

Case 11

神奈川県の実業への協力

かながわ消費者施策推進指針「わかりやすい版」 作成に関わる意見交換

現代生活学部 現代家政学科

神奈川県消費生活部との意見交換

神奈川県は令和7年から令和11年までの5年間の消費者施策の基本方針である「かながわ消費者施策推進指針」を改定しました。その後、その指針が誰にとってもわかりやすく読むことができる「わかりやすい版」を作成しましたが、その過程で現代家政学科の学生が改善に向けた意見交換に協力しました。

現代家政学科の専門科目「総合家政と地域生活」の授業に神奈川県消費生活部の担当者をお招きし、指針の概要や対象となる県民の状況について説明を受けました。「わかりやすい版」の原案にもとづくディスカッションをした後、「わかりにくい箇所はないか」「よりわかりやすくするためにはどのような記載がよいか」といった視点で各自がレポートにまとめ、その内容を担当者と共有しました。

学生のレポートでは「すでに十分わかりやすい内容で、改善点を探すのに苦労した」といった声が多く寄せられましたが、「障がい者、若者、高齢者、さまざまな属性の人達に届くパンフレットを作ることの大変さを学べた」「改善をしていくには、否定的な意見を言い合うのではなく、具体的な改善案を出して皆で共有していくことが大切だと学ぶことができた」といった意見もありました。

現代家政学科では食生活、ハウジング、ファッション、生活者と社会の4領域から構成される総合家政の学びを重視しており、その学びを活かした地域貢献のあり方を具現化する機会となりました。



【参考情報】「かながわ消費者施策推進指針」わかりやすい版
～指針の内容を広くお知らせするため、わかりやすい冊子にしました～



<https://www.pref.kanagawa.jp/docs/r7b/cnt/f535335/wakariyasuiban.html>

かながわ消費者施策推進指針「わかりやすい版」の改善

学生の意見を受け、改善された主な箇所についてご紹介します。

- ・表紙で、買い物に関する施策ということが伝わるよう、買い物かご等のイラストが追加されました。
- ・掲載する情報量を絞ったり、ウサギとリスの会話による消費者力の説明内容が見直されました。
- ・具体的な取組を扱ったページでは、啓発イベントの詳細が記載されたWebサイトを閲覧するための二次元コードや、消費者ホットラインである188に電話するための説明が追加されました。(図参照)
- ・全体的にメリハリが出るよう色使いが見直されました。



「わかりやすい版」では、指針のポイントがわかりやすくまとめられ、親しみやすいイラストの4コマ漫画で消費者トラブルになりやすい事例が紹介されるなど、視覚的な工夫がされ、より親しみやすく、受け入れられやすい内容となりました。やさしい言葉を使用し、ふりがなや読み上げ用の音声コードを付けることで、障害の有無だけでなく、幅広い年齢層や外国にルーツのある消費者への配慮となります。今回の取り組みには本学以外にも東洋大学や日本女子大学の学生と、障がいのある当事者も協力しました。学生にとっては生活者の視点から地域生活を考え、家政学や消費者教育の理解を深め、その学びを社会に還元する機会になりました。

プロジェクト概要

- パートナー
神奈川県消費生活部
- 担当教員
現代生活学部 現代家政学科
教授 小野 由美子
- 学生
現代生活学部 現代家政学科
2年生 9名
4年生 2名 計11名
- 実施期間
令和7年9月30日～10月7日