

第140回

消費者教育
実践事例集消費者トラブルを自分ごととしてとらえる
—全校生徒が主体となった家庭クラブの啓発活動—

則包 良子 Norikane Ryoko 香川県立多度津高等学校 家庭科教諭
卒業と同時に就職する生徒が多い本校において、家庭クラブのボランティア活動を通じて地域住民との交流を積極的に推進。生徒が社会で自立できるよう、「消費者力」を身に付ける教育に尽力している

香川県多度津町にある本校は、創立100年を超える伝統校で、工業科と水産科を併設する専門高校です。「多高」という愛称で地域に親しまれており、家庭クラブでは多くの男子生徒が中心となり、幅広い地域交流活動を行っています。

成年年齢引き下げと「消費者力」の提唱

本校の啓発活動のきっかけは、2022年4月1日の民法における成年年齢引き下げです。18歳・19歳が未成年者取消権の保護対象外となり、消費者被害の拡大が懸念されました。

家庭基礎の授業で、若年者だけでなく全世代で特殊詐欺被害が増加している現状を知った生徒たちは、危機感を抱きました。被害をなくすため、「消費者基本計画」にある「気づく力」「断る力」「相談する力」などの要素からなる「消費者力」を多高生と地域の方々に身に付けてもらうことを目標に掲げ、活動を開始しました。

実態調査で浮き彫りになった問題点

活動の第一歩として、多高生と地域住民にアンケート調査を実施しました。消費者トラブルへの関心は多高生が6割、地域住民が8割と比較的高いものの、「被害にあわない自信がある」と答えた多高生が9割、地域住民が7割に上りました。しかし、「対策を講じている」人はわずか1割程度にとどまりました。この結果から、「自分だまされない」という自信はあるが、具体的な備えが不十分であるという問題点が浮き彫りになりました。また、「188」（消費者ホットライン）の認知度が1～2割と低く、被害時の「相談する力」が不足していることも判明しました。

さらに丸亀警察署への訪問で、「世代を問わず特殊詐欺被害が増加しており、何度も呼びかけることが大切だ」との助言を得ました。これらの

学びから、被害を自分ごととしてとらえることの重要性を活動の指針としました。

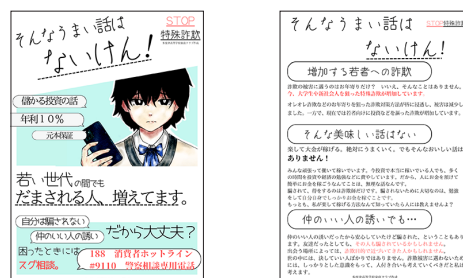
地域全体へ向けた多角的で効果的な啓発活動

生徒たちが学んだ知識を地域社会へ広げ、「社会へ働きかける力」を実践するため、以下のような啓発活動を展開しました。

デザインを工夫した2種類の啓発チラシ

活動の中心は、全校生徒からデザインを募集して作成した「若者編」と「地域編」の2種類の特殊詐欺被害防止チラシによる啓発です。若者編（図表1）は、利殖商法やマルチ商法への注意喚起を目的とし、若者の目に留まりやすいデザインに工夫しました。地域編（図表2）は、高齢者層を主な対象とし、多度津町で有名な「一太郎やあい像」をモチーフにして親しみやすさを追求。文字を大きくし、読みやすさに配慮しました。内容は警察署と消費生活センターの確認を経て、正確性を確保しています。

図表1 特殊詐欺被害防止のチラシ（若者編）



図表2 特殊詐欺被害防止のチラシ（地域編）



※図表、写真はすべて筆者提供

遊びながら学ぶ「消費生活すごろく」

学校内では、「消費生活すごろく」を作成し、全校生徒に体験してもらいました。指示文を全校生徒から募集する過程は、生徒全員が世代別の消費者トラブルについて深く考える機会となりました。すごろくは楽しく学べると好評でした。

啓発動画の制作と報告

シナリオ作成から編集まで家庭クラブが行い、「若者編」と「地域編」の2種類の啓発動画を制作しました。多高祭(文化祭)では、チラシ配布とともに動画を視聴してもらい、「同じ多高生が作ったので興味を持てた」と好評を博しました。

地域と連携した啓発活動(SDGsワークショップを含む)

「気づく力」「働きかける力」を実践するため、地域社会と連携しました。

街頭キャンペーンと交流

地域の量販店にて、警察署や園児、地域住民と合同でキャンペーンを実施し、地域編チラシを配布しました。「地元ならではのデザインで読みやすい」と親しみやすさが高く評価され、地元の新聞にも掲載されました。

高齢者施設での継続的な呼びかけ

交流のある高齢者福祉施設に隣接するデイサービスセンターで、チラシを配布し、地域編の啓発動画を視聴してもらいました。「定期的に呼びかけてもらえると、意識できてよい」との感想があり、継続的な働きかけの重要性を再認識しました。また、駅、コンビニ、病院などにポスターを掲示し、町庁舎のデジタルサイネージで動画を放映するなど、啓発の場を広げました。多度津町と連携し、「二十歳のつどい」の会場で若者編チラシを配布するなど、多世代に向けた活動を

展開しました。

幼稚園児とのSDGsワークショップ

地域の幼稚園との交流では、SDGsの観点を取り入れ、廃棄前の米袋でエコバッグを作成するワークショップを行いました。買い物ごっこを通じ、園児たちにモノを大切に作る心を育み、地域の消費者力の向上にも貢献するものと考えています。

最終評価：成果と今後の展開

活動を通じた生徒の成長

生徒たちは啓発活動に真剣に取り組むことで、消費者トラブルに巻き込まれないための知識と判断力を身に付け、自信があっても安心できないと強く感じるようになりました。

地域への呼びかけ活動を通じ、もしもの時に冷静な判断と行動がとれるように「気づく力」「断る力」「相談する力」を養うことの大切さを学びました。また、様々な世代と交流することで、地域の中での高校生としての役割、「社会へ働きかける力」の必要性を深く考えることができました。

今後の課題と新たな展開

「188」の認知度など、「相談する力」の定着には継続的な啓発が課題です。今後も活動を継続し、新たな展開を計画しています。まず、新たなデザインのチラシを作成し街頭で配布する予定です。さらに、キャンペーンでは、地域の金融機関とも連携し、啓発活動の仲間に加わってもらうことになりました。これにより、より専門的な視点からの情報提供が可能となります。

これからも多高生と地域の方々と一緒に、一人一人の「消費者力」を高める活動を積極的に展開していきます。

写真1 地域施設にチラシの掲示を依頼



写真2 地元企業数社でチラシ配布と取り組みの説明

