

高校演劇部との協働で 中学生の消費者トラブルを防ぐ —お昼の放送を活用した取り組み—

森竹 純一 Moritake Junichi 静岡市生活安心安全課消費生活センター 消費者教育推進員
静岡市内の小中学校で38年間教員として勤務。小学校校長を退職後、2020年度から会計年度任用職員として消費者教育に携わっている

若者の消費生活相談が増加

2019年度に静岡市消費生活センターが受け付けた相談のうち、20歳未満の若者からの相談件数は、前年度比41.8%増でした。

2019年度末から、新型コロナウイルス感染拡大防止のために、各地でイベントや行事が制限され、人の移動も自粛せざるを得ない状況にあり、若者の行動規範も変わってきました。

特に、中学生においても、休校、リモート授業など自宅でインターネットを利用する時間が増えたことにより、オンラインゲームの課金や、通信販売等の利用を通じて、消費者トラブルに会う可能性が心配されていました。

ピンチをチャンスに！

2020年5月、緊急事態宣言の解除に伴い、中学校が再開されても、関係者以外の接触を回避し、各種行事も体育館やホールでの集合形式から各教室での放送視聴へ変更するなど、明るい声が飛び交う従来の学校生活からは程遠い状況にありました。

さらに、各中学校では、授業時間数の確保のために各種行事が縮小され、当センターが実施してきた消費者トラブルを防ぐ出前講座等も中止・休止となり、ピンチを迎えていました。

こうしたコロナ禍にあって、人と人との接触を最小限に抑え、学校現場の負担を和らげながら、どのように生徒たちへメッセージ性のある消費者教育を展開していこうかと考えた手段が、今回紹介する「市内全中学校におけるお昼の放送を活用した講座」でした。

「定期購入」ってなあに？

—中学生が興味を持つためのシナリオづくり—

当センターは、以前も「市内全中学校におけるお昼の放送を活用した講座」を実施しましたが、関心が十分に深まりませんでした。

そこで、最重要ポイントとして、中学生に興味を持って聴いてもらうため、次の4点に注意して“シナリオづくり”をスタートしました。

- ①当センターが受け付けた中学生の消費者トラブル(実話)を取り上げる。
- ②ドラマ仕立ての寸劇により、緊張感を出し、悩みや困惑を自分事としてとらえてもらう。
- ③生徒の集中力が途切れない5分程度の長さとする。
- ④登場人物のセリフや消費生活相談員の使う用語が適切か、起承転結が整っているか、平易で聞き取りやすいかを確認する。

高校演劇部が快諾

2つ目のポイントとして、シナリオの読み手のインパクトが大切と考えました。そこで、中学生に近い年代である高校の演劇部が思い浮かびました。早速、市内にある県立静岡高校の演劇部にシナリオを持参し、“声の劇”の出演を依頼したところ快諾してくれました。実は、彼らもコロナ禍による公演中止や活動自粛で活躍の場を失い、つらい思いをしていたのです。

部員たちは、引退を控えた3年生を中心に配役を決め、シナリオを読み込み、言い回しを修正し、練習を重ねました。

2020年6月、ついに収録当日を迎えました。

市内のライブスタジオスタッフの協力を得て、本格的な収録機材が校内に持ち込まれました。部員たちはいつもと異なる緊張感のなか、当センターの消費者教育推進員が総監督を務め、無事にクランクアップしました(写真1、2)。

後日、部員が自ら選曲したBGMを重ね、“声の劇”の入った消費者教育啓発CD「いつのまにか『定期購入』に！」が完成しました。

「演劇部がすごすぎました！」

3つ目のポイントとして、授業時間に支障のないお昼の放送を活用して聴いてもらえるよう、複製したCDを市内全中学校(56校)に配布したことです。中学生のアンケートからは、高い関心を持って聴いてくれたことが分かりました。

- 実際にありそうなトラブルを演劇部の皆さんが声で演じてくれたことで、消費生活センターや消費者トラブルがよく分かりました。
- 聴いていて楽しかったです。演劇部がすごすぎました！

また、中学校教員のアンケートからも、肯定的な意見が数多く寄せられました。

- 生徒にとって身近なトラブルだったようで反応もよく、真剣に聴き入っていました。
- コロナ禍における昼食時のマナー徹底(同一方向を向いてしゃべらない)が功を奏していたと感じます。
- 家庭科や公民の授業と連動した内容でした。

出演した高校生の声

4つ目のポイントとして、出演に携わった高校生の消費者教育にも寄与することができたことです。出演者は、中学生のために演じたことで、自らも消費者として気をつけて生活・行動していこうという思いにつながったと思います。

- 依頼をいただき、私たちもインターネットの危険性について考えるよい機会になりました。自分たちが演劇を通して危険性を伝える側になることで、中学生にも私たちにも新たな刺激となったと思います。この経験が私た

ちの励みとなります。(2年生)

その後、そして今後の展開

後日、市内のコミュニティFMの番組においても、高校演劇部との協働ででき上がった“声の劇”が流れました。そこでも、高校演劇部という訓練された出演者による寸劇には心に訴えかける“力”があると高い評価をもらいました。

今後、高校演劇部が別シナリオで演じた消費者教育啓発CD「オンラインゲームの落とし穴」と「レア物発見、超ラッキー!？」を市内全中学校に、そして、しずおか市消費者協会や市立足久保小学校児童が出演した小学校版の消費者教育啓発CD「おこづかいを上手に使おう」と「選んで買おう」を市内全小学校(86校)に、それぞれ配布し、お昼の放送を活用して聴いてもらう運びとなっています。

これらの取り組みが、消費者トラブルを身近に感じる児童生徒を増やし、「消費生活センター」の認知度を向上させ、若者の消費者トラブルを防ぐ役割を果たしてくれると期待しています。

写真1 収録中のようす



写真2 クランクアップ後、皆で記念撮影

