

令和 7 年 3 月 11 日

支出負担行為担当官
文部科学省総合教育政策局長 殿

委託先団体名
所在地 〒630-8506 奈良県奈良市北魚屋東町
代表者職氏名 奈良国立大学機構理事長 榊 裕之

実 施 報 告 書

令和 6 年 8 月 22 日付け 第 826 号で委託を受けた持続可能な地域社会の実現に向けた消費者教育及び環境教育推進事業が終了しましたので、下記のとおり報告します。

記

- 1 委託期間 委託を受けた日から令和 7 年 3 月 11 日
- 2 事業名 大学生と市民が「学び合う」ことで実現する地域・世代を包摂する消費者教育モデルの展開と再構築—成年年齢引き下げや社会のデジタル化に伴う啓発／学習活動を通して—
- 3 事業のねらい 本事業は、令和 5 年度に「『持続可能な地域社会の実現に向けた消費者教育及び環境教育推進事業』における成年年齢引き下げを踏まえた効果的な消費者教育実践モデル構築」として採択された「大学生と市民が『学び合う』ことで実現する地域・世代を包摂する消費者教育モデル構築の試み—成年年齢引き下げや社会のデジタル化に伴う啓発／学習活動を通して—」において達成した成果および課題を承継し、世代間で共に学び合う消費者教育モデルの内容をさらに充実化、高度化させ、地域社会において多様な主体がともに消費者問題について学ぶことができるような汎用性の高いモデルへと展開させることを狙いとした。

4 事業概要

(1) 活動の概略

昨年度から引き続き、本学生生活環境学部文化情報学科生活文化学コース学生有志の研究会である奈良女子大学消費者問題研究会（BEACS）が中核となり、新しい消費者教育モデル構築をめざして、「消費者-情報教育」となりうるあるべき消費者啓発コンテンツおよびその活用方法を、それらの効果の検証を踏まえつつ下記の活動の実施を通して探求した。

まず、事業活動の主要三側面となった「高齢世代と『共に学ぶ』企画」「若年層と『共に学

ぶ』企画」「啓発講座用コンテンツのブラッシュアップ」において実際に行った活動の概略とそれらの成果を統合したモデル構築のコンセプトの方向性について簡明に示す。

【高齢世代と「共に学ぶ」企画】

高齢層中心に幅広い年齢層に参画してもらいやすい消費者教育モデル構築を念頭に、「高齢世代と共に学ぶ」企画として、奈良県下複数自治体の交流施設等でのイベントや、既存のシリーズ化された企画に相乗り、あるいは独自で啓発講座を企画・実施した。

【若年層と「共に学ぶ」】

次に、高校生を対象とする消費者教育の効果的なモデル構築の試みとして、大学生と「共に学ぶ」企画を実施した。学校でのプロジェクトは同時に、多忙を極める学校現場への消費者教育リソースの提供という側面を持たせることで実践モデルのより広範な採用をめざすことも念頭に置いた。

【啓発講座用コンテンツのブラッシュアップ】

また、世代を問わない企画として、奈良県吉野郡下市町の廃校利用複合商業施設での消費者啓発企画で地域住民と交流し、地域活性に資することも狙った。これらを通して双方向的に学習する媒体としての消費者教育コンテンツを、これまでの成果と課題を踏まえてブラッシュアップしていくこととした。我々の活動では、水平的関係において学びあうこと、かつ持続的にこの種の活動に関心を持ってもらうための親しみやすいツールを重視していることから、ゲーム性を重視しているが、なお、情報化の進展と消費者問題は密接に連動することから、ここではデジタルデバイスを利用した啓発コンテンツの今後の開発も意識したミニ講義も実施した。

(2) 地域との関わりの真価を通じた「消費者-情報教育コンテンツ」への展開

つまり、現代の消費者問題と情報化の進展が密接不可分であることを前提に、スマートフォン等情報通信デバイスや SNS の活用方法を地域の人々と大学生とが共に実践的に学べる機会創出、という意味をも持たせ、消費者教育と情報教育を統合した「消費者-情報教育コンテンツ」の開発へ向かうことも重視したいと考えた。そこで、「消費者教育コンテンツ+情報教育コンテンツ」ともなりうる統合的コンテンツとして教材を開発し、これを用いた新しくかつ汎用性の高い消費者教育モデルないし「消費者-情報教育モデル」の提案をすることとした。幸い、文化情報学科には生活情報通信科学コースがあり、また、適格消費者団体「なら消費者ねっと」、や奈良県生協連、奈良県県民くらし課、奈良教育大学教員との意見交換を通じた連携によりこのアイデアの実現を図った。

(3) 具体的活動

以下、具体的な活動内容を時系列で報告する。

【行政との連携1：奈良県主催イベントへの参加】(8月2日)

行政との連携による活動として、8月にイオンモールで実施された奈良県主催の消費生活フェアに参加し(8月2日)、子どもたち対象に紙芝居を演じて、買い物に関する基本の知識を楽しく学んでもらった。ブースに来場するのは親と買い物に来ている就学前後の児童が中心で、さほど本格的な消費者教育に結び付けることができたわけではないが、この時期から消費という人間の生活に不可欠の行動について意識を向けてもらい、繰り返し啓発活動を受けることで、いわゆる自立的な消費者として成長していくことに繋がるのではないかと考えている。



【啓発すごろくの作成と精錬】

活動の主要なプラットフォームとして昨年度に引き続いて啓発すごろくを活用することとした。今年度は、クイズのマスで引いてもらうカードに対象者に合わせた複数のバージョンを作成し、このすごろくに我々の消費者教育モデルの中核としてのより明確な位置づけを与えた。すなわち、これを基盤に、全世代や、あらゆる地域、障害、日本語能力などを問わず楽しみながら学べるものに近づいたと考えている。このクイズでは、消費者問題をベースに、SNSトラブルをはじめとした情報系トラブル、スマホやPCの利用方法に関する初歩的な情報教育上の問題、食育や環境問題、また多くの人に身近な労働問題も加えるなど、回によって変化をつけながら、むしろ消費者啓発一辺倒にならず、飽きを生じさせないような工夫を加えた。また、学習的内容だけでなく、好きな食べ物や芸能人についての質問など、場が和んで参加者同士の交流を促進させるようなものも加えている。



【教育機関との連携1：高等学校でのPBL型講座実施】（11月25日）

このすごろくを利用して、奈良市立一条高校において社会科（公民）担当教諭と連携しての高校2年生に向け実践授業を実施した（11月25日）。この企画では、啓発すごろくを試行した後、「格安通販サイト」、「サブスク」、「ゲーム課金」など情報端末を経由する消費者問題に関連するクイズを高校生たち自身で考えさせること重視し、情報教育的要素もふくめた消費者教育を試みた。これは、一種のPBL的授業といえるが、この世代がよく利用するネット上のサービスについて、自らクイズを考えることで、教える側と教えられる側の地位の転換を図り、授業後アンケートの内容からしても、より深く対象を理解させることができたと評価している。高校生に授業の一環としてこのようなワークに取り組んでもらうことは、大人の場合とは少し異なり、最初から全員が積極的に取り組んでくれる環境が整っていることもあって、より適しているという感触を有している。



【行政との連携2：大和郡山市での講座実施】12月13日および同20日

高齢者を対象に大和郡山市で講座を実施した。12月13日に大和郡山市南部公民館主催の「ふ

れあい学級」において、同市市消費生活センターによる講座の後、約 30 人の地域住民とすごろくによる啓発活動を実施した。参加者全員が 6～70 代の女性で、このターゲット層に対しては、あまりゲームの進行を急ぐことなく、自然なおしゃべりの流れの中で学んでいただけるよう、クイズの解答、解説のあと、補足的な話題を提供するなどして、参加者同士が互いの人生で培ってきた知識や考えを共有できる、つまり学生も含めて学びあえるようになることを心掛け、その結果、参加者からは今後の実施にも期待する多くの感想を得た。

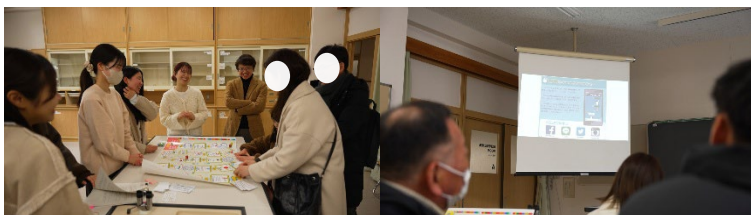


また、12 月 20 日には、大和郡山市社会福祉協議会主催の「高年者教養大学」（於 同市老人福祉センター）において、約 60 名の参加者を対象に、上記同様市消費生活センターによる講座ののち、多人数の参加者であったため、すごろくのクイズを引き写す形で、クイズ形式の講座を実施した。



【企業・地域との連携：下市町・KITO での講座実施】（2 月 16 日）

企業・地域との連携として、2 月 16 日に吉野郡下市町の体験型複合商業施設 Forest Market KITO において、施設への訪問客への消費者啓発講座を実施した。下市町は、南和地域の他の自治体同様、地域活性の課題に直面している中山間地域に位置している。ここでは、訪問客に学生が声をかける形で啓発講座への参加を呼び掛け、すごろくで学んだあと、スマホの使い方および SNS やネットショッピングのトラブルについてのミニ講義に参加するというプログラム内容とした。親子連れや夫婦を中心に 5 歳から 60 代まで想定以上の 25 名の参加を得た。参加者は、県内他市や、大阪、京都からの参加者が多く、また、この企画のコンセプト上、事前に参加者の年齢層を確定できなかったため、その場で臨機応変に、クイズには、実施者側から若干の補足的なコメントを提供したり、また、現役世代の参加者によっては詳細をよく知る分野のクイズが出題される場合もあるので、そのような際には積極的にクイズに関連する話をしてもらうよう促し、BEACS 側が学ぶ機会とすることで、双方向的な「学びあい」となるようにした。



【教育機関との連携 2：放送大学奈良学習センターでの講座実施と情報教育との連携】（3 月 2 日）

放送大学奈良学習センターおよび本学生生活情報通信科学コース教員と連携し、3 月 2 日にス

マホの使い方および SNS やネットショッピングのトラブルについてのミニ講義とすごろくを活用した講座を実施した。参加者は放送大学の学生9名（うち1名は学生家族）で、全員が60歳台以上であったと思われる。情報科学を専門とする教員には模擬参加者として加わってもらい、情報科学の視点からも我々の消費者教育活動が有望である旨高い評価を得た。他方、情報科学からの視点も内在させた「消費者-情報教育」モデル構築について今後より深い連携関係を構築することとしている。



(4) モデル構築

実践的な消費者教育モデルとして、ゲームコンテンツを中心的なハードウェアとしつつ、学生がそこに「学びあう」姿勢をもって関与することで、地域・年齢・障害等を越えたインクルーシブな現代的消費者教育の理想的モデルの構築に近接しつつある。この方向性を維持しつつ、今後の展開として、従来アナログな手法での啓発活動を中核としてきていたことから、まず第一に、①未完成のコンテンツを生徒自らが完成させるデジタル版学校向け啓発リーフレットの製作を構想している。教えられつつ、教える側になる、という要素を重視した発想である。

第二に、②デジタルの消費者啓発ゲームを大学・高校などで制作し、成果物のコンテストを地域で実施するというアイデアを有している。こちらは、若者同士向けだけでなく、高齢世代に向けても若者が習熟している SNS におけるリスクの見極め方など、世代を超えて学びあえるようなコンテンツの制作をテーマとしていくという構想である。これらについて、令和6年度の事業において具体的な成果物を示すまでに至らなかったことが反省点として残るが、世代を超え、また地理的制約もある程度超えていきながら「学びあう」ことを、実現する「消費者-情報教育モデル」構築のさらなる展開を図ることとしている。

(5) その他

その他の活動として、

- ・事業の開始に際し、多様な属性の人々が楽しみながら学びうる手法についての情報収集および視察のため10月2日に消費生活総合センターを訪問した。
- ・消費者啓発の手法についての情報収集のため、10月12～13日の日本消費者教育学会全国大会（同志社大学）に参加した。
- ・学校現場での消費者教育の実施において必須となりつつある合理的配慮についての情報収集のため10月5～6日の日本発達障害学会年次大会（國學院大學）に参加した。
- ・活動の進捗状況のポスター発表のため12月10日（埼玉）および1月30日（熊本）で開催された「消費者教育フェスタ」に参加した。
- ・放送大学奈良学習センターでの活動を除く活動の紹介を2月21日開催の国民生活センター「全国消費者フォーラム」において行った。