

令和2年度地方消費者行政に関する先進的モデル事業「事業者見学を通じた地域における消費者教育の推進」概要

静岡県浜松市をモデル地域として、「事業者見学」を有効な消費者教育の場として設定し、エンカール消費や消費者志向経営等を推進するプログラムを提案。つかい手である小学生とその保護者を対象とした体験プログラム2種と、従業員を対象とした研修プログラムを実施した。実施後は「実践マニュアル」を作成し、全国の消費生活センターや教育委員会等に配布。さらにWebサイトにより、広く普及を図り地域での実践につなげるものとした。

1. 検討委員会の設置

静岡文化芸術大学教授 静岡県生活協同組合連合会常務理事 浜松商工会議所理事 浜松市消費者団体連絡会会長 保護者代表(zakka+fairtrade 晴天) 浜松市市民生活課くらしのセンター消費者教育コーディネーター★ 浜松市市民生活課くらしのセンター消費者教育コーディネーター★ 公益財団法人消費者教育支援センター専務理事・首席主任研究員	下澤 嶽 中村 範子 湯口 哲世 野中 正子 三室 千菜美 杉本 真弓 太田 克彦 柿野 成美
--	--

★ 消費者教育コーディネーターは地域の連携・調整の要に。その活動内容は5.実践ガイドで紹介している。

2. プログラムの開発・実施

(1)現状把握

(1)-1 子育て世代

市内の子育て世代に対するニーズ調査

《調査内容》

- ・家庭における消費者教育の実態
 - ➔ 消費生活に関する学習経験 ない 68.1%
主たる情報源 インターネット 68.8%
- ・学校外の事業者見学プログラムに対するニーズ
 - ➔ 親子で訪ねてみたい体験プログラム
上位3テーマ ①農業、②食品加工、③伝統工芸

(1)-2 事業者

「浜松市SDGs推進プラットフォーム」会員企業に対するアンケート調査

《調査内容》

- ・工場見学等を通じた既存の事業者見学プログラムの有無
 - ➔ 行っている 63.8%
企業規模が大きい方が取り組む割合が高い
- ・従業員に対する消費者教育の実施状況
 - ➔ SDGs関連の従業員研修 行っていない 53.4%

(1)-3 関係団体等

市商工課、市内児童養護施設等に対するヒアリング調査

《調査内容》

- ・消費者教育の取組み状況
- ・プログラムに対するニーズ

(1)-4 消費者志向経営企業

徳島県の消費者志向経営優良事例表彰企業に対するヒアリング調査

《調査内容》

- ・見学の受け入れ状況
- ・市民とのコミュニケーション方法

(2)事業者見学・従業員研修プログラム

(2)-1 事業者見学プログラム

市内小学生とその保護者を対象とした、バス移動による市内の事業者を見学する1日プログラム。売り場調査、体験、取材、振り返りにより「つくり手」の“こだわり”を知り、考え、自らの消費生活や地域を見直す機会になるようなプログラムを組み立てた。

プログラム(ア) 食のひみつ

- 既存の工場見学が用意されている事業者との連携により実施するプログラム
- 食の安全・安心、ユニバーサル農業に取り組むつくり手を調査



参加者の声:生産者の考えや想いを聞いて、その企業を応援したくなった。

プログラム(イ) 遠州綿紬のひみつ

- 地域固有の文化的なプログラム
- 浜松の伝統工芸「遠州綿紬」の生産・販売に携わるつくり手を調査



参加者の声:1つの物を作るのに、沢山のつながりがあると知る事ができた。

参加者向けに、プログラムへの意識が高まる専用グッズを作成・配布
・取材ノート・缶バッジ・任命書 など



缶バッジ

※グッズのデータはすべて
4. Webサイトに掲載

(2)-2 児童養護施設に対する参加支援

- 家庭における消費者教育の機会が十分に得にくい環境である児童養護施設を対象としたプログラム
 - 施設からの要望により「食の生産者」のプログラムを見直し
- ※ なお新型コロナウイルス感染拡大により、緊急事態宣言が発出されたため実施は中止

(2)-3 事業者に対する従業員研修プログラム

- 本事業の協力企業の従業員を対象
- 研修動画の配信により実施
- プログラムの意義を伝えることを通じて、消費者志向経営及びエンカール消費について理解を深めることを目的とする研修会のプログラムを開発
- 動画視聴後、持続可能な社会を作るために今後どのような行動ができるかをWebアンケートにより回答



3. 広報

(1)プログラムの広報

募集チラシ及びポスターを作成し、広報した。

- チラシは子育て世代アンケートに回答依頼をした小学校を通じて配付。
ほか、市内の協働センター等にも配架した。

- 並行して、専用 Web サイトで広報及び申込フォームの作成、ツイッターを活用した情報発信を実施。



募集チラシ

(2)成果の広報

専用Webサイトの立ち上げ及びSNSの活用により、本プログラムの理解を深め、多くの人に届くよう情報発信を行った。SDGs調査隊のイメージ画像もパブリックドメインとして掲載。また、プログラムを動画で撮影しYouTubeで公開した。



パブリックドメイン

■ 専用Webサイト



掲載内容

- ・各プログラム全体の様子
- ・調査結果…子育て世代、事業者に対する調査の結果
- ・SDGs調査隊 実践ガイド
- ・データコンテンツ…缶バッジの画像や取材ノート等
- ・Twitter
- ・YouTube動画

URL : <https://sdgs-chousatai.net/index.html>



■ Twitter (@SDGs chousatai)



■ YouTube

(消費者教育支援センター公式YouTubeチャンネルに掲載)



4. 効果検証のための評価委員会の設置

評価委員会において、本プログラムの有効性や課題について議論を行い、他の自治体で実施する場合のポイントについて整理した。

評価委員

椋山女学園大学教授・日本消費者教育学会会長
公益社団法人消費者関連専門家会議専務理事
社会福祉法人葵会理事長
// 代理 児童養護施設清明寮施設長

東 珠実
坂倉 忠夫
石塚 猛裕
野末 鈴菜

評価項目

- 定量的評価:事業者見学プログラムの申込件数や各プログラム事前事後のアンケート結果により評価。
- 定性的評価:多様な地方公共団体で活用できる先進的で汎用性のあるプログラムが開発できたか等の4項目に関する第三者評価を受けた。

※ 評価内容については「報告書」参照

5. 実践ガイドの作成・配付

『SDGs調査隊 地域で取り組む実践ガイド』

本事業におけるノウハウを他の地方公共団体に広めるためのマニュアル

■ 掲載内容

【入門編】 知っておきたい基礎知識や調査データ
…プログラム開発の経緯、各種調査結果、
消費者教育コーディネーターの活動等を紹介

【実践編】 プログラムの実践に向けたノウハウ
…消費者教育プログラムの実践フローや評価等を紹介

- 都道府県、政令指定都市を含む全国の地方公共団体の消費生活センター及び教育委員会など約1800か所に配付。



WebサイトからもDL可



事業全体図も掲載

6. 本事業の成果と課題

- ① 子育て世代を対象としたアンケート調査を実施し、その実態が明らかになった。
- ② 事業者見学を軸にした消費者教育プログラムを実施し、それを構築するためのマニュアルを作成できた。
- ③ 児童養護施設のヒアリングを通じて配慮事項について整理できたが、新型コロナウイルス感染症のため実施が困難となった。
- ④ つくり手とつかい手の繋がりを知ることで、消費者志向経営の理解を深める従業員研修が実施でき、またオンライン研修によって多くの参加者を得ることができた。
- ⑤ 「実践ガイド」を通じ、地方消費者行政における消費者教育コーディネーターの役割について紹介できた。
- ⑥ 「事業者見学」のプログラムを通じ、地域、学校、行政、企業がつながり、新たな消費者教育の可能性が見えた。