

## 「相談する力」を育む

— 行政と児童養護施設との連携による消費者啓発 —

磯貝 智子 Isogai Tomoko 経済産業省 中部経済産業局 消費者相談室 消費者相談係長

このコーナーでは、消費者教育の実践事例を紹介します。

## 岡崎平和学園との出会い

日本の国内総生産の5割半ばが個人消費といわれています。消費者の消費活動が社会経済全体に与える影響は大きく、安心安全な消費市場に向け、当室では「消費者保護の推進」をミッションとし、業務に当たっています。業務の1つである消費者啓発については、若年者を対象に講座を実施していますが、受講者に「自分ごと」としてとらえてもらう難しさを感じています。

一方、消費者庁の消費者基本計画工程表には、2018年度以降のテーマに「児童養護施設等での消費者教育支援プログラムの検討」が掲げられています。現状はどうなっているのか、当室としても取り組みたいと考え、当局管内にある愛知県のホームページから児童養護施設(以下、施設)の一覧を見つけ、そこから児童養護施設岡崎平和学園(以下、学園)の施設長と会う機会を得ました。施設は子どもたちにとっては「家庭」ですが、進学や就職等により18歳頃までには退所します。その後は、保護者を頼れない場合が多く、将来に向けた自立のための支援が重要です。消費者教育もその一翼を担うべきですが、施設長の話では「まず我々職員がやるべきことは、子どもたちの安全を確保し、自己肯定感を回復させることが優先される。消費者教育の必要性は認識しているものの手が回らない」との現状で、行政機関等が無料の出前講座を行っていることも知らないとのことでした。

施設を巣立った卒園生が消費者トラブルに巻き込まれ、慌ててインターネット検索した末に消費生活センターの存在を知った経験を持つ施設長と、当室との問題意識の共有から始まり、協働で啓発講座を試みることにしました。

## 綿密な打ち合わせにより講座を実施

## 1. 目的の設定と受講者の選定

学園との議論を重ね、講座の目的を「『相談する』ことの大切さを知り、それを促す土壌形成」とし、相談することに対する心のハードルを下げることをめざしました。

その目的のため、受講対象者を①もうすぐ自立する「高校生」②20歳前後の「卒園生」③日夜子どもたちを見守る「職員」としました。「職員」だけではなく、「卒園生」を加えたのは、実生活で既に困難に直面しているかもしれない、現実感を持った知識の習得とともに、年齢の近い高校生への知識の橋渡しを期待されるためです。

## 2. 実施時期の決定と受講対象者の把握

講座の実施時期は、卒園生が講座出席を理由に学園に「里帰り」できる正月休みとしました。

受講者の知識や経験を把握し、同時に講座の宣伝を兼ねて、秋頃に事前アンケートを実施しました。「講座＝勉強＝自分のためになるが関心が薄い情報」という意識を取り除き、参加意欲を持たせるねらいもあり、アンケートの紙面は親しみやすさを重視しました。

### 3. 資料の入念な検討

講座について、学園からの希望は ①幅広い分野の消費者トラブルを取り上げる ②消費者トラブルは実例を交える ③マルチ商法の危険性を強調する、の3点でした。学園には人間関係の構築が困難な子どももいます。せっかく築いた人間関係を壊すマルチ商法に巻き込まれてほしくない、子どもたちを被害者にも加害者にもしたくない、という施設長の思いがありました。

これを受け、資料作成に当たっては、何度も学園と意見を交わしました。受講者である職員が同時に講座の作り手となり、我々も受講者情報を正しく理解できたことは、講座運営に当たって有効でした。例えば、クレジット等についての解説では、当初「自動車学校」を例に挙げていました。退所後最初にまとまったお金が要るのは免許取得時だろうと考えたからです。しかし実際には、その先にある「車の購入」に関心が高いことが分かり、資料を差し替えました。わずかな事例の違いながらも、受講者が「自分ごと」と受け止めるか「ひとごと」と聞き流すか結果は大きく異なります。

### 4. 講座当日のようすと振り返り

当日は高校生6人、卒園生3人、職員6人に加え、学園の希望で中学生3人が受講しました。講師は当室の消費者相談員、講座は休憩を含めて2時間で、流れは表のとおりです。

講師のテンポの良さに加え、講座をともに作ってきた職員の盛り上げが特に効果的で、冒頭の契約に関するクイズは問いごとに歓声が上がリ、感想を話したり書き留めたりしていました。

中盤にアダルトサイトのワンクリック請求と浄水器の訪問販売の2本立てで行ったロールプ

表 講座当日の流れ

1. 契約はどれ！（クイズ形式）
2. 契約について（クイズ形式）
3. こんなトラブル気をつけて  
(ロールプレイング+説明)
4. クーリング・オフについて（説明）
5. お金について（説明+挙手でのアンケート）
6. 消費生活センターに相談しよう（説明）

レイングでは、被害者役を職員に、悪質事業者役を子どもたちに演じてもらいました。被害者役の言動に未来の自分を重ねたという感想があった一方、劇の設定は素人でも見破れる、という意見も寄せられました。行政処分実例を元にしていましたが、受講者に現実感を持たせることへの工夫が必要であると認識させられました。

後半は、マルチ商法やクーリング・オフ、クレジット等について、講師の説明を中心に進めました。やはり中高生にとっては身近ではない話が多く、集中力の低下が見受けられました。座学ではなく、例えば実際に当室に電話をかける、といった模擬相談を取り入れれば、集中力の回復とともに、相談をすることに対する心のハードルを下げることに寄与できたのではないかと考えられました。他方、職員と卒園生は最後まで熱心に聴講していたようです。受講後、消費者トラブルに関して高校生と話す職員や、講師に自身の経験について話しかけてくる卒園生の姿が見られました。「相談する力」を育むための土壌作りという目的は達したと思われま

### 消費者啓発の定着と普及のために

施設の職員が消費者トラブルや相談先についての知識を持つことは、子どもたちを保護し育てる者として有益です。卒園間近な子どもへ復習の機会の提供や日常会話の話題の1つともなれば、施設内での意識の定着は期待できます。

また、他の施設へ横の連携を図ることができれば、消費者啓発の必要性を認識してもらえる機会になります。

今後、消費者啓発の大切さを理解してもらうため、啓発する側が「依頼を待つ」のではなく、

積極的に施設へ働きかけるとともに、講座の実施に当たっては、施設との丁寧な対話による明確な目的の設定が重要だと考えます。

写真 講座のようす

