

# 情報誌で 子育て世代へ消費者教育 —「チョコ」っと賢い消費者に—

生水 達也 Shozu Tatsuya 野々市市消費生活センター

このコーナーでは、消費者教育の実践事例を紹介します。

石川県野々市市消費生活センター(以下、センター)では、2017年度より、子育て世代への消費者教育推進事業の一環として、12ページの情報誌『ChoCo』(チョコ)を製作しています(写真)。実際の製作はターゲットとしている読者と同じ子育て世代のママたちで構成される団体「ののいちはぐドットネット運営委員会」(以下、運営委員会)に委託しています。

『ChoCo』は、「賢い消費者」を地域で育てることを目標とし、「チョコっと知ろう、変わろう、伝えよう」をテーマとした消費者教育推進情報誌です。年2回各10,000部を野々市市内の教育機関や保育施設に配付依頼するとともに、公共施設・商業施設等にも設置しています。

## 情報誌製作に至った経緯

これまでの当市の消費者教育は、地区老人会、町内会等での研修会で高齢者へ、市内小中学校への講師派遣で子どもたちへ、それぞれに必要な情報を届けてきました。その中で、事

写真 『ChoCo』の表紙および誌面



業を俯瞰<sup>ふかん</sup>したときに気づいたのは「子育て世代への消費者教育ができていない」ことでした。

子育て世代は、一般的に仕事・家事・育児など、日々時間に追われてしまいがちです。研修会などに行く時間も取りづらく、消費生活に必要な知識を得る機会が少ない世代と言え、センターとしてもどのように情報を届ければよいのか頭を悩ませていました。

そもそも、健全な消費生活コミュニティ形成のためには、消費者教育が次の世代へつながる「循環型の消費者教育」が理想的だと考えます。そこで問題となるのは「どのような内容、手法で、どの世代を対象に行うのか」ということです。私たちが至った結論が『ChoCo』による子育て世代への消費者教育でした。「家庭内教育」は『ChoCo』を語るうえでのキーワードです。

## ママ目線のアイデアを生かす

運営委員会は2015年度の野々市市市民提案型協働事業に採択され、「ののいちはぐドットネット\*1」という子育て支援情報サイトを運営している団体です。「こども服無料交換CURU∞CURU」というサービスも行っており、地域の子育て支援に大きな役割を担っています。『ChoCo』は、ママ目線、もっと言えば、読者と同じ目線で消費生活に関する知識や情報を取捨選択し、集約したものです。『ChoCo』という名前もそうですし、内容・構成・デザイン・

\*1 <http://www.nonoichihug.net/>

イラスト・写真など、あらゆる箇所において製作メンバーのアイデアが発揮されています。一般的な啓発リーフレットのような手法ではなく、あえてくだけた平易な表現で伝えることにも価値があると考えています。まずは、読んでもらわなければ、手に取ってもらえなければ何も伝えることはできません。そのために、運営委員会が果たしている役割はとて大きいと感じています。

『ChoCo』に関するセンターの役割として重視している点がいくつかあります。企画会議で自由に意見を言い合える雰囲気づくりはもとより、まずは製作メンバーの企画案を最大限尊重することから始め、そこに内容の加除修正、代替案の提示をし、取材先の調整や同行などの支援を行っています。センターが掲載を具体的に依頼しているのは、巻末の子どもの事故防止のための塗り絵ページのみです。これも、市民に大人気の市公式キャラクター「のっティ\*2」を毎回登場させ、親しみを感じてもらうことで、地域の家庭内教育につながればよいとの思いからです。

このように、自ら考え、作り、発信するというプロセスにより、製作メンバーが将来の消費生活リーダーとなることを期待しています。一方、読者には、親近感から自身が消費者であるという意識を醸成し、地域全体の消費者意識向上につながるように心がけています。

### タイムリーで身近な消費生活情報

『ChoCo』は衣・食・住の中から、日常生活への密着性や時事的なことを重視した記事を盛り込んでいます。これまでに、地産地消や電子レンジの使い方の注意点、家庭内事故防止のための収納と片付け、家庭で使う洗剤の種類について、子どもがユーチューバーになりたいと言ったらどうするかについて取り上げてきました。また、調味料についてのコラムと前述の塗り絵コーナーを、毎回巻末に連載しています。

内容で心がけている点は「これは良い！これはダメだ！」という断定を避けることです。「何事にも良い面悪い面があるので、その両方を伝えて、知ったうえで選択しよう」＝「賢い消費者になろう」というスタンスを軸としています。

それぞれの記事について、内容の深度を問われればもちろん専門書にはかないません。でもそれで、いや、そこがいいのです！『ChoCo』は消費者教育の入口を担う情報誌です。チョコッと意識や行動が変わったり、チョコッと周囲の家族や友人に伝えたりすることで、最終的には地域にチョコッと良い変化があればいいなと期待しています。

読者からは「子どもが生まれてから、より食に対して興味があるので作り手(地元農家)の情報はとてもありがたいです」「気になっていた白い砂糖のことが載っていたので勉強になったし、面白かったので隅々まで読みました」と、うれしい声が寄せられています。

製作メンバーからも「安いというだけで飛びつくことがなくなった」「野菜の産地や食品ラベルをチェックするようになった」「子どもがリユースを意識して、資源の循環について話し合うなど会話の幅が広がった」など、読者の共感を得た達成感とともに自らの成長も実感しているようです。

### 次世代や地域の良い変化のために

具体的に10年後はどうなっていたいか？というロードマップを作成し、製作メンバー間で共有しています。『ChoCo』によって、何かに気づいたり、考えたりするきっかけになればと思います。個人個人にとってはチョコットした変化だったとしても、世代を越えそれが地域を巻き込んだものになるとどうなるのか、わくわくしています。

センターとしても担当者としても、今後の『ChoCo』にさらなる期待を寄せています。

\*2 <https://www.city.nonoichi.lg.jp/notty/index.html>