

Case 12

消費者教育演習における取り組み

上級生による新入生を対象にした消費者教育

現代生活学部 現代家政学科

東京都消費生活センターへの訪問と専門家による講義

消費者教育を実践的に学ぶ「消費者教育演習」では、東京都消費生活総合センター等と連携をしながら、ローズ祭の機会を活用する形で、上級生が成人になって間もない新入生を対象にした消費者教育を毎年実施しています。

令和7年度は、5月8日に東京都消費生活総合センターを訪問し、センターの事業概要や消費生活相談員による講義を受け、電話相談を受けている様子や図書資料室も見学しました。

さらに5月22日には「消費者教育とエシカル消費」をテーマに、一般社団法人消費生活総合サポートセンターから専門家を招き、啓発に必要な知識や技術を学びました。



ローズ祭での上級生による新入生を対象にした消費者教育の実践

現代家政学科の1年次開講の必修科目「現代家政演習」では、大学における学びを深めるために履修者全員がローズ祭に参加します。2年生以上の消費者教育演習の履修生は、成年に達し契約主体者になって間もない新入生に対して、契約の大切さや、消費者トラブルの対処法などを伝える取り組みをローズ祭で実施しています。正確で分かりやすい情報が提供できるよう、消費者教育演習の履修者には主体的に学ぶ姿勢が求められます。

令和7年度は、新入生を中心とした来場者に、東京都消費生活センターのWeb教材を使って、クレジットカードのリボ払いの返済シミュレーションや、金利の高さを実感してもらう取り組みを実施しました。

さらに、消費者庁が開発した教材とVRゴーグルを使って、消費者トラブルにあう場面を疑似体験してもらいました。



啓発事業



左：(公社)消費者教育支援センターの「消費者アクションゲームII」を使って、楽しみながら学習した来場者もいました。

右：東京都消費生活総合センターのキャラクターの着ぐるみを借り受け、職員にご協力を頂き「中の人」にチャレンジした学生もいました。キャラクターと一緒に学内を練り歩き、啓発資料を配布したり、写真撮影に応じたりして、消費者トラブルについて気に留めてもらう人を一人でも増やす工夫をしました。



消費者教育の担い手を体験する意義

消費者教育は、教師や講師などの担い手が、生徒・学生や受講生などの受け手に対して、資料やツールといった教材を用いながら、消費生活に関する知識・技術・態度を伝えます。担い手が一方的に働きかけても、受け手がいなかったり、意欲がなければ消費者教育は成立しません。また、単に知識を伝えるだけでなく、受け手の具体的な変化を導くことが重要であり、行動の変容を促すための色々な工夫が求められます。こうした消費者・生活者を対象にした取り組みは、座学だけで完結はしません。また、消費者教育は学校だけでなく、行政も重要な担い手です。消費者教育演習における取組は、教材を提供する担当者にとっても、その反応を直接知ることができる貴重な機会となっています。

プロジェクト概要

- パートナー
東京都消費生活総合センター
一般社団法人消費生活総合サポートセンター
- 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 2名
3年生 8名 計10名
- 実施期間
令和7年5月8日～6月15日