

消費者教育実践事例集

第56回

大学生が取り組む「すごろく」による消費者教育

田中 泰恵 Tanaka Yasue 目白大学社会学部社会情報学科教授、
消費生活専門相談員、消費生活アドバイザー

目白大学社会学部社会情報学科は、生活者の視点から社会的課題を発見し解決する能力を身に着けることを学びの中心に置いています。また、消費生活関連の資格は本学科の学びの分野を網羅するものでもあるため、学科創設当初より希望する学生と歴代の担当教員が資格取得をめざした勉強会を継続しています。本稿で紹介する「すごろく」による消費者教育の事例は、その勉強会に参加した学生を中心としたグループの自主的な活動です。

自らの提言を実現するために

すごろく作成の直接的なきっかけは、2014年 ACAP*¹ 消費者問題に関する「わたしの提言」に、前記勉強会に参加していた学生が応募し入選したことです。その中で「大学生から中高生に講習会を実施し伝えていく同世代による消費者教育」を提言していたため、「実現なくては」と、勉強会のメンバー2名で活動を開始しました。

当初は知識不足の部分もあったので、日本消費者教育学会および国民生活センター主催の「消費者教育学生セミナー」に参加し基礎知識や教育手法を学びました。その後、消費者教育支援センターなどへの訪問や中高生への聞き取り調査を行った結果を踏まえて、中高生が主体的に楽しみながら学べる方法として、すごろくで消費者教育を実施する案がまとまりました。

また自分たちで実現可能な方法を考えた結果、大学の学園祭に参加し、来場してくれる中高生を対象にすごろくを実施することとしました。

ここまで、約1年を費やしています。そ

して企画内容が明確になることによって、興味関心を持ってくれる仲間が増え、最終的には6名での活動となりました。

2回にわたり「すごろく屋」を開催

学園祭ですごろくを実施したのは、2016年と2017年の2回(2年)です。多くの人に参加してもらえるよう、明るく楽しい雰囲気になり付け、すごろくをしない人にも学んでもらえるように消費者教育に関連した展示や映像を流すなどの工夫を凝らし、名称も「すごろく屋」としました(写真1)。

写真1 「すごろく屋」のようす：すごろく実施の際は、必ず作成者がサポートしながらゲームを進行



①1年目は中高生を対象に

1年目に作成したすごろくは、提言のとおり中高生を対象とし、4年間の大学生活・消費行動をすごろくで疑似体験してもらうというものです。具体的には「教科書を買う」「友達と旅行に行く」などの消費行動の際にクレジットカードやデビットカードを使用することでしくみを理解したり、アルバイトなどで収入を得ながらクレジットを返済、その状況を家計簿に付けて管理します。また、ところどころに「トラブル」のマスがあり、そこに止まった場合は消

*1 公益社団法人 消費者関連専門家会議

費者トラブルに関する知識を身に着けられるようなクイズに答え、正解すると報酬が得られます。そして最終的な所持金に応じて、お菓子などの景品を獲得できるようにしました。

学園祭は、2日間とも来場者が絶えることなく、多くの人から「楽しかった」「勉強になった」など好評を得ることができました。一方で、来場者は小学生が多く、楽しんでではもらえたものの、消費者教育の面では内容が理解できなかったのではないかと反省点も出ました。

②2年目は小学生を対象に

そこで2年目は、来場者の特性に合わせて小学生を対象としたすごろくに改良しました。カレーライスを作るために、お小遣い2,000円で食材を購入していくというもので、食材にはそれぞれ、「高価なもの」「普通」「傷がついているので安価なもの」など品質・価格が違うものを用意しました。これによりお金の計画的な使い方や、商品の品質や価格を自分で考えて選択することを疑似体験できる内容となっています。また、「トラブル」のマスに止まった場合は、小学生が巻き込まれやすい消費者トラブルに関するクイズに答えてもらい、それに正解すると好きな食材がもらえるルールとしました。そして最後には、ゲーム内で集めた食材を使い、完成したカレーライスを想像して絵を描いてもらいました（写真2）。

学園祭では、子どもたちが自ら考えながらすごろくに参加しているようすがうかがえました。この年は残念ながら台風の影響で1日目が雨、2日目が中止となってしまいましたが、それで

写真2 子どもたちが描いたカレーの絵



写真3 右が中高生対象、左が小学生対象のすごろく



も多くの子どもたちが来場してくれました。なお小学生向けのすごろくは、学科のオリジナルサイトからダウンロードが可能です*2。

作成者の学びも



本事例は、すごろくにより大学生が小中高生に消費者教育をするというものですが、実は一番多くの学びを得たのは作成した学生たちだったように思います。消費者トラブルなどに関する知識や教育手法を学んだことはもちろん、「理想や発想をチームで一からかたちにする難しさ」「それを完成させて、子どもたちに楽しんでもらったうれしさ、誇らしさ」を感じ、「1つのプロジェクトをやっているようだった」と振り返っています。今後この貴重な経験を活かし、社会のさまざまな場面で消費者教育の一翼を担ってくれるのではないかと期待しています。

今後も学生の主体的な活動を支援



近年多くの場所で大学生が積極的に消費者教育にかかわっており、これらの活動は各地域での消費者教育の浸透・発展に欠かせないものだと思います。大学では、適度な機会とサポートを提供しながら主体的な活動に結び付けていけたらと思っていますが、それを継続・発展させていくことの難しさも感じています。今後は、この6名の学生たちの成果を、次の多くの学生たちの学びの中に活かしていけるよう努力していきたいと思っています。

*2 <http://msg2.mju.jp/dsi/sis2018/index.html>