

消費者問題 出前講座の 作り方

最終回

実践編(2)

高齢者を対象とした講座

取材協力：公益社団法人全国消費生活相談員協会

本連載最終回では、高齢者を対象とした講座を進めていくうえでの、押さえておきたいポイントや苦労している点、課題などについて紹介します。

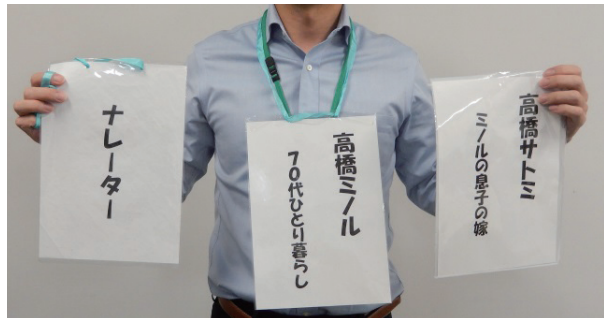
Q1 高齢者向けに講座を実施する際のポイントや流れについて教えてください。

A1 高齢者向けに行う際には、参加型の講座にするよう心がけています。また、報道されている消費生活にかかる事案等を伝えて、受講者自身の普段の生活と身近であることを認識してもらいます。

●目で見、耳で聞いて、声に出す

講座が聞くだけの座学にならないように、例えば、契約に関するクイズを出して答えてもらったり、ロールプレイングに参加してもらったりするように内容を意識しています。クイズは、講座の最後に行うのではなく、導入部分で多く用います。契約とは何かを考える簡単なクイズを出して、人生経験のある受講者でも、契約の認識が不足している部分などを改めて考えてもらうようにしています。また、講座の合間にも出題しています。そのつど出題することで、聞いた内容を振り返ることができ、さらに知識を確認できるので有効です。クイズは、クーリング・オフの内容が好評で効果的です。ロールプレイングは、演じる受講者も、劇を見る受講者からも配役が分かりやすいようにするため、首から**写真**のようなプレートをぶら下げてもらいます。

写真 首からぶら下げるプレートの例



若者との違いといえば、高齢者の講座では被害防止のための替え歌が人気です。受講者が声を発することで、勧誘方法やトラブルの怖さなどを共有できるので、トラブルの防止や対策に活用できます。

●高齢者にキャッチーな話題

消費者白書でも取り上げられ、報道も多くされている「架空請求」は、今、講座を実施する際に外すことのできない話題です。高齢者のまわりにはさまざまな悪質商法がありますが、報道されているものを取り上げると、講座への関心が高まります。

一方で、高齢者もその年代によって、情報を得ているメディアが異なるように感じることも多くあります。60歳代から70歳代前半にかけては、新聞紙面からの情報も受け取っているようですが、70歳代以上になると、新聞よりもテレビから情報を得る割合が高くなるようです。

テレビをよく見るということは、テレビショッピングを目にする機会も増えます。そこで、テレビショッピングで売られている商材(健康食品や健康器具など)の相談事例に触れると、多くの人が関心を持って聞いてくれます。こう



したところでも、若者のネット通販のトラブルと高齢者の通信販売のトラブルの違いを感じられたりします。

高齢者を見守る民生委員などが受講者の場合は、新聞やテレビで報道されていることについては広く認識されています。そのため、架空請求のように知られている話題にも触れつつ、訪問購入や不用品回収のトラブル、点検商法の商材の多様さなど、高齢者が巻き込まれやすい悪質商法について伝えています。

Q2 高齢者向けの講座では、どのような資料や教材を使っていますか。講座はどのように進めていますか。

A2 大きく読みやすい字で資料やレジュメを作ります。公民館など、パワーポイントなどが使えないケースもあるので、紙の資料を使うことが多くなります。

●高齢者向け資料は見やすく、読みやすく

高齢者向けの講座の資料で大事なことは、大きくかつ読みやすい文字で作ることです。連載の第2回^{*1}で、レジュメに情報を詰め込み過ぎないといった作り方のポイントを紹介していますが、高齢者向けにはよりシンプルに作るようにしています。

例えば、前述した架空請求を説明する際には、実際に届いたはがきと、それを見やすくするためA3の大きさに拡大印刷したものを用意して使っています。拡大したはがきには、項目ごとに番号を振り、どういったことが書かれているのか、どのように消費者を不安にさせるのかという解説をしていきます。実物と拡大したものがあれば、関心も高まるとともに記憶にも残ります。

また、国民生活センターで発行している「見守り新鮮情報」^{*2}のほか、さまざまな機関や団体が作成しているチラシなども活用しています。高齢者向けの場合は、契約に関する内容に加えて、リコールなどの製品安全に関することが多いので、家電製品協会や事業者（メーカー等）のチラシ、そのほかさまざまな業界団体のポスター等を利用します。いずれの資料も文字の大きさなどに配慮するよう努めています。

●高齢者向けのコンテンツはあふれている

昨今では、若者への消費者教育が話題になっていますが、高齢者向けの啓発に使える資料は、従来から多く作られてきました。実際にいろいろな資料を試してみて、どの資料が使いやすいか把握しておくのもポイントです。

関心を持ってもらううえで有効なものとして、全相協で作成している「お帰りくださいわ」(図)^{*3}を紹介し、受講者に対して不要な訪問販売は断り帰ってもらうということを具体的に伝えています。

複数の機関が作成した資料に触れることで、講師が自分で啓発資料を作成する際の参考にもなりますし、若者などほかの属性を対象とした資料作りへのアイデアが浮かぶかもしれませんね。

図 お帰りくださいわ



企画・作成 (公社)全国消費生活相談員協会

*1 ウェブ版「国民生活」2019年5月号「消費者問題出前講座の作り方」http://www.kokusen.go.jp/wko/pdf/wko-201905_11.pdf

*2 国民生活センター HP「見守り新鮮情報 一覧」http://www.kokusen.go.jp/mimamori/mj_mglist.html

*3 全国消費生活相談員協会「お帰りくださいわ」<http://www.zenso.or.jp/yakudatsu/uchiwa.html>



Q3 受講者の理解度は確認していますか。

A3 会場の都合など、アンケートを取るのが難しいこともあるので、理解度はクイズなどで把握しています。

●クイズを使って、参加型の講座にしつつ理解度の確認を

冒頭で参加型の講座にすることを紹介しましたが、クイズを通して講座内容を振り返ることで、受講者の関心度や理解度を把握できます。例えば、受講者に挙手してもらう形式では、簡単なクイズで誤答が多ければ、講座に付いて来ない可能性が考えられます。クイズの難易度を上げた際に誤答が多ければ、その場での解説をより丁寧にしようと思えます。さらに次の講座で分かりやすくできるよう、進め方や資料について見直しもできます。

容易にアンケートが取れる機会があれば、受講者が講座のどこに関心があり、また難しかったかを詳細に把握できますが、アンケートを取るのが難しい場合は、クイズを使ってみましょう。

Q4 講座運営を通して、見えてくる課題はありますか。

A4 「高齢者」とひとくくりと言っても受講者の立場はさまざまです。そして家族関係など、講座の範囲を超えた課題もあります。

●高齢者向けの講座も受講者はさまざま

高齢者と言っても、判断能力が十分な人から、認知症とまではいかないものの認知能力が低下している人など、さまざまな人がいます。また、見守られる立場の人もいれば、見守る側の立場の人など、受講者の立ち位置もさまざまです。若者向けの講座と比較して、高齢者向けの講座はいろいろな属性の人がいることを意識しておきましょう。高齢者を対象とした場

合、その日の講座内容を繰り返し復唱する、クーリング・オフができるかできないかのクイズを出して理解度を確認してみるなど、受講者の関心の度合いなどをみながら進めてみましょう。

●講座運営から見えたこれからの課題

講座の中で、「契約の前や困ったときには、ご家族と相談しましょう」と伝えることがあります。しかし、受講者とその家族が同居していない、家族関係があまり良好でない、といった話を耳にすることもあります。中には、認知症や精神疾患等により家族間でのコミュニケーションが不足していることもあるようです。

こうした現状は、講座ですぐに解決できる課題ではありませんが、講師として親身に接し、困ったときの相談窓口として、消費者契約であれば消費生活センターに相談できる、暮らしのことであれば役所・役場の窓口や民生委員に相談できる、ということを伝えて、少しずつ解決の方法を探ることができます。

経験の浅い相談員が講師を担当する際には、自身の親との接し方や苦労話を盛り込むことで、受講者に親近感をもってもらえるかもしれません。

そして、「講座に来なかった高齢者」にいかにか講座の情報を伝えていくかも大きな課題です。その時、実は情報を伝えてくれる戦力がいます。それは、「講座に来た高齢者」です。受講者に情報を発信してもらうことで、講座に足を運ばない高齢者にも身を守る大切な情報が伝わります。講座の最後に「今日聞いた話は、家族や身近な知人にもぜひ話してください」と伝え、消費者講座の伝道師として活躍してもらいましょう。

本連載企画は、今回が最後です。
これからの出前講座に生かして
いただけると幸いです。



(取材・文：国民生活センター広報部)