

## 消費者教育実践事例集

第54回

# 大学生による大学生のための消費生活啓発活動 —消費生活センターとの連携によって—

貴志 倫子 Kishi Noriko 福岡教育大学教授

専門は家庭科教育。大学では、初等、中等の家庭科指導法を担当。家庭科授業の充実と改善をめざす教師の協働的な授業研究のあり方について研究を行っている。

## 「消費生活研究会」結成のきっかけ

2017年度から福岡県消費生活センター（以下、センター）との連携により、福岡教育大学（以下、福教大）で家庭科を専攻する8名の3年生が「消費生活研究会（以下、研究会）」を結成し活動を始めました。連携は、センターからの打診に、現職教員向けの講座や教員養成の場で消費者教育の充実を模索していた筆者が、同僚で消費者教育が専門の奥谷めぐみ准教授にも協力を仰ぎ、学生に呼びかけるかたちで始まりました。教育現場に「主体的・対話的で深い学び」が求められる今日、教員をめざす学生自身が、主体的に消費者問題に目を向けて理解を深め、それを仲間に発信、啓発するピア・エデュケーションの良さを実感してほしいとの願いがありました。

## 研究会の多様な活動内容

### 1. 学生の消費生活の困り事の収集

結成当初こそ教員からの働きかけを要したものの、1、2週間に1度、学生自ら集まり、知りたいことや、身近で見聞きした金銭や消費生活に関する困り事を出し合うことから活動が始まりました。友人間の金銭貸借や一人暮らしの生活費管理、クレジットカードの使用、エステ等の勧誘やネット上での中古品の売買、福教大特有の内容では教育実習先での短期の住まいの契約など、ヒヤリハットな事例から本人は深刻にとらえていないが対応が必要に思える事例まで、情報交換は毎回盛り上がっていました。

### 2. 情報発信する側になって

こうした情報を学内で広く集めたり、学生への啓発に活用したりするため、Twitterを利用しました\*。具体的には、福教大生のお金事情についてアンケートで情報収集をしたり、フィッシング詐欺や訪問販売など学生が遭遇しやすい消費者トラブルについて情報発信を行っています。個々のメンバーはTwitterを日常的に利用していましたが、研究会の情報発信のツールとすることにより、改めて自らの専門知識の不足や伝え方などさまざまな配慮の必要性を実感したようです。センターとの連携を生かし、既存の啓発教材を学生目線で検討したり、金融業者や消費生活相談員など専門家からの講話を受けたりするなかで、内容を少しずつ充実させています。

### 3. 啓発活動に挑戦

Twitterを活用しつつ、学内で直接的な啓発活動を行う方法も検討しました。まず生活環境や消費スタイルが大きく変わる新入生に向け講話の場を作ろうと大学に働きかけました。しかし、趣旨は理解されたものの、正規課程の中では調整が難航しました。可能性を探った結果、大学生協主催の入学準備説明会（12月～翌年4月に合格者と保護者を対象に14回実施）で、短時間ながら消費生活のトラブル回避について話す時間をもらうことができ、メンバーが交代で発表しました。参加者からは「事例を挙げて注意点を説明してくれて理解しやすかった」などと感想が寄せられました。

説明会での発表と並行して、自分たちが学

\* 消費生活研究会 @UTEF [https://twitter.com/utef\\_27](https://twitter.com/utef_27)

写真1 作成した啓発パンフレット



んだことやTwitterで発信してきた内容をもとに、センターと共同で「福教大生による福教大生のためのマネー講座」と題したパンフレットを作成しました（写真1）。消費者トラブルの例や相談先に加え、何よりも自分の消費生活を把握し、見通しを持てるよう、収支のチェックシートや教育実習関連費など学生生活にかかる大きな費用の情報を掲載しました。パンフレットは、大学への働きかけにより、入学資料とともに2018年度新入生全員に配布することができました。

#### 4. 次のステップに向けて

2018年度が始まり、4年生となったメンバーはパンフレットを使ってミニワークショップを実施しました（写真2）。準備や周知期間が短く、1～2年の家庭専攻生に偏ってはいたものの2回の実施で20数名が参加しました。60分のワークショップでは、研究会の活動や福教大生の消費生活の特徴を紹介した後、参加者とメンバーの混合グループに分かれ、自己紹介を兼ねて気になる消費生活のテーマを挙げ、自分自身の消費生活の課題や学生が学ぶべき消費生活の内容を共有する流れで実施しました。

ワークショップをきっかけに1年生9名、2

写真2 ミニワークショップの様子



年生7名が新たにメンバーに加わりました。中には、入学準備説明会での講話を聞き入学前から参加を希望していた1年生もいました。

現在、新メンバーは、知りたいテーマごとに3つの班に分かれ、専門家を招いた学習会の企画、準備を進めています（1つは7月に「大学生と税金」をテーマに開催）。今後は学習会の成果を他専攻の学生に広く伝える啓発プログラムを作成・実施する計画です。

### 学生の意識向上の手応えも



1年目の活動を振り返り、メンバーからは「Twitterは予想より多くの人が見てくださって、他課程の先生から意見をもらえたり『自分も実践してみた!』と言ってくれた友達もいて、情報を届けやすい方法だと思った」「新入生への説明内容を決定していくなかで自分自身がもっと消費生活に関心を持ち行動・選択していきたい気持ちが強くなった」などの声がありました。

一方、配布したパンフレットに対する新入生の直接の反応は得られなかったことやTwitterの内容充実には課題が残っています。

まだ一つ一つの活動は大きな成果を得ているわけではありませんが、つい先日のメンバーの話です。「先生！今朝、迷惑メールを本物の請求と間違えて電話し、個人情報伝えてしまったんです！でも途中で気づいて、すぐ消費生活センターに詳細を伝えて、助言してもらって安心しました。朝出かける間際の忙しいとき、よく使ってるサイト名がメールにあったんでふと本物だと思ったんです。ひっかかる心理ってこういう感じかって。この話、教員になったら絶対授業でネタにできますね！」

学生の成長と消費者問題に対する認識や行動力の高まりには確かな手応えを感じています。今後も研究会活動を見守りながら、大学の教育課程内外での消費者教育を学生とともに探っていきたいと考えています。