

消費者教育 実践事例集

自分で知り、考え、 行動する力を育てるために

—子どもだって消費者！紙芝居やすごろくで遊びながら学ぶ—

滋賀県県民生活部県民活動生活課

このコーナーでは、消費者教育の実践事例を紹介します。

子どもたちへの消費者教育に重点

滋賀県では、「滋賀県消費者基本計画(消費者教育推進計画としても位置付け)」に基づいて消費者教育施策を進めています。

現計画の改定に当たって、今後の消費者教育の方向性について議論を行うなかで、「幼児期における取り組みが全体的に不足している」「ライフステージにおいてポイントになるところは手厚くする必要がある」等の意見があり、「スマートフォンを持ち始める年代」と「高齢者」にポイントを置いて、取り組みを進めることとしました。

「スマートフォンを持ち始める年代」が低年齢化するなかで、幼児期から小学校低学年の子どもたちが消費者として「生きる力」を身に着け、消費者市民社会の実現につながる主体的な学びの姿勢を養うことを目的として、2016年度に「幼児向け紙芝居」と「小学校低学年向けすごろく」を作成しました*。これは、消費者庁の先駆的事业として「10歳までには始める消費者教育実践事業」の中で作成したものです。

幼児向け紙芝居「はるのたからもの」

(1) ねらい

主人公のはると、はるが大事にしているくまのぬいぐるみのくうたんをめぐる物語です(図1)。「身の回りのものを大事にしよう」をメインテー

マとし、そのほかにも、「約束やきまりを守ろう」「欲しいものと必要なものの違いに気づき、ときには我慢することを覚えよう」「困ったことがあったら身近な人に
 図1 紙芝居「はるのたからもの」
 伝えよう」という内容を、ストーリーの各場面に取り入れています。

(2) 工夫した点

子どもたちが親しみを持てるよう、ぬいぐるみを題材にし、主人公の宝物を地元の「びわ湖で拾ったおそろいの貝がら」としました。

紙芝居の裏面には、読み手向けに、各場面に応じた消費者教育のポイントを記載しました。

作成前には、どんな内容であればいいか保育所等にヒアリングを行ったほか、試作品で実際に読み聞かせを行い、判明した改善点を盛り込み、完成としました。

(3) 配布状況

県内の保育所や幼稚園のほか、認定子ども園や図書館等、約500カ所に指導者用説明書とともに送付しました。

小学校低学年向けすごろく 「滋賀県消費生活ゲーム」

(1) ねらい

「次の夏休みに山か海に遊びに行く」という設

* 「紙芝居」「すごろく」とも、希望する県内団体等への貸出しも行っている。また、県ホームページにて閲覧・ダウンロードも可能。
<http://www.pref.shiga.lg.jp/c/kensei/shohi/index.html>

定のもと、持っていきたい物を買いきろえていくすごろくです(図2)。生活と環境のつながりや、製品の安全な使い方、お金の使い方などについて、楽しみながら学びます。

(2) 工夫した点

すごろく盤のマスには、消費生活に身近な内容を多く取り入れています。例えば「買いものをするときにねだんをちゃんとかくにんしているよ」「かぞくのスマートフォンをかってにさわってしまった！」などです。

また、「やることカード」のマスでは「やることカード」(図3)を引き、カードの指示どおりにできたら(例えば「ごはんはいつも、のこさずに食べているかな?」など)お金カードがもらえます。「買いものカード」のマスでは「買いものカード」(図4)を引き、カードに書かれた商品を買うかを自分で決めます。これにより「お金は働いてこそ手に入れることができる」「お金を貯めておくことで、必要なときに必要なものを買うことができる」ということが自然に身に着くよう工夫しました。

(3) 配布状況

県内の放課後児童クラブ等(約300カ所)に、

図2 すごろく「滋賀県消費生活ゲーム」



図3 やることカードの一例

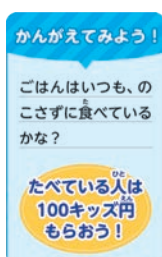


図4 買いものカードの一例



指導者用説明書とともに送付しました。

教材を活用した消費者教育の実践も

2017年度はこれらの教材を活用する機会を増やすことにより、消費者教育の場の展開を図りました。これまでの出前講座は自治会や高校等がメインでしたが、児童クラブ等ですごろくを使って実施することができました(写真1)。講師は県の職員や消費生活相談員のほか、滋賀県金融広報委員会の金融広報アドバイザーにお願いしました。

エコフェア等のイベント会場で、親子連れを対象にすごろくを行った際は、順番待ちができるほどの盛況ぶりでした。

そのほか、本事業とは別に実施した若者対象の事業において、大学生に紙芝居を使って幼稚園等で読み聞かせ活動をしてもらうことにより、教材の普及と展開を図っています(写真2)。

このように、紙芝居やすごろくというツールを手に入れたことで、今まで手薄だった子どもたちへの消費者教育の場が広がったことは大きな成果だと考えています。

子どもたちの生きる力を育むために

今後は、幼稚園や児童クラブの指導者の皆さんに「自分でもやってみよう」と思ってもらえるよう、出前講座やイベント会場での実演を通じて積極的にPRしていきたいと考えています。ただ、県だけではマンパワーの面で限界があります。

これからは、自分でもやってみたい人を広く募るなど、担い手の増加を図り、子どもたちの「生きる力」を育めるよう頑張っていきたいと思いをします。

写真1 すごろくの様子



写真2 紙芝居の読み聞かせの様子

