲載してもらえたことがありました。自分たちの仲間の声が増えて、それを多くの人が読み、いろいろな気づきが広がっていく。そういうことを生徒自身が繰り返しているうちに、生徒たちの取り組み方や表情が変わってきたのを感じました。外部との関わりを持つことを、これからも心がけていきたいと思っています。

奥 先生自らが実践なさっているということ、外に目を向けることが大事ということですね。消費者団体などの方も、学校で何かできればと思うのだけれど、なかなか受け入れてもらえないという話も聞きます。しかし、実は学校も外部との関わりを求めているということで、うまく連携が図れるようになるとよいなと思います。

消費者被害防止と消費者市民社会とのつながり

奥 20代になると急激に消費者被害の件数が増加するといいますが、大学生協が取り組まれている新入生への企画や保護者説明会は、消費者被害を防止する点では非常に有効ではないかと思います。消費者被害防止と消費者市民社会とのつながりについて、毎田さんのお考えをお聞かせいただけますか。

毎田 大学生に絞って考えてみても、背景を知ることの大切さという点では共通しているのではないかと思います。自分の食べているチョコレートの向こう側にどういった人たちがいるのかを知って行動する、それと同じように、自分たちが見ているスマホのサイトの向こう側にどういった人がどんな意図を持っているのかを考えてみるということです。スマホの向こう側には、悪意を持った人もたくさんいますので、「向こう側を見る」というクセ

をつけることが大切なのではないかと思います。

大学生は卒業後、社会人になります。製菓会社に就職する学生もいますが、彼らは児童労働の問題に取り組もうと思って就職するわけではありません。でも、自分がこれから働く社会でということが起きているのかを知って考える、そういう機会を、最終の学校である大学で得ることはとても大きい経験になります。

奥 大学生協では、今後、消費者市民社会を意識した取組を行っていくというお考えはありますか。

毎田 エシカル消費に関していえば、もともと生協ではそれをするために消費者自らが産地や工場と一緒に商品を開発してきました。それを今後も継続していくのはもちろんですが、生協が生まれた頃と現代の大きな違いは、流通がグローバル化していたり、システムが高度化していたりして、昔よりも商品の向こう側が見えにくくなっていることです。そうした状況の中、関係する人たちが協力し合う、つまり私たち小売業者とメーカーやシステム会社、大学などの関係者が協力し合っていくことが必要になってくると思います。そのためには、ネットワークをきちんと形成していくことが大切です。もう一つ、大学生ともなれば誰かがお膳立てしなくても自分たちで行動していく自主的な活動を大切にしなければならぬと思っています。

奥 今はどのような自主的活動があるのですか。

毎田 フェアトレードに関しては、学内にサークルがあります。サークルの学生が生協の店舗に「フェアトレードの商品を置きたい」と言ってきて実現することがあります。でも、学生からの働きかけがないのであれば、基本的にこちらからはあまり動かないようにしています。実際、学生たちはできるだけ安いものを選ぶ傾向にあり、そこに値段の高いフェアトレード製品をただ置いても売れません。ですが、サークルの学生たちが手作りのポップを作って商品の背景や販売の理由を伝えたりすると、学生たちも気に留めてくれる。自主的な学生とのネットワークづくりは大切だと思います。

「消費者市民社会」の意識浸透のために

奥 ここまで3人のお話をうかがった中で、「消費者市民社会」の捉え方として、何が必要で何をすればいいのかなどが現実味を帯びて感じられてきたように思います。



誰もが、声を上げる、実践してみるなど自分のスタイルで消費者市民社会の一端を担っていけるということがわかりました。

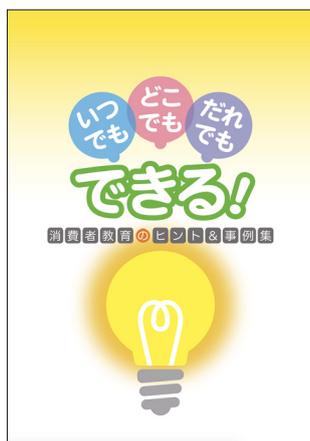
本日のまとめとしまして、まずは消費者が自らの消費行動によって社会や環境を変えていけるという意識を持つこと、その意識を向上させていくことが、今後の消費者教育でいっそう大事になってくると考えます。

エシカル消費、フェアトレード、消費者被害の防止のほかにも、消費者教育には幅広い分野があります。それらについて知り、一人ひとりが自分のできる範囲で行動に移していくことが消費者市民社会の構築につながっていくのだと思います。

また、消費者市民社会を意識すると、自ずと「ものを見る目」が養われていきます。批判的なものの見方、考え方が身に付いていきます。その結果として消費者被害を回避することにもつながりますし、加害者になることを防ぐこともできます。

さらに、地域では消費生活サポーターや見守りなどの活動が進められているところですが、消費者団体の育成も含め、実践的な活動をさらに広めていく必要があると思います。また、活動に参加した人が、自ら身近な消費者教育や啓発活動に取り組み、さらにその輪を広げていくことが重要です。ネットワークや「広げる」というお話が今日も出ていましたが、そうした活動ができるようになると、地域にますます消費者市民社会の考え方が浸透していくと思われれます。学校でも、地域との連携によって、生徒と保護者、地域住民が世代を超えて消費に関する問題に取り組むことができます。それこそ、生きた消費者教育となるはずで。

本日の配付資料の中に、「消費者教育のヒント & 事例集」という冊子が入っています。これは教育者や社会教育主事の方々がそれぞれの立場で消費者教育の実践に活用できるようにと作成したものです。作成時のコンセプトは「学校の授業でも、地域の活動でも、すでに実践



「消費者教育のヒント&事例集」

していることに“消費者の視点”をプラスすることで、いつでも・どこでも・誰でもできる消費者教育」でした。①これまでの活動に消費者の視点をプラスすること、②発段階に応じて学びを積み重ねていくこと、③得意分野を活かして地域や専門家と連携することでより多角的で深い学びが

可能になるという3点から、いくつかの実践事例を紹介しています。ぜひご覧いただき、「これならできる」というところから活用し実践していただけたらと思います。

これからの思い、これからの活動

奥 最後に、パネリストの皆さまに一言ずついただきたいと思います。

末吉 今後、エシカル協会が力を入れていきたいのは、やはり教育です。イギリスではエシカルやフェアトレードの認知度も高く、実際に行動している人も多いのですが、それは小さい頃から大人になったときどのようにお金を使うかを学んでいる人が多いからです。日本の義務教育の中にもそうした視点をもっと取り入れて、世界の問題を含めて考えられるようなカリキュラムを導入してほしいと思いました。エシカル協会でも独自の教材ツールなどを開発していきながら、日本でもっとエシカル消費を広めるため頑張っていきます。

最後に、いつも皆さんにお伝えしている言葉があります。私は活動の中で何度も壁にぶつかり、活動をやっていく意味があるのだろうかと思いました。あるとき、「パタゴニア」という環境活動に力を入れているアメリカのアウトドアブランドの創設者、イヴォン・シュイナードさんとお会いする機会があり、活動について相談しました。するとイヴォンさんは、「もしあなたがこの活動をやめて何もしなければ、あなたは問題の一部になる。でも、あなたが頑張って活動を続けていけば、あなたは解決の一部になれる」と。つまり、人は何を思うか、言うかではなく、どう行動するかで価値が決まるということです。私はこの言葉に背中を押され、今も「行動あるの

み」と思っています。これからも、よりよい消費者市民社会を築いていくための力の一端になればなれたらと思っています。

池垣 よく「自立した消費者」といわれます。自立とは何でも自分で解決できるということではなく、何かトラブルがあったとき、いろいろな相談機関があることや、活動をしている人がいることを知っていて、「困った」と言えること、自分の困っている状況を説明できることも自立の大切な要素であると思います。

授業を考えていく中で、このような場に参加することはたいへん刺激になり勉強になります。今日はたくさんのヒントをいただき、励みになりました。生徒の生きる力を育むために、これからも日々勉強して授業に取り組みたいと思います。

毎田 大学生に消費者被害の話をするのは、「人を疑え」という話なのであまり気持ちのいいことではありません。今の学生は、社会を良くしていくことに非常に前向きな人が多いと感じますので、私は励まされる毎日です。阪神淡路大震災や東日本大震災を経験して、世の中を何とか良くしていきたいという思いが強い世代だと思います。だからこそ、被害に遭わないためにきちんと勉強し、人を疑うことも必要になるわけですが、それ以上に、人を信じる、世の中を良くしていくということを表に出していきたいと思いましたし、本日お二人の発表を聞いてさらにその思いを強くしました。

奥 3名のパネリストの方々、ありがとうございました。

